

Problematyka oznaczania wytworów generatywnej sztucznej inteligencji w świetle polskiej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji

The Issue of Marking the Products of Generative Artificial Intelligence in the Light of the Polish Act on Combating Unfair Competition

Abstract

The paper is devoted to the issue of marking the products of generative artificial intelligence in the light of the Polish Act on Combating Unfair Competition. The possibility of qualifying the fact of concealing the creation of a given product/provision of a given service as a result of the exclusive action of AI or its cooperation with a human, as well as attributing the „authorship” of such a product to a human, as one of the torts of unfair competition, under Article 10 and Article 3, paragraph 1 of the Act on Combating Unfair Competition, has been analyzed. In the context of Article 10, the issue of not only misleading marking but also misleading lack of marking of goods/services was analysed.

KEYWORDS: artificial intelligence, unfair competition, misleading designation of goods or services, general clause, AI ACT, deepfake

SŁOWA KLUCZOWE: sztuczna inteligencja, nieuczciwa konkurencja, wprowadzające w błąd oznaczenie towarów lub usług, klauzula generalna, AI ACT, deep fake

KATARZYNA JASIŃSKA – doktor nauk prawnych, Uniwersytet Andrzeja Frycza Modrzewskiego w Krakowie, ORCID – 0000-0002-1746-1095, e-mail: kjasinska@afm.edu.pl

1 | Wprowadzenie

Narzędzia oparte o działanie generatywnej sztucznej inteligencji są obecna niemal w każdej dziedzinie naszego życia, prywatnego i zawodowego, a nawet publicznego^[1]. Są one wykorzystywane m. in. w architekturze^[2], w mass mediach^[3] (w tym w prasie, radio i telewizji^[4], a także filmie^[5] i książkach^[6]) oraz w innych dziedzinach sztuki^[7], w tym w sztuce użytkowej^[8], w muzyce^[9], a także w modzie^[10]. SI tworzy produkty, które

¹ Termin „sztuczna inteligencja” stworzył John McCarthy w 1956 r. Andreas Kaplan i Michael Haenlein zdefiniowali to pojęcie jako zdolność systemu do prawidłowego interpretowania danych pochodzących z zewnątrz, nauki na ich podstawie oraz wykorzystywania tej wiedzy, aby wykonywać określone zadania i osiągać cele poprzez elastyczne dostosowanie – Andreas Kaplan, Michael Haenlein, „Siri, Siri in my Hand, who’s the Fairest in the Land? On the Interpretations, Illustrations and Implications of Artificial Intelligence” *Business Horizons*, nr 1 (2018): 15-25.

² Henriette Bier, „Implications of Robotics and AI in Architecture”, [w:]: *Disruptive Technologies: The Convergence of New Paradigms in Architecture*, red. Philippe Morel, Henriette Bier (Cham: Springer International Publishing, 2023): 3-5.

³ Wedle Encyklopedii PWN środki masowego przekazu, mass media, to m. in. prasa, radio, telewizja, także film, książki, nagrania muzyczne czy Internet. <https://encyklopedia.pwn.pl/encyklopedia/mass%20media.html>. [dostęp: 08.12.2024].

⁴ Michael Graßl, Jonas Schützeneder, Klaus Meier, „Artificial intelligence as a tool of assistance A scientific and practical perspective on AI in journalism” *Journalism Research*, nr 1 (2022): 3-24.

⁵ L Kavitha, „Copyright Challenges in the Artificial Intelligence Revolution: Transforming the Film Industry from Script to Screen” *Trinity Law Review*, nr 1(2024): 2-8; Abhijit Ghosh, „Artificial Intelligence as an Innovation in the Film Industry” *Research Inspiration*, nr 3 (2023): 12-16; Md Monirul Islam, „Artificial Intelligence in Indian Films: Anukul and AI ethics” *Short Film Studies*, nr 2 (2022): 183-192.

⁶ Książka napisana przez komputer prawie zdobyła nagrodę literacką. <http://booknews.pl/?p=4169>. [dostęp: 11.08.2023], szerzej na ten temat por. w dalszej części artykułu.

⁷ James Hutson, Martin Lang, „Content creation or interpolation: AI generative digital art in the classroom” *Metaverse*, nr 1 (2023): 1-13.

⁸ Yu-Hsu Lee, Chun-Yao Chiu, „The Impact of AI Text-to-Image Generator on Product Styling Design”, [w:] *Human Interface and Management of Information*, red. Yumi Ashaki, Hirohiko Mori (Cham: Springer International Publishing 2021), 502-515.

⁹ Le Monde: Mają miliony fanów. Jest jeden haczyk. Nie istnieją, oprac. M. Kucharczyk. <https://wydarzenia.interia.pl/raport-media-zagraniczne/news-le-monde-maja-miliony-fanow-jest-jeden-haczyk-nie-istnieja,nId,6952972>. [dostęp: 11.08.2023].

¹⁰ Heidi Härkönen, „Fashion piracy and artificial intelligence—does the new creative environment come with new copyright issues?” *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, nr 3 (2020): 163-172.

przedsiębiorcy oferują swoim klientom, a także może brać istotny udział w świadczeniu przez nich usług. Znakomitym przykładem są pisane przez SI książki. W lutym 2023 r. poinformowano, że na Amazonie pojawiło się ponad 200 książek, które były tworzone albo współtworzone przez z ChatGPT^[11]. Może to dotyczyć również scenariuszy filmowych. Aktualnie zdarza się już, że zamiast tworzyć scenariusz „od zera”, scenarzyści dostają jedynie do doszlifowania wstępny draft scenariusza, przygotowany przez SI^[12]. Można sobie wyobrazić także, że gotowe czy nawet tworzone na zamówienie indywidualnych klientów projekty architektoniczne są tworzone przez SI. Z kolei najnowszy przykład wykorzystania SI w mediach to przykład Off Radio Kraków, który to kanał tematyczny od 22 października 2024 r. był przez krótki czas niemal w całości tworzony przez narzędzia SI^[13]. Jak zauważył Jarosław Juszkievicz, od 15 lat głos Google Maps, właśnie zastąpiony przez SI, „Sztuczna inteligencja przetacza się przez świat ludzi pracujących głosem jak wielki walec”^[14].

2 | Artykuł 10 u.z.n.k. – wprowadzające w błąd oznaczenie towarów lub usług

Zjawisko udziału SI w kreowaniu różnego rodzaju wytworów oraz jej udział w świadczeniu rozmaitych usług będzie się bez wątpienia zwiększał wraz z jej rozwojem; pamiętać należy bowiem, że aktualne narzędzia SI

¹¹ Grzegorz Kubera, Ludzie nie czytają książek, za to piszą ich bardzo dużo. „Zalewają nas powieści generowane przez AI” *Bussiness Insider*, 1 października 2023. <https://businessinsider.com.pl/technologie/nowe-technologie/ksiazki-pisane-przez-ai-trafiaja-hurtowo-do-amazona-jest-reakcja-sklepu/xc74v2e>. [dostęp: 17.10.2023].

¹² Andrzej Krajewski, *Najpopularniejsze seriale mogą zniknąć z winy sztucznej inteligencji*. <https://gospodarka.dziennik.pl/praca/artykuly/8710449,ai-chatgpt-sztuczna-inteligencja-hollywood-strajk-praca-pracownik.html>. [dostęp: 12.08.2023].

¹³ <https://off.radiokrakow.pl/>. [dostęp: 22.10.2024].

¹⁴ Onet.pl, *Wzruszające pożegnanie dziennikarza. „Byłem głosem Google Maps przez 15 lat”*. <https://www.onet.pl/styl-zycia/onetkobieta/wzruszajace-pozegnanie-dziennikarza-bylem-glosem-google-maps-przez-15-lat/ml3f1wq,2b83378a>. [dostęp: 23.10.2024].

nie stanowią jeszcze tzw. silnej sztucznej inteligencji, czyli posiadającej wszystkie atrybuty ludzkiego umysłu, jak m. in. kreatywności czy własna inicjatywa^[15]. Jednak już teraz pojawić musi się pytanie o kwestię informowania klientów o fakcie stworzenia danego wytworu-produktu przez SI czy świadczenia usługi z jej udziałem. Jak zakwalifikować sytuację, gdy np. wydawca książki stworzonej przez algorytm podpisuje ją imieniem i nazwiskiem fikcyjnej albo nawet żyjącej (aktualnie bądź kiedyś) osoby (za jej zgodą lub nawet bez)? Albo rozpowszechnia ją w ogóle bez wskazania autorstwa, ale jednocześnie bez poinformowania odbiorców, że została stworzona przez SI? Albo wręcz przeciwnie – niezgodnie z prawdą informuje, że jego produkt powstał bez udziału ludzi, licząc na zainteresowanie nim klientów będących entuzjastami nowych technologii? Rozważania prowadzone w niniejszym artykule ograniczą się do perspektywy ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, a więc do relacji między przedsiębiorcami.

W polskiej u.z.n.k. oznaczania towarów/usług dotyczy jej art. 10. W ust. 1 stanowi on, że czynem nieuczciwej konkurencji jest takie oznaczenie towarów lub usług albo jego brak, które może wprowadzić klientów w błąd co do pochodzenia, ilości, jakości, składników, sposobu wykonania, przydatności, możliwości zastosowania, naprawy, konserwacji lub innych istotnych cech towarów albo usług, a także zatajenie ryzyka, jakie wiąże się z korzystaniem z nich. W literaturze słusznie przyjmuje się, że przedmiotem ochrony jest w tym przypadku „transparentność rynku, która może być zmałowana przez działania przedsiębiorców wprowadzające w błąd co do oferowanych przez nich towarów lub usług”^[16].

Z cytowanego przepisu wynika, że aby mógł on znaleźć zastosowanie, oznaczenie musi powodować możliwość wprowadzenia w błąd co do jednej z cech w nim wymienionych lub każdej innej cechy towaru/usługi, jeżeli jest ona istotna. Jedną z tych cech nazwanych w przepisie jest sposób wykonania (np. stare lub tradycyjne metody wytwarzania albo rękodzielniczy czy ręczny sposób wytworzenia^[17]). W literaturze trafnie podnosi

¹⁵ W przedmiocie tzw. silnej SI, zwanej też ogólną, por. Martin V. Butz, „Towards strong AI” *KI – Kunst Intelligenz*, 35 (2021): 91-101.

¹⁶ Arkadiusz Michalak, „Komentarz do artykułu 10”, [w:] *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz, wyd. II*, red. Małgorzata Sieradzka, Mariusz Zdyb (Warszawa: Wolters Kluwer, 2016), teza 11.

¹⁷ Marian Kępiński, Jakub Kępiński, „Komentarz do artykułu 10”, [w:] *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, red. Janusz Szwaja. Marian Kępiński (Warszawa: C.H. Beck, 2024), Nb 76.

się, że ze sposobem wykonania wyrobu należy utożsamiać także sposób świadczenia usługi¹⁸, a więc np. jej świadczenie z wykorzystaniem SI.

Jeśli chodzi o pierwszą przesłankę, tj. możliwość wprowadzenia w błąd, to nie powinno budzić wątpliwości, że – szczególnie w czasach, kiedy wciąż jeszcze dominuje twórczość człowieka – takie wprowadzenie w błąd nie tylko jest możliwe, ale w zasadzie jest pewne w sytuacjach, kiedy udział w powstaniu produktu czy świadczeniu usługi przypisywany jest człowiekowi. Ponadto, na razie zapewne trafne jest stwierdzenie, że przeciętny odbiorca (a to on ma być punktem odniesienia przy dokonywaniu oceny spełnienia przesłanki wprowadzenia w błąd) większości produktów/usług, nie ma jeszcze nawet świadomości, jak ogromne możliwości już teraz ma SI, więc z dużym prawdopodobieństwem nie przyjdzie mu do głowy, że brała tak istotny udział w powstaniu np. tego, co właśnie zamierza kupić. Przypuszczam jednak, że zbiegiem czasu te twierdzenia się zdezaktualizują zarówno w zakresie dominacji twórczości ludzkiej jak i świadomości ludzi w zakresie możliwości SI.

Trudniej odpowiedzieć na pytanie, czy fakt stworzenia danego produktu przez SI czy jej udziału w świadczeniu danej usługi jest dla przeciętnego odbiorcy cechą istotną. W mojej ocenie przesłanka istotności odnosi się nie tylko do cech „innych”, niewymienionych wprost w przepisie, ale także do tych w nim wymienionych, które ustawodawca wskazał jako cechy w typowym przypadku istotne. To, że wprost wskazany w art. 10 ust. 1 u.z.n.k. sposób wykonania może być cechą istotną, nie oznacza, że zawsze nią jest.

Nawet gdyby przyjąć inne podejście, a mianowicie, że ustawodawca stanął na stanowisku, iż wymienione przez niego w art. 10 ust. 1 u.z.n.k. cechy nie muszą być oceniane przez pryzmat istotności, to jej brak w danym przypadku otwierałby drogę do skorzystania z korygującej funkcji klauzuli generalnej. Powinno ono mieć miejsce, gdy dany stan faktyczny, formalnie biorąc, spełnia przesłanki przewidziane w jednym z przepisów rozdziału 2 u.z.n.k. (znamiona jednego z nazwanych czynów nieuczciwej konkurencji), ale nie jest uzasadnione potraktowanie go jako czynu nieuczciwej konkurencji¹⁹, gdyż ze względu na okoliczności konkretnej sprawy, np. nie zagraża ani nie narusza interesów innego przedsiębiorcy lub klienta. Aktualnie w orzecznictwie dominuje bowiem pogląd (choć

¹⁸ Ibidem.

¹⁹ Janusz Szwaja, Katarzyna Jasińska, „Komentarz do artykułu 3” [w:] *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, red. Janusz Szwaja. Marian Kępiński (Warszawa: C.H. Beck, 2024), Nb 30.

niebezdyskusyjny^[20]), że oceny postępowania pozwanego przedsiębiorcy należy jednocześnie dokonywać zarówno przez pryzmat przepisów rozdziału 2 u.z.n.k., jak i jej art. 3 ust. 1. W szczególności w wyroku SN z 13.12.2013 r.^[21] podniesiono, że „W orzecznictwie Sądu Najwyższego nie budzi wątpliwości pogląd, że w każdym wypadku stosowania przepisów rozdziału 2 (art. 5 – 17d) u.z.n.k. jest niezbędne wykazanie ogólnych przesłanek odpowiedzialności za czyn nieuczciwej konkurencji, które wynikają z art. 3 ust. 1 u.z.n.k.”. Chodzi o sytuację, w których mimo że dany stan faktyczny formalnie spełnia przesłanki przewidziane w jednym z przepisów rozdz. 2 u.z.n.k., to jednak nie byłoby uzasadnione potraktowanie go jako czynu nieuczciwej konkurencji^[22]. Także w odniesieniu do deliktu z art. 10 u.z.n.k. uznano, że warunkiem udzielenia ochrony na jego podstawie jest stwierdzenie, że określone działanie, sprzeczne z prawem lub dobrymi obyczajami, zagraża lub narusza interes innego przedsiębiorcy lub klienta (art. 3 ust. 1 u.z.n.k.)^[23].

Cecha istotna w świetle art. 10 u.z.n.k. to taka, która ma zdolność oddziaływania na klienta i stymulowania go lub przeciwnie – zniechęcania do dokonania zakupu^[24], chociażby nawet chodziło o niewielką część odbiorców^[25].

Z punktu widzenia niniejszych rozważań istotne jest, że z przeprowadzonych badań wynika, że wiedza o zaangażowaniu człowieka w proces artystyczny ma pozytywny wpływ na ocenę sztuki przez odbiorców, którzy postrzegają sztukę jako doświadczenie specyficzne dla człowieka^[26]. Nie znam badań, ale zapewne będzie miało to znaczenie także dla odbiorców prac naukowych^[27] oraz artykułów prasowych czy książek, w przypadku których fakt powstania z udziałem człowieka będzie dla potencjalnego odbiorcy zachętą. W przypadku projektu architektonicznego czy projektu

²⁰ Zob. np. wyr. SN z 7.03.1997 r., II CKN 70/96, OSNC 1997/8, poz. 113 oraz M. Kępiński, Glosa do wyroku SN z 13.12.2013 r., III CSK 65/13: 29-30.

²¹ III CSK 65/13.

²² Szwaja, Jasińska, „Komentarz do artykułu 3”, Nb 30.

²³ Wyrok SA w Warszawie z 24.10.2014 r., I ACa 1451/13, LEX nr 1469438.

²⁴ Michalak, „Komentarz do artykułu 10”, teza 28.

²⁵ Kępiński, Kępiński, „Komentarz do artykułu 10”, Nb 1.

²⁶ Lucas Bellaiche et. al., „Humans vs. AI: Whether and Why We Prefer Human-Created Compared to AI-Created Artwork” *Cognitive Research: Principles and Implications*, 42 (2023): 22-23.

²⁷ Ryszard Markiewicz, „ChatGPT i prawo autorskie Unii Europejskiej” *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelektualnej*, nr 2 (2023): pkt 4.6.

mebla zapewne waga sposobu ich powstania z udziałem człowieka będzie znacznie mniejsza, być może dla przeciętnego odbiorcy będzie to irrelevanantne, a jednocześnie nie można wykluczyć, że podanie przez przedsiębiorcę, że dany wytwór powstał z udziałem SI może okazać się zachętą. Również jednak i w odniesieniu do nastawienia odbiorców do wytworów SI czy do jej udziału w świadczeniu usług należy spodziewać się zmian, które z biegiem czasu będą następowały.

Nie ulega wątpliwości, że sytuacja powoda, który będzie musiał wykazać przesłanki deliktu z art. 10 u.z.n.k. będzie bardzo trudna, także ze względu na wspomnianą wyżej, spodziewaną przeze mnie zmienność tak w zakresie okoliczności istotnych dla stwierdzenia możliwości wprowadzenia w błąd, jak i samego nastawienia klientów do wytworów SI. W praktyce zapewne niezbędne będzie posłużenie się badaniami konsumenckim, które zostaną wykorzystane do wykazania istotności konkretnego sposobu wykonania (świadczenia usługi) w przypadku konkretnego towaru (usługi) czy nawet dowodu z opinii biegłego, mimo iż posługiwanie się tego rodzaju dowodami nie jest standardem w sprawach z zakresu zwalczania nieuczciwej konkurencji^[28]. W praktyce ocena zarówno ryzyka wprowadzenia w błąd, jak i samej istotności danej cechy dla przeciętnego odbiorcy może nastąpić (i często następuje) wyłącznie na podstawie oceny sądu opartej na całości kształcie okoliczności sprawy, przy uwzględnieniu właściwego wzorca odbiorcy. Podejście to jednak w mojej ocenie nie sprawdzi się w sporach dotyczących analizowanej w niniejszym artykule problematyki.

Ta trudna sytuacja skomplikuje się jeszcze bardziej, gdy SI zostanie wykorzystana tylko na jakimś etapie. Pod tym względem szczególnie ciekawa jest branża filmowa, gdzie SI można wykorzystać na każdym etapie produkcji, a nawet jeszcze przed jej rozpoczęciem (na etapie oceniania szans na sukces rynkowy planowanego przedsięwzięcia^[29], np. wykorzystując ScriptBook^[30]), choć oczywiście „zatrudnienie” SI tylko do pewnych etapów tworzenia produktu nie jest typowe tylko na branży filmowej. Jednak i tutaj ocena zapewne będzie musiała być inna w zależności od konkretnych okoliczności – czym innym jest sytuacja, kiedy SI została wykorzystana przez dziennikarza, scenarzystę czy pisarza na etapie *reaserchu*,

²⁸ Por. np. wyrok SN z 23.04.2008 r., III CSK 377/07, OSNC 2009/6, poz. 88.

²⁹ Kiedy AI Zastępuje producenta, a algorytmy przewidują sukces filmu. <https://papaya.rocks/pl/news/kiedy-ai-zastepuje-producenta-a-algorytmy-przewiduja-sukces>. [dostęp: 13.08.2023]; Jacek Samborski, *AI w produkcji filmowej*, <https://filmpro.com.pl/ai-w-produkcji-filmowej/>. [dostęp: 13.08.2023].

³⁰ <https://www.scriptbook.io/#/>. [dostęp: 13.08.2023].

a czym innym sytuacja gdy stworzyła pierwszy „draft” artykułu prasowego, powieści czy scenariusza filmowego, które następnie były przez człowieka tylko doszlifowywane.

Delikt z art. 10 ust. 1 u.z.n.k. można popełnić także przez wprowadzający w błąd brak oznaczenia, przy czym występują tutaj dwa podejścia:

- delikt ten można popełnić tylko gdy obowiązek zamieszczenia danego znaczenia wynika z przepisów prawa^[31];
- delikt ten można popełnić niezależnie od istnienia takiego obowiązku w innych przepisach, bowiem to właśnie art. 10 u.z.n.k. nakłada na przedsiębiorców obowiązek prawidłowego, a więc niewprowadzającego w błąd oznaczenia towarów lub usług^[32].

W związku z powyższą wątpliwością warto zastanowić się, czy w powszechnie obowiązujących przepisach (czyli poza wewnętrznymi regulacjami danej branży czy poza zasadami wypracowanymi przez wyższe uczelnie, czy platformy internetowe w zakresie publikowanych tam reklam) istnieje obowiązek oznaczania treści generowanych przez SI.

Przepisy dotyczące oznaczania tego rodzaju treści znalazły się Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2024/1689 z dnia 13 czerwca 2024 r. w sprawie ustanowienia zharmonizowanych przepisów dotyczących sztucznej inteligencji oraz zmiany rozporządzeń (WE) nr 300/2008, (UE) nr 167/2013, (UE) nr 168/2013, (UE) 2018/858, (UE) 2018/1139 i (UE) 2019/2144 oraz dyrektyw 2014/90/UE, (UE) 2016/797 i (UE) 2020/1828 (akt w sprawie sztucznej inteligencji)^[33]. Artykuł 50 ust 2 tego aktu dotyczy dostawców systemów AI. Jeśli natomiast chodzi o przedsiębiorców oferujących wytwory tych systemów, to w grę wchodzi ust. 4 tego artykułu. Stanowi on, że „podmioty stosujące system AI, który generuje obrazy, treści audio lub wideo stanowiące treści *deepfake* lub który manipuluje takimi obrazami lub treściami, ujawniają, że treści te zostały sztucznie wygenerowane lub zmanipulowane. [...] W przypadku gdy treść stanowi część pracy lub programu o wyrażnie artystycznym, twórczym, satyrycznym, fikcyjnym lub analogicznym charakterze obowiązki w zakresie przejrzystości określone w niniejszym ustępie ograniczają się do ujawnienia istnienia takich wygenerowanych lub zmanipulowanych treści w odpowiedni sposób, który

³¹ Kępiński, Kępiński, „Komentarz do artykułu 10”, Nb 110.

³² Michalak, „Komentarz do artykułu 10”, teza 21.

³³ Dz.U.UE.L. z 2024 r. poz. 1689, dalej AI ACT.

nie utrudnia wyświetlania lub korzystania z utworu. Podmioty stosujące system AI, który generuje tekst publikowany w celu informowania społeczeństwa o sprawach leżących w interesie publicznym lub manipuluje takim tekstem, ujawniają, że tekst został sztucznie wygenerowany lub zmanipulowany”. Zgodnie z art. 3 pkt 4 AI ACT „podmiot stosujący” oznacza osobę fizyczną lub prawną, organ publiczny, agencję lub inny podmiot, które wykorzystują system AI, nad którym sprawują kontrolę, z wyjątkiem sytuacji, gdy system AI jest wykorzystywany w ramach osobistej działalności pozazawodowej. Tak więc sam fakt wykorzystywania narzędzia SI w swojej działalności gospodarczej nie wystarczy do uznania danego przedsiębiorcy za „podmiot stosujący”. Niezbędny jest tu bowiem jeszcze element sprawowania nad danym systemem kontroli, co w praktyce zapewne wielokrotnie nie będzie miało miejsca.

W dalszej kolejności należy więc postawić pytanie, czy np. projekt domu czy krzesła (oba podpadające pod pojęcie „obrazu” z art. 50 ust. 4 AI ACT) stworzony przez SI to *deepfake*? Czy artykuł prasowy, książka czy scenariusz (i stworzony na jego podstawie utwór audiowizualny) napisane przez SI to *deepfake*, o którym mowa w art. 50 ust. 4 AI ACT? Zgodnie z art. 3 pkt 60 AI ACT *deepfake* oznacza wygenerowane przez AI lub zmanipulowane przez AI obrazy, treści dźwiękowe lub treści wideo, które przypominają istniejące osoby, przedmioty, miejsca, podmioty lub zdarzenia, które odbiorca mógłby niesłusznie uznać za autentyczne lub prawdziwe. Nie tylko więc intuicja, ale również wykładnia powyższej definicja nakazywałaby moim zdaniem uznać, że odpowiedź na postawione pytanie jest negatywna. Mając świadomość, że pojęcie *deepfake* budzi kontrowersje^[34], uważam, że w obecnym stanie prawnym nie ma obowiązku oznaczania wytworów SI w postaci produktów, w przypadku których nie zachodzi ryzyko manipulacji społeczeństwem (*verba legis* „które przypominają istniejące osoby, przedmioty, miejsca, podmioty lub zdarzenia, które odbiorca mógłby niesłusznie uznać za autentyczne lub prawdziwe”), przy czym moim zdaniem poza zakresem manipulacji uzasadniającej określenie danej treści jako *deepfake* pozostaje sam fakt stworzenia danego wytworu przez SI. Wyjątkiem, w świetle art. 50 ust. 4 AI ACT, są generowane przez systemy SI teksty publikowane w celu informowania społeczeństwa o sprawach leżących w interesie publicznym. Podmiot stosujący dany system musi ujawnić, że został on

³⁴ Szerzej na ten temat Iga Bałos, „Konsekwencje braku kompleksowego modelu ochrony wizerunku i innych dóbr niematerialnych aktorów w kontekście stosowania narzędzi sztucznej inteligencji” *Prawo i Więź*, nr 4 (2023): 389-90.

sztucznie wygenerowany, nawet jeśli nie został zmanipulowany (manipulacja w świetle tego przepisu także musi być ujawniona). Obowiązek ten nie ma jednak zastosowania, w szczególności gdy treści wygenerowane przez SI (niezmanipulowane) zostały poddane weryfikacji przez człowieka lub kontroli redakcyjnej i gdy za publikację treści odpowiedzialność redakcyjną ponosi osoba fizyczna lub prawna.

Ciekawym problemem jest to, czy film fabularny powstały z wykorzystaniem cyfrowych replik aktorów za ich zgodą to *deepfake*, w sytuacji, gdy ten cyfrowy aktor gra rolę w stanowiącym filmową fikcję scenariuszu?^[35] Zdanie 3 ust. 4 art. 50 AI ACT, nieco wbrew intuicji, nakazuje uznać, że tak. Stanowi on bowiem, że w przypadku, gdy treść stanowi część pracy lub programu o wyrażnie artystycznym, twórczym, satyrycznym, fikcyjnym lub analogicznym charakterze, obowiązki w zakresie przejrzystości określone w niniejszym ustępie ograniczają się do ujawnienia istnienia takich wygenerowanych lub zmanipulowanych treści w odpowiedni sposób, który nie utrudnia wyświeltania lub korzystania z utworu. Ważne jest doprecyzowanie w postawionym przeze mnie pytaniu, że w owym hipotetycznym filmie cyfrowi aktorzy zostali wykorzystani za zgodą ich rzeczywistych pierwowzorów. Przewidziany bowiem w art. 50 ust. 4 zd. 3 AI ACT ograniczony obowiązek w zakresie znaczenia ma zastosowanie tylko „z zastrzeżeniem odpowiednich zabezpieczeń w zakresie praw i wolności osób trzecich”, co wynika z pkt 134 preambuły AI ACT, choć nie znalazło to odzwierciedlenia w przepisach.

Na marginesie warto zauważyć, że w polskiej doktrynie postuluje się wprowadzenie regulacji nakazujących oznaczania wytworów SI^[36] jako dopełnienie również postulowanego wprowadzenia jakiegoś rodzaju środka prawnego, który umożliwiłby twórcom przynajmniej częściową rekompensatę szkód, które ponoszą ze względu na działania SI, stanowiącej dla nich poważną konkurencję, a jednocześnie intensywnie czerpiącą z ich pracy^[37]. Ma to związek ze zjawiskiem trenowania narzędzi SI z wykorzystaniem chronionych prawem autorskim utworów, przy jednoczesnych wątpliwościach, czy w ogóle stanowi to wkroczenie w monopol prawnautorski. Z kolei w przypadku pozytywnej odpowiedzi na to pytanie,

³⁵ W przedmiocie wykorzystania cyfrowych replik aktorów w filmach fabularnych por. Bałos, „Konsekwencje”, 390.

³⁶ Postuluje to m. in. Markiewicz, „ChatGPT”, pkt 1.7.

³⁷ W przedmiocie zgłaszanych w doktrynie propozycji i trudności związanych z ich realizacją por. Markiewicz, „ChatGPT”, pkt 4.5.

postulat oznaczania wytworów SI i rekompensaty dla twórców ma uzasadnienie we w zasadzie niemożliwych do pokonania w praktyce trudnościach dowodowych, na które napotkaliby twórcy chcący dochodzić swoich praw w związku z wykorzystaniem ich utworów do trenowania SI ^[38].

3 | Klauzula generalna

W dzisiejszych czasach szczególnie aktualna jest ocena Fryderyka Zolla z czasów pierwszej polskiej ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. (1926 r. ^[39]), że „Nieuczciwa konkurencja, zwłaszcza w zakresie przemysłu i handlu wykazała i wykazuje tyle pomysłowości, że ujęcie jej wyczerpujące w szczegółowe przepisy ustawowe tak samo wydaje się być rzeczą niemożliwą, jak według mitologii greckiej bezcelową rzeczą było ściganie boga Prometeusza dlatego, że zmieniać umiał ciągle postacie, w jakich występował”^[40]. Dlatego też ustawodawcy różnych krajów europejskich^[41], w tym ustawodawca polski, zdecydowali się sięgnąć do rozwiązania legislacyjnego w postaci klauzuli generalnej, która – pełniąc funkcję uzupełniającą w stosunku do przepisów definiujących delikty nazwane^[42] – pozwala na objęcie zakresem zastosowania ustawy wszystkich nagannych praktyk przedsiębiorców^[43]. Nie budzi wątpliwości, że choćby ze względu na ogromny rozwój nowoczesnych technologii, skatalogowanie i ujęcie w ramach katalogu

³⁸ Szerzej na ten temat por. Katarzyna Jasińska, „Trenowanie sztucznej inteligencji a naruszenie praw autorskich. Aspekty dowodowe” *Prawo i Więź*, nr 4 (2023): 419-434.

³⁹ Ustawa z 2.08.1926 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji (t.j. Dz. U. z 1930 r. Nr 56, poz. 467 z późn. zm.).

⁴⁰ *Wspomnienia Fryderyka Zolla*, oprac. Irena Homola Skąpska (Kraków: „Zakamycze”, 2000), 343.

⁴¹ Przegląd ustawodawstwa zaprezentował Stefanicki Robert, „Klauzula dobrych obyczajów jako kluczowa konstrukcja w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji” *Prawo Spółek*, nr 7-8 (2000).

⁴² Szwaia, Jasińska, „Komentarz do artykułu 3”, Nb 9-14.

⁴³ Por. uzasadnienie projektu u.z.n.k. W przedmiocie zastosowania w polskim prawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji klauzuli generalnej por. Janina Preussner-Zamorska, „Problematyka klauzuli generalnych na gruncie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Klauzula dobrych obyczajów w art. 16” *Kwartalnik Prawa Prywatnego*, z. 4 (1998); Janina Preussner-Zamorska, *Problematyka klauzuli*

zamkniętego wszystkich potencjalnych nieuczciwości przedsiębiorców byłoby niemożliwe. Znakomitym przykładem są właśnie nieuczciwości związane z wykorzystywaniem przez nich narzędzi działających w parciu o systemy SI, których powstania, a tym bardziej tego, że trafią „pod strzechy” i będą wykorzystywane na szeroką skalę tak w życiu prywatnym, jak i w działalności gospodarczej, nie mógł przewidzieć ani ustawodawca, ani nawet najwybitniejsi przedstawiciele doktryny nie tylko z czasów pierwszej polskiej u.z.n.k., ale nawet z czasów tej obowiązującej, nie bardzo starej przecież, bo pochodzącej z lat dziewięćdziesiątych XX wieku.

Nie można mieć moim zdaniem wątpliwości, że wprowadzenie klienta w błąd co do istotnej cechy produktu/usługi nie jest jedynym sposobem, w jaki może dojść do naruszenia interesów innego przedsiębiorcy. Może do tego dojść także poprzez wystawianie w różnego rodzaju konkursach, np. z zakresu wzornictwa przemysłowego (designu), produktów stworzonych przez SI, a przedstawianych jak wytwór człowieka i skutecznie rywalizujących z faktycznymi osiągnięciami ludzi (sytuacja może być też oczywiście odwrotna, tj. w rywalizacji wytworów SI przemysłowy zostaje efekt pracy człowieka). Gdyby taki nieuczciwy przedsiębiorca posługiwał się np. w istocie podstępnie zdobytą nagrodą czy wyróżnieniem w swojej komunikacji marketingowej, w mojej ocenie możliwe byłoby przypisanie mu deliktu nienazwanego z art. 3 ust. 1 u.z.n.k. Może on zapewnić ochronę w przypadkach, gdy art. 10 ust. 1 u.z.n.k. nie znajdzie zastosowania ze względu na braku ryzyka konfuzji czy brak spełnienia przesłanki istotności danej cechy. Nie będzie to ochrona przed wprowadzającym w błąd oznaczeniem, bo ta została kompleksowo uregulowana w art. 10 u.z.n.k., ale przed próbami nieuczciwego zwrócenie uwagi klientów na swój produkt/usługę, poprzez posłużenie się nieuczciwie zdobytą nagrodą (wyróżnieniem). Pamiętać bowiem należy, że odwoływanie się do klauzuli generalnej z art. 3 ust. 1 jest uzasadnione jedynie, gdy rozdział 2 u.z.n.k. nie typizuje konkretnego zachowania jako czynu nieuczciwej konkurencji^[44].

Powyższe rozważanie nie są bezprzedmiotowe, zważywszy na fakt, że już teraz zdarza się, iż – z różnych względów – zarówno wytwory SI biorą

generalnych na gruncie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji, Kwartalnik Prawa Prywatnego, z. 1 (1997): passim.

⁴⁴ Zob. wyr. SA w Warszawie z 20.2.2009 r., I ACa 1128/08, Legalis; Szwaja, Jasińska, „Komentarz do artykułu 3”, Nb 24.

udział w rywalizacji ludzi, jak i efekt pracy człowieka stają do konkursów przeznaczonych dla algorytmów^[45].

Szczególnym przypadkiem jest natomiast nagroda literacka Nikkei Hoshi Shinichi, ustanowiona ku pamięci Hoshi Shinichi, pisarza *science fiction*. Już w 2014 r. córka patrona nagrody zdecydowała się uwzględnić w rywalizacji o nią także wytwory SI^[46]. W 2016 r. opowiadanie *Dzień, w którym komputer napisze powieść* (*Konpyuta ga shosetsu wo kaku hi*), walcząc o tę nagrodę zakwalifikowało się do rywalizacji i przeszło też pierwszy etap selekcji.

4 | Podsumowanie

Jak wynika z powyższych rozważań, teoretycznie polska ustawa o zwalczaniu nieuczciwej zapewnia narzędzia mające chronić przedsiębiorców przed nieuczciwymi działaniami (zaniechaniami) innych uczestników obrotu związanymi z wprowadzającymi w błąd oznaczeniami towarów (usług) w zakresie sposobu ich powstania – z wyłącznym udziałem człowieka czy może w zdecydowanej części z udziałem narzędzi SI. W praktyce problem stanowiła będzie ocena, czy dane oznaczenie (jego brak) wprowadza w błąd, a przede wszystkim, czy wskazanie na sposób powstania danego produktu (świadczenia usługi) w ogóle ma dla wyboru klienta znaczenie. Sytuacji nie będzie ułatwiała zamiennność, której zapewne w tym zakresie będziemy z biegiem czasu doświadczali. Zmieniała się będzie nie tylko wspomniana w artykule świadomość odbiorców, ale także zmienne w czasie z dużym prawdopodobieństwem będzie ich nastawienie do wytworów SI czy jej udziału w świadczeniu usług. Zapewne dojdzie do momentu, w którym wyczerpie się efekt nowości, zachłystnięcia się nowymi technologiami i współpraca z SI nie będzie już miała siły przyciągania. Jednak aktualni sceptycy z dużym prawdopodobieństwem kiedyś oswoją się z omawianym zjawiskiem i współpraca przedsiębiorców z algorytmami nie będzie

⁴⁵ Leslie Katz, „AI Photo Contest Winner Disqualified Because It’s Real” *Forbes*, 14 czerwca 2024. <https://www.forbes.com/sites/lesliekatz/2024/06/13/real-photo-wins-ai-photography-contest/>. [dostęp: 13.12.2024].

⁴⁶ Ben Schiller, „This Japanese Novel Authored By A Computer Is Scarily Well-Written” *Fast Company*, 28 marca 2016. <https://www.fastcompany.com/3058300/this-japanese-novel-authored-by-a-computer-is-scarily-well-written>. [dostęp: 13.12.2024].

działała na nich odstrasza­jąco. Być może osiągniemy też etap, w którym – tak jak dziś cenione są wyroby *handmade* – cenione będą po prostu wyroby *man-made*, jako coś unikatowego i tym samym szczególnie wartościowego. Nie mam jednocześnie wątpliwości, że z biegiem czasu (a być może już teraz) w odniesieniu do wielu produktów/usług sposób ich powstania/świadczenia dla przeciętnego odbiorcy będzie w pełni irrelewantny. Zmiany, których zapewne w obu tych zakresach będziemy doświadczać, bez wątpienia będą utrudniały jakiekolwiek działania procesowe – stanowiska sądów wyrażone w uzasadnieniach wyroków czy nawet przeprowadzone na potrzeby postępowań sądowych czy też z innych powodów badania konsumenckie bardzo szybko mogą bowiem tracić na aktualności. Ponadto, aby miały one szansę na stanie się podstawą orzeczenia, będą musiały odnosić się do konkretnych rodzajów towarów czy usług.

Bibliografia

- Abhijit Ghosh, „Artificial Intelligence as an Innovation in the Film Industry” *Research Inspiration*, nr 3 (2023): 12-16. https://www.researchgate.net/publication/370560855_Artificial_Intelligence_as_an_Innovation_in_the_Film_Industry.
- Bałos Iga, „Konsekwencje braku kompleksowego modelu ochrony wizerunku i innych dóbr niematerialnych aktorów w kontekście stosowania narzędzi sztucznej inteligencji” *Prawo i Więź*, nr 4 (2023): 389-90; <https://www.prawo-iwiesz.edu.pl/piw/article/view/825/508>.
- Bellaiche Lucas, Rohin Shahi, Martin Harry Turpin, Anya Ragnhildstveit, Shawn Sprockett, Nathaniel Barr, Christensen Alexander, Paul Seli, „Humans versus AI: whether and why we prefer human-created compared to AI-created artwork” *Cognitive Research: Principles and Implications*, 42 (2023): 1-22. <https://cognitive-researchjournal.springeropen.com/articles/10.1186/s41235-023-00499-6>.
- Bier Henriette, „Implications of Robotics and AI in Architecture”, [w:] *Disruptive Technologies: The Convergence of New Paradigms in Architecture*, red. Morel Philippe, Bier, Henriette. 3-5, Cham: Springer International Publishing, 2023.
- Butz Martin V., „Towards strong AI” *KI – Künst Intelligenz*, 35 (2021): 91-101, https://www.researchgate.net/publication/349663788_Towards_Strong_AI.
- Graßl Michael, Jonas Schützeneder, Klaus Meier, „Artificial intelligence as a tool of assistance A scientific and practical perspective on AI in journalism”

- Journalism Research*, nr 1 (2022): 3-24. https://www.researchgate.net/publication/359730587_Artificial_intelligence_as_a_tool_of_assistance_A_scientific_and_practical_perspective_on_AI_in_journalism.
- Härkönen Heidi, „Fashion piracy and artificial intelligence—does the new creative environment come with new copyright issues?” *Journal of Intellectual Property Law & Practice*, nr 3 (2020): 163-172. https://www.researchgate.net/publication/344626316_Fashion_piracy_and_artificial_intelligence-does_the_new_creative_environment_come_with_new_copyright_issues.
- Hutson James, „Content creation or interpolation: AI generative digital art in the classroom” *Metaverse* nr 1 (2023): 1-13. https://www.researchgate.net/publication/370576573_Content_creation_or_interpolation_AI_generative_digital_art_in_the_classroom.
- Jasińska Katarzyna, „Trenowanie sztucznej inteligencji a naruszenie praw autorskich. Aspekty dowodowe” *Prawo i Więź*, nr 4 (2023): 419-434. <https://www.prawoiwiez.edu.pl/piw/article/view/796/522>.
- Kaplan Andreas, Michael Haenlein, „Siri, Siri in my Hand, who’s the Fairest in the Land? On the Interpretations, Illustrations and Implications of Artificial Intelligence” *Business Horizons*, nr 1 (2018): 15-25. https://www.researchgate.net/publication/328761767_Siri_Siri_in_my_hand_Who’s_the_fairest_in_the_land_On_the_interpretations_illustrations_and_implications_of_artificial_intelligence.
- Kavitha L, „Copyright Challenges in the Artificial Intelligence Revolution: Transforming the Film Industry from Script to Screen” *Trinity Law Review*, nr 1 (2024): 2-8. https://www.academia.edu/104246482/Copyright_Challenges_in_the_Artificial_Intelligence_Revolution_Transforming_the_Film_Industry_from_Script_to_Screen.
- Kępiński Marian, Jakub Kępiński, „Komentarz do artykułu 10”, [w:] *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, red. Janusz Szwaja. Marian Kępiński. Warszawa: C.H. Beck, 2024, Legalis.
- Kubera Grzegorz, „Ludzie nie czytają książek, za to piszą ich bardzo dużo. ‘Zalewają nas powieści generowane przez AI’” *Business Insider*, 1 października 2023.
- Lee Yu-Hsu, Chun-Yao Chiu, „The Impact of AI Text-to-Image Generator on Product Styling Design”, [w:] *Human Interface and Management of Information*, red. Yumi Ashaki, Mori Hirohiko. 502-515, Cham: Springer International Publishing 2021. https://www.researchgate.net/publication/372226270_The_Impact_of_AI_Text-to-Image_Generator_on_Product_Styling_Design.
- Markiewicz Ryszard, „ChatGPT i prawo autorskie Unii Europejskiej” *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelektualnej*, nr 2 (2023). Lex/el.

- Md Monirul Islam, „Artificial Intelligence in Indian Films: Anukul and AI ethics” *Short Film Studies*, nr 2 (2022): 183-192. https://www.researchgate.net/publication/366057213_Artificial_intelligence_in_Indian_films_Anukul_and_AI_ethics.
- Michalak Arkadiusz, „Komentarz do artykułu 10”, [w:] *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, red. Małgorzata Sieradzka, Mariusz Zdyb. Warszawa: Wolters Kluwer, 2016. Lex.
- Preussner-Zamorska Janina, „Problematyka klauzuli generalnych na gruncie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Klauzula dobrych obyczajów w art. 16” *Kwartalnik Prawa Prywatnego*, z. 4 (1998).
- Preussner-Zamorska Janina, „Problematyka klauzuli generalnych na gruncie ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji” *Kwartalnik Prawa Prywatnego*, z. 1 (1997).
- Stefanicki Robert, „Klauzula dobrych obyczajów jako kluczowa konstrukcja w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji w ustawie o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji” *Prawo Spółek*, nr 7-8 (2000).
- Szwaja Janusz, Katarzyna Jasińska, „Komentarz do artykułu 3” [w:] *Ustawa o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji. Komentarz*, red. Janusz Szwaja. Marian Kępiński. Warszawa: C.H. Beck, 2024. Legalis.
- Wspomnienia Fryderyka Zolla*, oprac. Irena Homola Skąpska. Kraków: „Zakamycze”, 2000.

