

# Spis treści

► WPROWADZENIE, <i>Jacek Gołaczyński, Xawery Konarski</i> .....	3
► AKTUALNOŚCI .....	5
<b>INTERNET I MEDIA</b>	
► Geneza, cele uchwalenia oraz najważniejsze zasady Aktu o usługach cyfrowych, <i>Jacek Gołaczyński, Xawery Konarski</i> .....	9
► Konflikt regulacji dotyczących treści cyfrowych: pierwszeństwo Aktu o usługach cyfrowych (AUC), <i>Janos Puskas, Tomasz Grzegory</i> .....	22
► Wpływ Aktu w sprawie sztucznej inteligencji na rozwiązania przewidziane w Akcie o usługach cyfrowych, <i>Agata Szeliga, Sylwia Macura-Targosz, Maciej Jakubowski</i> .....	26
► Gdzie DSM nie może, tam DSA pomoże, czyli o wzajemnej relacji art. 17 DSM oraz Aktu o usługach cyfrowych, <i>Rafał Skibicki</i> .....	32
► Akt o usługach cyfrowych w czasach ChatGPT: czy dostawcy generatywnej AI są pośrednikami internetowymi?, <i>Maria Dymitruk</i> .....	37
► A streaming platform as a multi-intermediary services platform, <i>Dominik Gabor</i> .....	42
► Pojęcie platform internetowych i wyszukiwarek internetowych według Aktu o usługach cyfrowych, <i>Jacek Gołaczyński</i> .....	51
► Usługi platform internetowych w świetle Aktu o usługach cyfrowych - analiza i kontekst prawny, <i>Małgorzata Soppa-Garstecka</i> .....	58
► Możliwy wpływ Aktu o usługach cyfrowych na branżę gamingową - wybrane zagadnienia, <i>Martyna Czapska</i> .....	62
► Transgraniczne nakazy udzielenia informacji na gruncie art. 10 Aktu o usługach cyfrowych, <i>Izabela Kowalczyk-Pakuła, Marcin Chołuj</i> .....	68
► Odpowiedzialność hosting providerów: analiza wyłączeń i efektywność mechanizmów zgłaszania i działania, <i>Dominik Lubasz, Witold Chomiczewski</i> .....	72
► Odpowiedzialność platform społecznościowych za treści publikowane przez użytkowników na gruncie DSA, <i>Adrian Chodyna, Karolina Kucharska</i> .....	79
► Tzw. klauzula dobrego Samarytanina w Akcie o usługach cyfrowych, <i>Arkadiusz Baran</i> .....	86
► Dark patterns z perspektywy ochrony danych osobowych (RODO) oraz Aktu o usługach cyfrowych (AUC), <i>Wojciech Lamik</i> .....	99
► Wpływ Aktu o usługach cyfrowych na sektor reklamy internetowej, <i>Michał Sałajczyk</i> .....	106
► Działalność reklamowa influencerów a Akt o usługach cyfrowych, <i>Martyna Mielniczuk-Skibicka</i> .....	113
► Zakaz profilowania do celów reklamowych z wykorzystaniem szczególnych kategorii danych osobowych na podstawie art. 26 ust. 3 Aktu o usługach cyfrowych, <i>Dominika Nowak-Byrtek, Katarzyna Syska</i> .....	120
► Sytuacja małoletnich w świetle przepisów Aktu o usługach cyfrowych - zagadnienia wybrane, <i>Mateusz Kupiec</i> .....	123
► Systemy rekomendacyjne w Akcie o usługach cyfrowych, <i>Gabriela Bar</i> .....	129
► Zgodność w fazie projektowania na gruncie Aktu o usługach cyfrowych - nowe podejście do roli platform internetowych w kształtowaniu bezpiecznego i zgodnego z prawem środowiska cyfrowego, <i>Magdalena Piech</i> .....	134
► Dezinformacja a Akt o usługach cyfrowych, <i>Aleksandra Auleytner, Marcin J. Stępień</i> .....	139
► Zasady dostępu i wykorzystania danych posiadanych przez VLOP i VLOSE przez Komisję Europejską i Koordynatorów do spraw usług cyfrowych, <i>Jarosław Geser</i> .....	144

## KOLEGIUM REDAKCYJNE

- |  |  |
|--|--|
| ► adw. Xawery Konarski (Traple Konarski Podrecki i Wspólnicy)<br>- redaktor naczelny | ► adw. Maciej Kubiak (SKP Ślusarek Kubiak Pieczyk)     |
| ► r.pr. dr Aleksandra Auleytner (Domański Zakrzewski Palinka)                        | ► r.pr. Mikołaj Sowiński (Sołtysiński Kawecki Szlęzak) |
| ► r.pr. Witold Chomiczewski (Lubasz i Wspólnicy)                                     | ► r.pr. Artur Piechocki (APLaw)                        |
|  | ► red. Piotr Grabarczyk (C.H.Beck)                     |

## RADA PROGRAMOWA

- |   |   |
|---|---|
| ► prof. Aleksander Chłopecki (Uniwersytet Warszawski)   | ► prof. Monika Namysłowska (Uniwersytet Łódzki)                         |
| ► prof. Kinga Flaga-Gieruszyńska (Uniwersytet Szczeciński)  | ► prof. Adrian Niewęglowski (Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej)      |
| ► prof. Jacek Gołaczyński (Uniwersytet Wrocławski)  | ► prof. Stanisław Piątek (Uniwersytet Warszawski)                       |
| ► prof. Katarzyna Grzybczyk (Uniwersytet Śląski)  | ► prof. Paweł Podrecki (Polska Akademia Nauk)                           |
| ► prof. Paweł Księżak (Uniwersytet Łódzki)  | ► prof. Przemysław Polański (Akademia Leona Koźmińskiego)               |
| ► prof. Wojciech Machała (Uniwersytet Warszawski)   | ► prof. Maciej Rogalski (Uczelnia Łazarskiego)                          |
| ► prof. Andrzej Matlak (Uniwersytet Jagielloński)   | ► prof. Rafał Sikorski (Uniwersytet im. Adama Mickiewicza)              |
| ► dr Ireneusz Matusiak (sędzia Sądu Okręgowego w Warszawie,<br>XXII Wydział Własności Intelektualnej) | ► prof. Grzegorz Sibiga (Polska Akademia Nauk)                          |
|   | ► prof. Marek Świerczyński (Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego) |

# Table of contents

► INTRODUCTION, <i>Jacek Gołaczyński, Xawery Konarski</i> .....	3
► NEWS .....	5

## INTERNET AND MEDIA

► The origin, objectives of adoption and major principles of the Digital Services Act, <i>Jacek Gołaczyński, Xawery Konarski</i> ...	9
► Conflict between digital content regulations: priority of the Digital Services Act (DSA), <i>Janos Puskas, Tomasz Grzegory</i> ...	22
► Impact of the Artificial Intelligence Act on the solutions envisaged in the Digital Services Act, <i>Agata Szeliga, Sylwia Macura-Targosz, Maciej Jakubowski</i> .....	26
► Where the DSM gets tough, the DSA will help, i.e. about the mutual relationship of Art. 17 DSM and the Digital Services Act, <i>Rafał Skibicki</i> .....	32
► The Digital Services Act in the times of ChatGPT: Are generative AI providers online intermediaries?, <i>Maria Dymitruk</i> .....	37
► A streaming platform as a multi-intermediary services platform, <i>Dominik Gabor</i> .....	42
► The concept of online platforms and search engines according to the Digital Services Act, <i>Jacek Gołaczyński</i> .....	51
► Online platform services of in light of the Digital Services Act – an analysis and legal context, <i>Małgorzata Soppa-Garstecka</i> .....	58
► Potential impact of the Digital Services Act on the gaming industry – selected issues, <i>Martyna Czapska</i> .....	62
► Cross-border information orders under Art. 10 of the Digital Services Act, <i>Izabela Kowalczyk-Pakuła, Marcin Chołuj</i> .....	68
► Responsibility of hosting providers: an analysis of exclusions and effectiveness of notice and action mechanisms, <i>Dominik Lubasz, Witold Chomiczewski</i> .....	72
► Liability of social media platforms for user content under the DSA, <i>Adrian Chodyna, Karolina Kucharska</i> .....	79
► The so-called Good Samaritan clause in the Digital Services Act, <i>Arkadiusz Baran</i> .....	86
► Dark patterns from the perspective of personal data protection (GDPR) and the Digital Services Act (DSA), <i>Wojciech Lamik</i> .....	99
► Impact of the Digital Services Act on the online advertising sector, <i>Michał Sałajczyk</i> .....	106
► Advertising activity of influencers and the Digital Services Act, <i>Martyna Mielniczuk-Skibicka</i> .....	113
► Prohibition of profiling for advertising purposes with the use of special categories of personal data under Art. 26. 3 of the Digital Services Act, <i>Dominika Nowak-Byrtek, Katarzyna Syska</i> .....	120
► The position of minors under the Digital Services Act – selected issues, <i>Mateusz Kupiec</i> .....	123
► Recommendation systems in the Digital Services Act, <i>Gabriela Bar</i> .....	129
► Compliance by design under the Digital Services Act – a new approach to the role of online platforms in shaping a secure and lawful digital environment, <i>Magdalena Piech</i> .....	134
► Disinformation and the Digital Services Act, <i>Aleksandra Auleytnier, Marcin Jerzy Stępień</i> .....	139
► Rules for access and use of data held by VLOP and VLOSE by the European Commission and Digital Services Coordinators, <i>Jarosław Greser</i> .....	144

## KWARTALNIK „PRAWO NOWYCH TECHNOLOGII”

### REDAKCJA:

adw. Xawery Konarski – redaktor naczelny  
Izabela Politowska – redaktor prowadząca

### ADRES REDAKCJI:

Wydawnictwo C.H.Beck  
ul. Bonifraterska 17  
00-203 Warszawa  
tel. 22 33 77 600  
e-mail: kwartalnik.pnt@beck.pl

### SKŁAD I ŁAMANIE:

IDENTIA Michał Majchrzak

### KOREKTA

język polski – Dorota Jagielska  
język angielski – Nick Faulkner

### ARTYKUŁY:

Artykuły zgłaszane do publikacji w formacie DOC lub RTF (o objętości do 40 tys. znaków ze spacjami i przypisami) wraz z danymi osobowymi autora (imię i nazwisko, tytuł naukowy, afiliacja, adres i telefon kontaktowy, adres e-mail) należy przysyłać pocztą elektroniczną na adres redakcji (kwartalnik.pnt@beck.pl).

Do artykułu należy dołączyć streszczenie w języku polskim i angielskim (maks. 800 znaków w języku angielskim) oraz po 5 słów kluczowych w języku polskim i angielskim, a także wykaz bibliografii.

W przypisie publikacji należy także podać informacje o źródłach jej finansowania (granty krajowe i międzynarodowe, dotacje fundacji, stowarzyszeń, instytucji komercyjnych).

Redakcja zastrzega sobie prawo dokonywania zmian redakcyjnych w nadesłanych opracowaniach, a w szczególności prawo skracania tekstów, wprowadzania śródtytułów, zmian tytułów, redukcji liczby przypisów i wprowadzania poprawek stylistycznych. Z chwilą przekazania tekstu Redakcji Autor przenosi wyłączne prawo do jego publikacji – prawa autorskie i wydawnicze – na Wydawcę.

Wersja papierowa jest wersją pierwotną (referencyjną) czasopisma.

### PRENUMERATA:

Informacje o prenumeracie: księgarnia.beck.pl  
Dział Obsługi Klienta: 22 311 22 22,  
e-mail: dz.handlowy@beck.pl

### REKLAMA:

W sprawie ogłoszeń i reklam należy kontakto-  
wać się z Działem reklamy – Kinga Filipowicz,  
tel. 22 33 77 652, reklama@beck.pl

NAKŁAD: 400 egz.