LEGO, LEVI'S I CHE GUEVARA. KRÓTKA HISTORIA SPORÓW PRAWNYCH O IKONY POPKULTURY

© KATARZYNA GRZYBCZYK

Wolters Kluwer

LEGO, LEVI'S I CHE GUEVARA. KRÓTKA HISTORIA SPORÓW PRAWNYCH O IKONY POPKULTURY

KATARZYNA GRZYBCZYK

Zamów książkę w księgarni internetowej
profinfo.pl
księgarnia internetowa

Wolters Kluwer Warszawa 2026

Spis treści

Wstęp 9

Rozdział I **Michelin i słynne gwiazdki** 11

1. Wprowadzenie 13
2. Ciekawa historia opony pneumatycznej 15
3. Dalsze losy braci Michelin 18
4. *Nunc est Bibendum* 20
5. *Przewodnik Michelin* 23
6. Własność intelektualna grupy Michelin 29
7. Parodia 33
8. Funkcja gwarancyjna znaków towarowych Michelin 35
9. Podsumowanie 37

Rozdział II **Najsłynniejsze spodnie świata** 39

1. Wprowadzenie 41
2. Strategia rynkowa 43
3. Marka Dockers 51
4. Naruszenia praw do znaku towarowego 54
5. Kontrowersje wokół producenta 61
6. Levi's w popkulturze 63
7. Podsumowanie 65

Rozdział III **LEGO – „tylko najlepsze jest wystarczająco dobre"** 67

1. Wprowadzenie 69
2. Pierwsze patenty 73
3. Znaki towarowe Grupy LEGO 77
4. Wzory przemysłowe 81
5. Prawo autorskie do klocków 85
6. Klony LEGO 93
7. Podsumowanie 96

Rozdział IV **Che Guevara – historia jednej fotografii** 99

1. Wprowadzenie 101
2. Historia jednej fotografii 105
3. Prawa autorskie do fotografii 108
4. Wizerunek Che w popkulturze 111
5. Nie tylko Che 116
6. Podsumowanie 122

Rozdział V ***I have a dream*** 125

1. Wprowadzenie 127
2. *I have a dream* 132
3. Dalsze losy przesłania 138
4. Prawa autorskie do przemówienia 142
5. Podsumowanie 153

Rozdział VI **Mark Twain – ojciec amerykańskiego prawa autorskiego** 155

1. Wprowadzenie 157
2. Walka o prawa autorskie 161
3. Dziwna historia *Autobiografii* 166
4. Terytorialny charakter ochrony i jego skutki 171
5. Przedsiębiorczy Mark Twain 173
6. Podsumowanie 179

Rozdział VII **Król potworów – Godzilla** 181

1. Wprowadzenie 183
2. Postać Godzilli 187
3. Spory prawne wokół postaci filmowych 190
4. Monopol na „zillę"? 199
5. Podsumowanie 205

Rozdział VIII **„Once You Pop, You Can't Stop"** 207

1. Wprowadzenie 209
2. Historia chipsów ziemniaczanych 211
3. „Jak raz sięgniesz, to już nie możesz przestać" 218
4. Własność intelektualna i chipsy ziemniaczane 225
5. Podsumowanie 230

Rozdział IX **Fridamania** 235

1. Wprowadzenie 237
2. Ikona popkultury 242
3. Bitwa o Fridę 244
4. Zakazane rękodzieło 250
5. Pośmiertna komercjalizacja dóbr osobistych 255
6. Zakończenie 259

Rozdział X **Marlboro Man – amerykański symbol męskości** 261

1. Wprowadzenie 263
2. Reklama papierosów w Stanach Zjednoczonych 269
3. Marlboro Man 272
4. Amerykański symbol kulturowy 276
5. Kowboje w akcji 277
6. Smutny(?) koniec Marlboro Mana 280
7. Marlboro Man i własność intelektualna 283
8. Podsumowanie 287

Zakończenie 289

Literatura 291

Wstęp

LEGO, Levi's i Che Guevara... to kontynuacja opracowania[1] dotyczącego wpływu, pozytywnego albo negatywnego, prawa własności intelektualnej na kreowanie ikon, idoli i symboli kultury i popkultury. Regulacje prawne z tego obszaru i ich umiejętne wykorzystanie mogą przyczynić się do wzmocnienia jakiegoś talentu, pomysłu czy twórczości, ale mogą także zablokować kreatywność lub spowodować żerowanie na niej.

Przykłady omówione w niniejszym opracowaniu mogą być nieoczywiste jako ikony – o niektórych młodsi czytelnicy (jeśli tacy są) być może nigdy nie słyszeli, jak np. Marlboro Man, innych np. nie lubią – może to dotyczyć Pringlesów lub chipsów w ogóle[2]. Niemniej jednak każda postać czy każdy artefakt ma swoją niepowtarzalną historię, ściśle związaną z prawem własności intelektualnej i to wydaje się mi się ciekawe. Mam nadzieję, że czytający te słowa także podzielą ten pogląd[3].

[1] *Ikony popkultury a prawo własności intelektualnej. Jak znani i sławni chronią swoje prawa*, Warszawa 2018.

[2] I ja się do tej grupy zaliczam.

[3] Jeśli nie wskazano inaczej, datą dostępu do podanych w publikacji stron internetowych jest 4.01.2026 r.

I

MICHELIN I SŁYNNE GWIAZDKI

1. Wprowadzenie

Ikoną popkultury, niezbyt oczywistą – mogłoby się wydawać, jest Michelin i jego gwiazdki. Dla mnie samej związek między słynnymi gwiazdkami, przyznawanymi restauracjom na całym świecie, a grubiutkim ludzikiem kojarzonym z oponami był bardzo odległy, a właściwie nie widziałam żadnego. O ile bowiem o gwiazdkach Michelin się mówi i się o nie walczy, o tyle opony samochodowe mogą być „ikoniczne" tylko dla dość wąskiej grupy osób[1]. Tymczasem okazuje się, że *Przewodnik Michelin* był dla producenta opon wtórnym projektem, zaś jego rola początkowo miała być nieco inna niż wyróżnianie ekskluzywnych restauracji. Nie powinno być także dla nikogo zaskoczeniem, że tym razem – inaczej niż w wielu przypadkach opisywanych przeze mnie w pierwszej części *Ikon* – historia nie jest związana ze Stanami Zjednoczonymi Ameryki, ale z Francją. A nie powinno to zaskakiwać, bo wszak mowa będzie o wyróżnieniach przyznawanych wyjątkowym restauracjom ze znakomitym menu, do których trudno byłoby zaliczyć amerykańskie fast foody...

Miejscem, w którym wszystko się zaczęło, jest niewielkie francuskie miasteczko Clermont-Ferrand, gdzie swoją działalność zlokalizowali bracia André i Édouard Michelin[2]. Należy jednak zauważyć, że na ich sukces zapracowały także wcześniejsze pokolenia, obdarzone – jak się wydaje – wyobraźnią, różnorodnością zainteresowań oraz odwagą podejmowania ryzyka.

[1] Choć jest to raczej moja intuicja niż wiedza poparta znajomością rynku kierowców samochodów.

[2] Ten pierwszy urodził się 16.01.1853 r. i zmarł 4.04.1931 r. w Paryżu, drugi urodził się w Clermont-Ferrand 23.06.1859 r., zmarł w Orcines 25.08.1940 r. *André Jules (1853–1931) & Edouard Michelin (1859–1940)*, https://www.erih.net/how-it-started/stories-about-people-biographies/biography/michelin.

Zdjęcie klocka hamulcowego o nazwie „The Silent": pierwszy wyprodukowany gumowy przedmiot Michelin wprowadzony na rynek w 1889 r., https://www.michelin.com/groupe/histoire

Rodzina Michelin zajmowała się prawem, biznesem i malarstwem – dość osobliwą mieszanką zainteresowań, zaś Jules Michelin, ojciec André i Édouarda, był celnikiem i malarzem[3]. Do produkcji opon doprowadziła jednak historia rodziny matki przedsiębiorców, zaczynająca się dość niepozornie, bo od uprawy buraków na brzegach rzeki Allier i założenia cukrowni przez niejakiego Nicolasa Édouarda Daubrée i jego kuzyna Aristide'a Barbiera. Kiedy powódź pokrzyżowała ich plany, przekwalifikowali się na produkcję gumy[4] i wkrótce założyli fabrykę zabawek w Clermont-Ferrand. Około 1850 r. córka Barbiera, Adèle Louise Blanche, poślubiła Jules'a Michelin – z tego małżeństwa narodzili się przyszli „oponiarze". We właściwym czasie bracia ożenili się z córkami Auguste'a Wolffa, współpracownika i następcy słynnego producenta fortepianów Camille'a Pleyela[5].

[3] G.-M. Thermeau, *André et Édouard Michelin: des patrons gonflés…*, „Contrepoints" 11.09.2016, https://www.contrepoints.org/2016/09/11/265324-andre-edouard-michelin-patrons-gonfles.

[4] Pomysł pochodził od żony Daubrée, Elisabeth Pugh-Barker, siostrzenicy chemika Macintosha, który odkrył rozpuszczalność gumy w benzynie. Na pamiątkę dmuchanych piłek, które zrobił dla niej wujek, zaczęła sama wytwarzać je w warsztatach męża. W ten sposób kauczuk znalazł się w Clermont-Ferrand. Por. *L'histoire Michelin. Plus de 130 ans d'aventures*, https://www.michelin.com/groupe/histoire.

[5] *Auguste Wolff*, https://fr.wikipedia.org/wiki/Auguste_Wolff. Auguste Wolff urodził się w Paryżu w 1821 r., był utalentowanym kompozytorem i muzykiem, otrzymał w 1839 r. pierwszą nagrodę w klasie fortepianu w Paryskim Konserwatorium Muzycznym. Do tego był zdolnym przedsiębiorcą, który został wspólnikiem Pleyela, współtworząc renomowane przedsiębiorstwo, do dziś istniejące. Stał się wyjątkowym konstruktorem fortepianów i wniósł ogromny wkład w rozwój firmy, zwłaszcza dzięki pomysłowości i jakości swoich innowacji. Por. *The beautiful story*, https://www.pleyel.com/en/the-beautiful-story.

28.05.1889 r. bracia przejęli stojący na skraju bankructwa rodzinny biznes i utworzyli nową firmę: Michelin & Cie., która oprócz tradycyjnej produkcji piłek gumowych wprowadziła na rynek płócienne i gumowe klocki hamulcowe The Silent do powozów konnych i welocypedów[6].

Wydarzeniem o historycznym znaczeniu dla przedsiębiorstwa było wyprodukowanie zdejmowanej opony rowerowej. Przypadek zrządził, że przejeżdżający obok fabryki angielski rowerzysta przebił oponę i potrzebował pomocy. Chociaż Édouard Michelin miał niewielkie pojęcie o gumie (dopiero uczył się od swoich pracowników), to bardzo zainteresował się kwestią klejonych opon (a w zasadzie długim procesem ich klejenia i suszenia) i wpadł na pomysł zdejmowania i wymiany opon[7].

2. Ciekawa historia opony pneumatycznej

Żaden z braci Michelin nie był jednak wynalazcą opony, zwłaszcza pneumatycznej – tym mianem zwykle określa się Szkota, Johna Dunlopa, który patrząc na swojego syna, usiłującego poruszać się na trójkołowym rowerze z twardymi gumowymi oponami po wyboistych drogach Belfastu[8], wymyślił dla niego pompowaną oponę w 1888 r. Opracował gumową rurkę owiniętą w płótno i przyklejoną do drewnianej obręczy – podobno dziecięcy smoczek służył jako zawór[9].

Opona okazała się strzałem w dziesiątkę, zaś Dunlop, gdy tylko zorientował się w jej potencjale, jeszcze w tym samym roku złożył wniosek o patent (w Stanach Zjednoczonych uzyskał go zaś w 1890 r.). Początkowo produkował opony do rowerów, ale niebawem jego firma Dunlop Pneumatic Tire and Booth's Cycle Agency Co. Ltd rozszerzyła działalność o produkcję opon do nowych samochodów osobowych, które pojawiały się w latach

[6] G.-M. Thermeau, *André…* Welocyped to dawny rower, zwykle z przednim kołem dużym, a tylnym małym; za *Welocyped*, https://sjp.pwn.pl/sjp/welocyped;2535159.

[7] G.-M. Thermeau, *André…*

[8] John Dunlop był lekarzem weterynarii ze Szkocji, osiadłym w Belfaście w Irlandii Północnej.

[9] J.B. Potthast, *Re-inventing the wheel*, https://www.dpma.de/english/our_office/publications/milestones/inventionsthatmadehistory/dunlop/index.html.

Pierwszy plakat reklamowy opon Dunlop, https://autohistorysigns.co.uk/product/dunlop-the-first-tyre-in-the-world-633ceo/

90. XIX wieku[10]. Pierwsza fabryka Dunlop została otwarta w Chinatown w Melbourne w 1893 r., zaś przedsiębiorstwo z pioniera stało się pierwszą globalną międzynarodową firmą oponiarską[11].

Jednakże Dunlop nigdy nie powinien uzyskać patentu, gdyż nie był pierwszym, który wymyślił i opatentował opony pneumatyczne. Brytyjski Urząd Patentowy przeoczył fakt, że inny Szkot, Robert William Thomson, uzyskał patenty na opony pneumatyczne we Francji i w USA 10 lat wcześniej[12]. Jego opona składała się z wydrążonego paska z indyjskiej gumy, napompowanego powietrzem i pokrytego skórzaną osłoną, koła tworzyły jakby „poduszkę powietrzną na podłożu, szynie lub torze", po której się toczyły (*aerial wheels*)[13]. Thomson zaprojektował jednak swoje opony dla powozów konnych i ze względu na koszty oraz postęp technologiczny jego wynalazek popadł w zapomnienie[14].

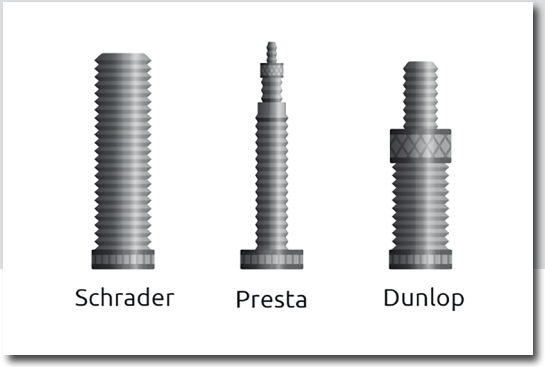
[10] How Scot John Boyd Dunlop gave the world the pneumatic tyre, 5.02.2016, https://www.scotsman.com/whats-on/arts-and-entertainment/how-scot-john-boyd-dunlop-gave-the-world-the-pneumatic-tyre-1483679. W 1886 r. powstał Patentwagen Nr. 1 konstrukcji Carla Benza. Był to pierwszy pojazd w dziejach ludzkości, który w pełni zasługiwał na miano samochodu. R. Rybicki, *Pierwszy samochód świata*, https://www.auto-swiat.pl/klasyki/pierwszy-samochod-swiata/xxwdx1x.

[11] Dunlop – Drive confident, https://tyreright.com.au/shop/dunlop/; Dunlop Rubber (Australia) Limited, https://openresearch-repository.anu.edu.au/communities/4bf81cd7-f1b0-47e5-81b7-68cfbdd8eca6.

[12] W 1839 r. w nowym procesie, zwanym wulkanizacją, dodano siarkę do gumy, aby uczynić ją giętką, ale nie lepką. Thomson wkrótce dostrzegł możliwość zastosowania tego materiału do poprawy wydajności i komfortu powozów konnych i z powodzeniem złożył wniosek o patent, zaś testy przeprowadzone w Hyde Parku w Londynie w 1847 r. udowodniły skuteczność jego rozwiązania. *Dunlop tyre*…

[13] J.B. Potthast, *Re-inventing*…

[14] *John Boyd Dunlop*, 21.08.2007, https://davesbikeblog.blogspot.com/2007/08/john-boyd-dunlop.html.



Zawór Dunlopa obok konkurencyjnych zaworów, https://www.tabou.pl/rodzaje-popularnych-wentyli-rowerowych/

Wydaje się, że Dunlop nie wiedział o wcześniejszym wynalazku – ale dowiedział się, gdy jego opony zaczęły stawać się popularne. W efekcie jego patent został unieważniony, co sprytnie wykorzystali znani nam już bracia Michelin i zaczęli produkować opony pneumatyczne na dużą skalę, zwłaszcza montując je w coraz liczniejszych samochodach.

Nie oznacza to jednak, że Dunlop się poddał. Wraz ze swoim wspólnikiem, Harveyem du Crosem, zatrudnili wybitnego (jak się później okazało) wynalazcę Charlesa Kingstona Welcha (m.in. w 1893 r. wynalazł „obręcz z koralikami", która zapobiegała spadaniu opony z felgi)[15], a także nabyli inne prawa i patenty, które pozwoliły im wyjść bez szwanku z opresji. Sam Dunlop ulepszał swój wynalazek, uzyskując nowe patenty – do najbardziej znanych i znajdujących zastosowanie dziś zalicza się zawór Dunlopa[16].

W kontekście opon nie można zapomnieć o Amerykaninie Charlesie Goodyearze, który w 1840 r. wynalazł sposób otrzymywania gumy w procesie gorącej wulkanizacji naturalnego kauczuku z siarką. Dzięki rewela-

[15] Zob. https://www.gracesguide.co.uk/Charles_Kingston_Welch.

[16] Zawór Dunlopa (ang. *Dunlop valve* lub *DV*) – rodzaj zaworu stosowanego w dętkach rowerowych, najczęściej nazywany wentylem rowerowym, zaworem Woodsa (ang. *Woods valve*) lub zaworem angielskim (ang. *English valve*). Por. *Zawór Dunlopa*, https://pl.wikipedia.org/wiki/Zaw%C3%B3r_Dunlopa. Do mniej znanych patentów Szkota należą balsam do skóry (https://www.dpma.de/docs/dpma/veroeffentlichungen/meilensteine/2021/gb000191024043a_skinlotion.pdf) czy woda toaletowa (https://www.dpma.de/docs/dpma/veroeffentlichungen/meilensteine/2021/fr434604a_eaudetoilette.pdf).

Katarzyna Grzybczyk, nr ORCID: 0000-0002-0694-8420

Recenzent
Dr hab. Marek Salamonowicz,
profesor Uniwersytetu Kazimierza Wielkiego w Bydgoszczy

Wydawczyni
Monika Pawłowska

Redaktor prowadzący
Adam Choiński

Opracowanie redakcyjne
JustLuk

Projekt okładki i układ typograficzny
Wojtek Janikowski

© Copyright by
Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., 2026

ISBN 978-83-8438-176-2

Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o.
Dział Zarządzania Prawami Autorskimi i Treściami
01-208 Warszawa, ul. Przyokopowa 33
tel. +48 692 477 076
e-mail: PL-ksiazki@wolterskluwer.com

księgarnia internetowa www.profinfo.pl

Publikacja to fascynująca opowieść o tym, jak prawo własności intelektualnej wpływa na kształt kultury. Od Michelin Mana i najsłynniejszych dżinsów świata, przez LEGO i Godzillę, aż po zdjęcie Che Guevary, przemówienie „I have a dream" czy historię Marlboro Mana – każde z tych zjawisk pokazuje, że prawo potrafi zarówno wspierać kreatywność, jak i ją blokować.

Autorka prowadzi czytelnika przez dziesięć niezwykłych historii, w których splatają się wynalazki, patenty, znaki towarowe, spory prawne i tło kulturowe. Niektóre ze zjawisk popkultury mogą dziś wydawać się nieoczywiste lub kontrowersyjne, ale wszystkie mają jedną wspólną cechę: powstały lub przetrwały dzięki mechanizmom ochrony własności intelektualnej – albo mimo nich.

To książka o ludziach, pomysłach i przypadkach. O twórcach, którzy bronili swoich praw, markach, które zbudowały światowe imperia, i zjawiskach, które nieoczekiwanie stały się elementem zbiorowej wyobraźni. Autorka pokazuje, że prawo może być narzędziem innowacji, nadużyciem, parasolem ochronnym albo hamulcem – a konsekwencje tego bywają bardziej zaskakujące, niż przewidywałby jakikolwiek ustawodawca.

KATARZYNA GRZYBCZYK – profesor doktor habilitowana; pracowniczka Wydziału Prawa i Administracji Uniwersytetu Śląskiego; radczyni prawna; zajmuje się prawem własności intelektualnej oraz prawem reklamy, jest autorką wielu publikacji z tego zakresu.

99 zł (w tym 5% VAT)
ISBN 978-83-8438-176-2
9 788384 381762

Zamówienia:
infolinia +48 801 044 545
zamowienia@wolterskluwer.pl
www.profinfo.pl

9788384381762 W01P01

Wolters Kluwer

Zamów książkę w księgarni internetowej
profinfo.pl
księgarnia internetowa