

Prawa autorskie w social mediach

Dlaczego temat praw autorskich dotyczy Social Media Managerki? Jako osoba publikująca treści w imieniu klienta, jesteś odpowiedzialna za to, co pojawia się na profilach marki. Nawet jeśli wydaje Ci się, że „to tylko obrazek z Pinteresta” albo „tylko przeredagowany cytat”, możesz nieświadomie naruszyć prawo. W sieci obowiązują te same przepisy, co poza nią – każde wykorzystanie cudzej twórczości bez zgody może prowadzić do konsekwencji prawnych.

Prawa autorskie chronią twórców i ich prace – zarówno w druku, jak i w internecie.

Co podlega ochronie?

Prawem autorskim chronione są wszystkie przejawy twórczości o indywidualnym charakterze, niezależnie od formy publikacji. Ochrona powstaje automatycznie, bez potrzeby rejestrowania czy oznaczania symbolem ©.

W kontekście social mediów dotyczy to między innymi:

- zdjęć i grafik,
- ilustracji, infografik, szablonów,
- muzyki i efektów dźwiękowych,
- tekstów, haseł, opisów,
- filmów, rolek, reelsów, stories,
- logo, kompozycji graficznych, layoutów.

Nie ma znaczenia, czy dana treść została pobrana z Google, Instagrama, Pinteresta, bloga czy strony klienta – bez zgody autora nie możesz jej użyć.

Czego nie wolno robić?

- kopiować zdjęć znalezionych w wyszukiwarce (Google Images),
- używać cudzych grafik z Instagrama, nawet jeśli dodasz podpis,
- pobierać materiałów z Pinteresta lub blogów bez zgody,
- udostępniać treści z książek, e-booków, kursów, artykułów w formie screenów,
- przerabiać cudzych treści i publikować jako własne,
- korzystać z szablonów i grafik pobranych nielegalnie z płatnych platform.

Co wolno – i na jakich warunkach?

1. Materiały stockowe (Canva, Pexels, Unsplash, Adobe Stock)
 - a. Zawsze sprawdzaj licencję – czy umożliwia użycie komercyjne, modyfikacje i publikację.
 - b. Pamiętaj, że nawet darmowe zdjęcie może mieć ograniczenia.
 - c. W Canvie: nie każda grafika lub element są objęte pełnym prawem do użytku komercyjnego (sprawdź szczegóły subskrypcji i warunki licencji).
2. Cytaty
 - a. Możesz cytować fragmenty, ale musisz podać autora i źródło.
 - b. Cytat nie może być całym postem – obowiązuje tzw. dozwolony użytek, czyli tylko część oryginalnego dzieła.
 - c. Nie wolno publikować całych tekstów, artykułów, screenów z książek.
3. Materiały od klienta
 - a. Jeśli klient dostarcza grafiki, logo, zdjęcia produktów – poproś o potwierdzenie, że ma do nich prawa.
 - b. Jeśli klient sam „znalazł coś w internecie”, nadal możesz odpowiadać za publikację nielegalnych treści.
4. Udostępnianie postów
 - a. Można korzystać z opcji „Udostępnij” (np. na Facebooku, Instagramie, LinkedInie), ponieważ platformy przewidują taką funkcję w swoich regulaminach.
 - b. Nie wolno jednak zapisywać czyjegoś posta, pobierać go, przerabiać i wrzucać jako własnego.

Co z Twoimi treściami?

Twoje teksty, grafiki i inne materiały, które tworzysz, również są chronione. Oznacza to, że:

- masz prawo reagować, gdy ktoś je kopiuje bez zgody,
- możesz zgłaszać naruszenia np. do Facebooka, Instagrama, YouTube,
- możesz żądać usunięcia posta, a nawet odszkodowania.

Warto regularnie zapisywać i archiwizować swoje treści, a także znać swoje prawa jako twórczyni.

Jakie mogą być konsekwencje naruszeń?

- obowiązek natychmiastowego usunięcia nielegalnych treści,
- odszkodowanie pieniężne – w Polsce nawet kilkadziesiąt tysięcy złotych,
- utrata zaufania klienta lub zakończenie współpracy,
- odpowiedzialność cywilna, a w niektórych przypadkach także karna.

Nie ma znaczenia, czy zrobiłaś to nieświadomie – prawo nie zwalnia z odpowiedzialności za „brak wiedzy”.

Jak się zabezpieczyć?

- Korzystaj z legalnych źródeł (stocki, własne zdjęcia, grafiki tworzone samodzielnie lub na zamówienie).
- Zawsze sprawdzaj warunki licencji i prawo do komercyjnego wykorzystania.
- Jeśli masz wątpliwości – nie publikuj.
- Edukuj klientów – np. nie akceptuj przesyłania „grafik znalezionych w Google”.
- Zadbaj o zapis w umowie, że klient odpowiada za legalność dostarczonych materiałów.

Czego się nauczyłaś?

- ☐ Wiem, że prawa autorskie obowiązują również w internecie i dotyczą m.in. zdjęć, tekstów, muzyki, grafik i filmów.
- ☐ Potrafię rozpoznać, które treści są chronione prawem autorskim (nawet jeśli nie mają oznaczenia copyright).
- ☐ Wiem, że nie mogę używać materiałów znalezionych w Google, na Instagramie czy Pinterście bez zgody autora.
- ☐ Potrafię korzystać z legalnych źródeł materiałów (np. Canva, Pexels, Unsplash) i wiem, jak sprawdzać licencję.
- ☐ Znam zasady cytowania – wiem, kiedy mogę zacytować i jakie warunki muszę spełnić (autor, źródło, fragment).
- ☐ Wiem, że potrzebuję potwierdzenia od klienta, że ma prawa do materiałów, które mi przekazuje.
- ☐ Rozumiem, że przerobienie cudzego materiału (np. zmiana koloru lub podpisu) nie oznacza, że mogę go legalnie użyć.
- ☐ Znam konsekwencje naruszenia praw autorskich – m.in. odpowiedzialność cywilną, finansową, a czasem karną.
- ☐ Wiem, że moje własne treści też są chronione i mogę je zgłaszać, jeśli ktoś je kradnie.
- ☐ Dbam o to, by moja praca była nie tylko kreatywna, ale też zgodna z prawem i profesjonalna.

NOTATKI

