

# Kwestie ochrony prawnoautorskiej oraz zagadnienia związane z prowadzeniem fanpage'a na Facebooku



**Paulina Surowiec**  
aplikant radcowski  
Kancelaria Kondrat  
i Partnerzy

Prywatne kliniki medycyny estetycznej oraz gabinety i salony kosmetyczne coraz częściej korzystają z Internetu jako sposobu na informowanie o prowadzonej przez siebie działalności. Poza stworzeniem strony internetowej czy też dystrybucją newsletterów do potencjalnych klientów, niemalże za obligatoryjne uznaje się w dzisiejszych czasach aktywne prowadzenie konta w mediach społecznościowych takich jak np. Facebook.

Nie jest łatwo pozyskać, a następnie stale utrzymywać, zainteresowanie fanów na tzw. facebookowym fanpage'u. Aby to uczynić, osoby prowadzące fanpage klinik medycyny estetycznej lub gabinetów kosmetycznych regularnie publikują posty o tematyce związanej z prowadzoną działalnością, udostępniają różnego rodzaju prezentacje oraz wyniki badań, jak również zdjęcia zadowolonych z wykonanych zabiegów pacjentów czy klientów. Utrwalone na zdjęciach efekty zabiegów wykonywanych w klinikach i gabinetach niezawodnie przemawiają do wyobraźni potencjalnych pacjentów i klientów. Wydaje się jednak, że wraz ze wzrostem aktywności prowadzonych w Social Media wzrasta problem naruszeń obowiązujących przepisów prawa, w tym m.in. praw autorskich do artykułów i zdjęć, jak również bezprawnego wykorzystania cudzego wizerunku.

W niniejszym artykule omówione zostaną kwestie ochrony prawnoautorskiej wynikającej z ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych [dalej: Prawo Autorskie] oraz zagadnienia związane z prowadzeniem fanpage'a na Facebooku.

## Prawo autorskie

Na wstępie należy podkreślić, że prawo autorskie chroni autorów i ich utwory niezależnie od tego czy są one publikowane w tradycyjnej papierowej formie czy też wyłącznie w wirtualnej rzeczywistości. Tym samym, każdy tekst lub zdjęcie będące utworem w rozumieniu Prawa Autorskiego publikowane w Internecie korzysta z prawnoautorskiej ochrony przewidzianej ww. ustawą.

Utworem – w rozumieniu Prawa Autorskiego – jest każdy przejaw działalności twórczej o indywidualnym

charakterze, ustalony w jakiegokolwiek postaci, niezależnie od wartości, przeznaczenia i sposobu wyrażenia. Przedmiotem Prawa Autorskiego są w szczególności utwory wyrażone słowem, symbolami matematycznymi, znakami graficznymi (literackie, publicystyczne, naukowe, kartograficzne oraz programy komputerowe), jak również utwory plastyczne, fotograficzne, audiowizualne). Istotnym jest, że ochrona prawnoautorska przysługuje twórcy niezależnie od spełnienia jakichkolwiek formalności (a zatem nie jest wymagane np. umieszczanie adnotacji o zastrzeżeniu praw, dokonanie ich wpisu do rejestru, jak również ponoszenie opłat z tego tytułu).

Celem zrozumienia istoty ochrony prawnoautorskiej należy również wskazać, że rozróżnia się prawa autorskie osobiste oraz prawa autorskie majątkowe. Pierwsze z nich są prawami ściśle związanymi z osobą twórcy, niezbywalnymi i nie podlegającymi zrzeczeniu się. Autorskie prawa osobiste obejmują w szczególności: prawo do autorstwa utworu, uprawnienie autora do oznaczenia utworu swoim nazwiskiem lub pseudonimem (albo do udostępniania go anonimowo), prawo do nienaruszalności treści i formy utworu oraz jego rzetelnego wykorzystania; prawo do decydowania o pierwszym udostępnieniu utworu publiczności oraz prawo do nadzoru nad sposobem korzystania z utworu.

Odmiennie kształtują się natomiast prawa autorskie majątkowe. Na ich treść składa się wyłączne prawo twórcy do korzystania z utworu i rozporządzania nim na wszystkich polach eksploatacji oraz do wynagrodzenia za korzystanie z utworu. Prawa autorskie majątkowe, w przeciwieństwie do praw osobistych, są zbywalne (np. poprzez sprzedaż lub darowiznę), jak również podlegają dziedziczeniu, zarówno w drodze testamentu, jak i dziedziczenia ustawowego. Ponadto, prawa autorskie majątkowe wygasają po upływie terminów wskazanych w Prawie Autorskim. Wygaśnięcie autorskich praw majątkowych pozostaje bez wpływu na przysługujące twórcy autorskie prawa osobiste.

## Publikacja tekstów (utworów) autorstwa osób trzecich

Powracając do kwestii prowadzenia profili na różnego rodzaju portalach społecznościowych i publikowania na nich tekstów (utworów) autorstwa osób trzecich, wskazać należy, że korzystanie z utworów i rozporządzanie nimi co do zasady wymaga zgody twórcy. *A contrario* brak zgody twórcy na korzystanie z utworu powoduje, że takie korzystanie jest naruszeniem praw autorskich.

Warto w tym miejscu podkreślić, że możliwe jest np. użycie bez zgody autora cudzego tekstu lub jego fragmentu poprzez skorzystanie z tzw. prawa cytatu. Zgodnie z art. 29 Prawa Autorskiego wolno przytaczać w utworach stanowiących samoistną całość urywki rozpowszechnionych utworów oraz rozpowszechnione utwory plastyczne, utwory fotograficzne lub drobne utwory w całości, w zakresie uzasadnionym celami cytatu, takimi jak wyjaśnianie, polemika, analiza krytyczna lub naukowa, nauczanie lub prawami gatunku twórczości. Używając cudzego tekstu należy jednak każdorazowo pamiętać o konieczności podawania źródła i nazwiska (pseudonimu) autora. Sąd Najwyższy, w wyroku z 23 listopada 2004 r. (sygn. akt I CK 232/04) wskazał, że przytoczenie cudzego utworu nawet w całości jest dozwolone, jeżeli następuje w celu określonym w art. 29 Prawa Autorskiego, przy czym przytaczany utwór musi pozostawać w takiej proporcji do wkładu twórczości własnej, aby nie było wątpliwości co do tego, że powstało własne dzieło.

Konsekwencją powyższego (i wskazówką dla użytkowników portali społecznościowych) jest zatem konieczność podawania źródeł i danych autorów, każdorazowo gdy publikujemy teksty, zdjęcia, wykresy i inne utwory w rozumieniu Prawa Autorskiego.

## Wykorzystanie cudzego wizerunku

Kolejnym problemem pojawiającym się nagminnie w mediach społecznościowych jest bezprawne wykorzystanie cudzego wizerunku. Zgodnie z art. 81 Prawa Autorskiego, rozpowszechnianie wizerunku wymaga zezwolenia osoby na nim przedstawionej. Zezwolenie nie jest wymagane, jeżeli osoba ta otrzymała umówioną zapłatę za pozowanie.

Prawo Autorskie przewiduje wyjątek od wymogu uzyskiwania zezwolenia. Nie jest ono wymagane w przypadku rozpowszechniania wizerunku:

- 1) osoby powszechnie znanej, jeżeli wizerunek wykonano w związku z pełnieniem przez nią funkcji publicznych, w szczególności politycznych, społecznych, zawodowych;
- 2) osoby stanowiącej jedynie szczegół całości takiej jak zgromadzenie, krajobraz, publiczna impreza.

Powracając do przytoczonego na wstępie artykułu przykładu zdjęć ukazujących wizerunek pacjenta gabinetu dermatologicznego (czy klienta gabinetu kosmetycznego) oraz efekty wykonanych zabiegów, wskazać należy, że opublikowanie tego rodzaju zdjęć wymaga zezwolenia fotografowanej osoby. Warto w tym miejscu podkreślić, że zakres (treść) zezwolenia winien być precyzyjnie określony. Przykładowo, wyrażenie przez pacjenta gabinetu dermatologicznego zgody na publikację jego zdjęcia (ukazującego efekty zabiegu estetycznego) na fanpage'u gabinetu medycyny estetycznej nie jest równoznaczne z udzieleniem zgody na publikację zdjęcia na okładce czasopisma wydawanego przez przedmiotowy gabinet. W przypadku braku zgody na rozpowszechnianie wizerunku (lub też rozpowszechnienia wizerunku w sposób wykraczający poza zakres zezwolenia), poszkodowany może skierować sprawę na drogę postępowania sądowego.

## Przestrzeganie regulaminów portali społecznościowych

Działanie w Social Media wiąże się nie tylko z obowiązkiem przestrzegania szeregu przepisów prawnych, ale również z dostosowaniem podejmowanych działań do regulaminów portali społecznościowych, których akceptacja jest podstawowym wymogiem warunkującym założenie konta (profilu) użytkownika.

Na przykładzie Regulaminu popularnego portalu społecznościowego Facebook, zauważyć można, że Regulamin ten w sposób szczegółowy określa kwestie związane m.in. z udostępnianiem treści i danych użytkowników, ochrony praw osób trzecich jak również kwestie dotyczące reklamodawców.

Regulamin Facebooka zakłada, że użytkownik jest właścicielem wszystkich materiałów i informacji publikowanych przez niego w serwisie i może on określać sposób ich udostępniania poprzez ustawienia prywatności oraz ustawienia aplikacji. Niemniej jednak, w przypadku treści objętych prawem własności intelektualnej, takich jak zdjęcia i filmy, użytkownik przyznaje Facebook'owi „*niewyłączną, zbywalną, obejmującą prawo do udzielania sublicencji, bezpłatną, światową licencję zezwalającą na wykorzystanie wszelkich treści objętych prawem własności intelektualnej publikowanych przez niego w ramach serwisu Facebook lub w związku z nim (Licencja IP)*”. Regulamin Facebooka zakłada jednocześnie, że „*Licencja IP wygasa wraz z usunięciem przez użytkownika treści objętych prawami własności intelektualnej lub konta, o ile treści te nie zostały udostępnione innym osobom, które ich nie usunęły*”. Parafrazując powyższe zastrzeżenie, wskazać należy, że popularne „udostępnianie” postów na Facebooku przyczynia się do tego, że pomimo usunięcia treści przez ich autora, Licencja, o której mowa powyżej nie wygasa dopóki wszystkie osoby, które udostępniły dany post nie usuną go ze swoich profilów. W takim przypadku Facebook – na podstawie udzielonej licencji – ma prawo nadal wykorzystywać te treści.

Można śmiało powiedzieć, że niniejszy artykuł jest jedynie kroplą w morzu prawa autorskiego. Poza rozważaniami pozostały natomiast m.in. zagadnienia dotyczące ochrony danych osobowych, a także kwestie związane z możliwością prowadzenia reklamy przez podmioty lecznicze. Bez wątpienia kliniki medycyny estetycznej, dermatologii i gabinety kosmetyczne winny zachować dużą ostrożność przy prowadzeniu profili (fanpage'ów) na portalach społecznościowych. Publikowanie zdjęć i artykułów, do których posiadamy prawa autorskie lub zgodę twórcy na ich rozpowszechnianie jest najbezpieczniejszym rozwiązaniem.

**Autor: Paulina Surowiec, aplikant radcowski, Kancelaria Kondrat i Partnerzy,  
Dane o autorze: [www.kondrat.pl/component/k2/item/752-paulina-surowiec.html](http://www.kondrat.pl/component/k2/item/752-paulina-surowiec.html), [www.kondrat.pl](http://www.kondrat.pl)**