

# **ZASADY ROZPOWSZECHNIANIA FOTOGRAFII I WIZERUNKU**

**Piotr Ślęzak**

**WZORY UMÓW**

---

# ZASADY ROZPOWSZECHNIANIA FOTOGRAFII I WIZERUNKU

---

Piotr Ślęzak

---

WZORY UMÓW

Zamów książkę w księgarni internetowej

**profinfo.pl**  
księgarnia internetowa

Stan prawny na 1 grudnia 2024 r.

Recenzent

Dr hab. Wojciech Machała

Wydawczyni

Monika Pawłowska

Redaktor prowadzący

Adam Choiński

Opracowanie redakcyjne

Katarzyna Świerk-Bożek

Projekt okładek serii

Wojtek Janikowski

prawoLubni

Ta książka jest wspólnym dziełem twórcy i wydawcy. Prosimy, byś przestrzegając przysługujących im praw. Książkę możesz udostępnić osobom bliskim lub osobiście znanym, ale nie publikuj jej w internecie. Jeśli cytujesz fragmenty, nie zmieniaj ich treści i koniecznie zaznacz, czyje to dzieło. A jeśli musisz skopiować część, rób to jedynie na użytek osobisty.

Szanujemy prawo i własność

Więcej na [www.legalnakultura.pl](http://www.legalnakultura.pl)

Polska Izba Książki

© Copyright by Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o., 2025

ISBN 978-83-8390-232-6

Wolters Kluwer Polska Sp. z o.o.

Dział Praw Autorskich

01-208 Warszawa, ul. Przyokopowa 33

tel. +48 728 313 462

e-mail: [PL-ksiazki@wolterskluwer.com](mailto:PL-ksiazki@wolterskluwer.com)

księgarnia internetowa [www.profinfo.pl](http://www.profinfo.pl)

# SPIS TREŚCI

<b>Wykaz skrótów .....</b>	<b>9</b>
<b>Wstęp .....</b>	<b>11</b>
<b>Rozdział I</b>	
<b>Ustalenia terminologiczne .....</b>	<b>15</b>
1. Wprowadzenie .....	15
2. Fotografia .....	16
2.1. Pojęcie utworu fotograficznego .....	16
2.2. Rodzaje utworów fotograficznych .....	31
2.2.1. Wprowadzenie .....	31
2.2.2. Fotografia reporterska .....	32
2.2.3. Fotografia naukowa .....	35
2.2.4. Fotografia portretowa .....	36
2.2.5. Fotografia dzieł sztuki i architektury .....	38
2.2.6. Fotografia reklamowa .....	41
3. Wizerunek .....	42
3.1. Wprowadzenie .....	42
3.2. Pojęcie wizerunku .....	47
3.3. Rodzaje wizerunku .....	52
3.4. Podmiot prawa do wizerunku .....	55
<b>Rozdział II</b>	
<b>Sporządzenie fotografii i wizerunku .....</b>	<b>59</b>
1. Wprowadzenie .....	59
2. Sporządzenie fotografii .....	59
2.1. Swoboda twórczości .....	59

2.2. Granice swobody twórczości .....	66
2.3. Swoboda wykonywania zawodu.....	74
3. Sporządzenie wizerunku.....	75
3.1. Zgoda jako zasada legalnego sporządzenia wizerunku.....	75
3.2. Interpretacja zgody.....	77
4. Skutki prawne sporządzenia fotografii i wizerunku.....	79
4.1. Sporządzenie fotografii i wizerunku jako akt twórczy...	79
4.2. Osobiste prawa autorskie.....	81
4.3. Majątkowe prawa autorskie.....	89
4.4. Skutki prawne sporządzenia fotografii i wizerunku niebędących utworami .....	94
4.5. Nabycie podmiotowych praw autorskich przez pracodawcę .....	96

### **Rozdział III**

<b>Rozpowszechnianie fotografii i wizerunku .....</b>	<b>99</b>
1. Wprowadzenie .....	99
2. Pojęcie rozpowszechniania .....	99
3. Rozpowszechnianie fotografii .....	101
3.1. Wprowadzenie .....	101
3.2. Zawieranie umów w sferze prawa autorskiego .....	102
3.3. Umowy najczęściej zawierane przez fotografów .....	113
3.4. Domena publiczna.....	120
3.5. Rozpowszechnianie fotografii będących utworami osieroconymi.....	121
3.6. Rozpowszechnianie fotografii będących utworami porzuconymi .....	122
3.7. Rozpowszechnianie fotografii inspirowanych oraz będących opracowaniami.....	122
4. Rozpowszechnianie wizerunku .....	124
4.1. Zgoda na rozpowszechnianie wizerunku.....	124
4.1.1. Wprowadzenie.....	124
4.1.2. Charakterystyka zgody na rozpowszechnianie wizerunku.....	125
4.2. Sytuacje, kiedy nie jest wymagane uzyskanie zgody osoby widniejącej na wizerunku.....	128

4.2.1. Wprowadzenie.....	128
4.2.2. Zapłata za pozowanie.....	129
4.2.3. Wizerunek osoby powszechnie znanej.....	131
4.2.4. Wizerunek stanowiący szczegół większej całości.....	135
4.3. Szczególne sytuacje rozpowszechniania wizerunku....	137
4.3.1. Wprowadzenie.....	137
4.3.2. Ochrona wizerunku rozpowszechnianego w Internecie .....	137
4.3.3. Rozpowszechnianie wizerunku osoby małoletniej .....	142
4.3.4. Rozpowszechnianie wizerunku sportowców .....	146
4.3.5. Wykorzystanie maski artystycznej .....	149
4.3.6. „Kradzież” wizerunku przy użyciu sztucznej inteligencji.....	150
4.3.7. Korzystanie z wizerunku w prawie prasowym...	151
4.3.8. Korzystanie z wizerunku w prawie karnym.....	154
4.3.9. Korzystanie z wizerunku w prawie administracyjnym .....	157
4.3.10. Korzystanie z wizerunku w prawie pracy .....	158

## **Rozdział IV**

<b>Dozwolony użytek w zakresie fotografii i wizerunku.....</b>	<b>161</b>
1. Istota dozwolonego użytku .....	161
2. Dozwolony użytek prywatny .....	164
3. Dozwolony użytek w zakresie mediów .....	168
3.1. Wprowadzenie .....	168
3.2. Utrwalanie dla potrzeb własnych nadawców .....	169
3.3. Retransmisje.....	170
3.4. Odbiór utworów.....	171
3.5. Przedruk .....	172
3.6. Sprawozdania .....	173
3.7. Korzystanie z publicznych występów.....	173
4. Dozwolony użytek w zakresie nauczania i nauki .....	174
4.1. Wprowadzenie .....	174
4.2. Eksploracja tekstów i danych.....	175
4.3. Korzystanie przez instytucje.....	177

---

4.4. Zamieszczanie utworów w podręcznikach.....	180
4.5. Utwory niedostępne w handlu .....	182
5. Prawo cytatu.....	184
6. Dozwolony użytek w zakresie utworów plastycznych .....	189
6.1. Wprowadzenie .....	189
6.2. Publiczne wystawienie egzemplarza utworu plastycznego .....	189
6.3. Zniszczenie oryginalnego egzemplarza utworu plastycznego .....	192
6.4. Prawo panoramy.....	193
6.5. Udostępnianie fotografii i utworów plastycznych w encyklopediach .....	195
6.6. Korzystanie z fotografii w celu promocji wystawy .....	196
7. Dozwolony użytek w celach publicznych.....	197
8. Dozwolony użytek w celach gospodarczych.....	199
9. Dozwolony użytek na rzecz osób niepełnosprawnych .....	200
<b>Podsumowanie .....</b>	<b>203</b>
<b>Załącznik. Wzory umów .....</b>	<b>211</b>
1. Umowa o stworzenie fotografii (na przykładzie zamówienia fotoreportażu).....	211
2. Umowa o wystawienie fotografii (na przykładzie wystawy fotograficznej) .....	216
3. Umowa o prezentację fotografii w Internecie (na przykładzie portalu internetowego zamieszczającego fotografie).....	221
4. Zgoda na rozpowszechnianie wizerunku (na przykładzie umowy z modelką/modeliem) .....	227
<b>Bibliografia.....</b>	<b>231</b>
<b>Netografia.....</b>	<b>245</b>
<b>Orzecznictwo .....</b>	<b>247</b>

## WSTĘP

Niniejsza praca została poświęcona niektórym aspektom rozpowszechniania fotografii i wizerunków. Impulsem do zajęcia się tą problematyką była doniosłość społeczna tego zagadnienia. Kwestia korzystania z fotografii i wizerunków ma duże znaczenie w sferze medialnej. Przejawia się ono w praktycznej działalności mediów, jak i w odbiorze obrazów przez widownię. Media czy też konkretne osoby zatrudnione w poszczególnych jednostkach zaliczanych do tej sfery zarówno generują fotografie i wizerunki, jak i korzystają z materiałów wytworzonych przez osoby z zewnątrz. Natomiast z punktu widzenia odbiorcy wzrok jest najważniejszym źródłem informacji. Obrazy od wieków pełnią rolę „mediatora” między jednostką ludzką a światem. Natomiast współcześnie mamy do czynienia z niespotykaną wcześniej intensyfikacją kultury wizualnej i wzrostem znaczenia obrazów w świadomości człowieka<sup>1</sup>. Można powiedzieć, że człowiek współczesny żyje między przestrzeniami realnego świata a przestrzeniami wygenerowanymi przez media<sup>2</sup>.

Odrębną kwestią jest wykorzystanie fotografii i wizerunków w Internecie i w mediach społecznościowych. W przestrzeni, jaką stanowią media społecznościowe, ludzie dzielą się fotografiami, w tym także wizerunkami. Poszczególne platformy dają również zawodowym foto-

---

<sup>1</sup> Zob. J. Szulich-Kałuża, *Fotografia jako narzędzie mediatyzacji wojny w mediach społecznościowych – na przykładzie fotografii z wojny na Wschodniej Ukrainie*, ZNKUL 2018/241, s. 351.

<sup>2</sup> Tak słusznie J. Musiał, *Fotografia jako przestrzeń kulturowa. Obraz – media – autor*, niepubl. praca doktorska, Katowice 2008, [https://rebus.us.edu.pl/bitstream/20.500.12128/5201/1/Musial\\_Fotografia\\_jako\\_przestrlen\\_kulturowa\\_obraz\\_media\\_autor.pdf](https://rebus.us.edu.pl/bitstream/20.500.12128/5201/1/Musial_Fotografia_jako_przestrlen_kulturowa_obraz_media_autor.pdf) (dostęp: 2.10.2024 r.), s. 4.



grafom możliwość pokazywania swoich prac i budowania społeczności miłośników fotografii (np. Instagram, Facebook, Pinterest, 500px).

Jeśli zatem kwestie dotyczące fotografii i wizerunku odgrywają coraz większą rolę we współczesnym świecie, warto poznać wynikające z norm prawnych zasady dotyczące ochrony tych kategorii przedmiotów niematerialnych. Ich znajomość i przestrzeganie zapewni komfort funkcjonowania osobom tworzącym fotografie i wizerunki, jak również osobom, które z nich korzystają w celach zawodowych czy prywatnych.

Regulacje dotyczące ochrony fotografii i wizerunku są „rozrzucone” w różnych aktach prawnych rangi ustawowej. Podstawowe uregulowania można znaleźć w prawie autorskim, prawie prasowym i Kodeksie cywilnym. Warto jednak zdawać sobie sprawę, że także inne akty prawne regulują pewne kwestie dotyczące rozpowszechniania fotografii i wizerunków, na przykład Kodeks karny.

Należy także mieć na uwadze, że konkretna fotografia często jest obiektem, który inkorporuje różne przedmioty niematerialne – utwór fotograficzny i wizerunek. Powoduje to, że rozważając problemy związane z ich ochroną, musimy sięgać do różnych aktów prawnych.

Autorowi pozostaje żywić nadzieję, że uwagi zawarte w niniejszej publikacji pozwolą Czytelnikowi lepiej zorientować się w zawiłościach regulacji prawnych dotyczących rozpowszechniania fotografii i wizerunku. Powinny to ułatwić zwłaszcza zawarte na końcu książki wzory umów, stanowiące autorskie propozycje treści kontraktów zawieranych w praktyce rynkowej. Obejmują one następujące umowy: o stworzenie fotografii, o wystawienie fotografii, o prezentację fotografii w Internecie oraz zgodę na rozpowszechnianie wizerunku.

Warto wyraźnie zaznaczyć, że ambicją autora nie było stworzenie opracowania wyczerpująco opisującego problematykę rozpowszechniania fotografii i wizerunku. Dotyczy ono wyłącznie kwestii mechanizmów regulujących aktywność polegającą na ich rozpowszechnianiu oraz korzystaniu z nich przez osoby trzecie w różnych sytuacjach. Natomiast poza zakresem rozważań pozostają roszczenia przysługujące w razie

naruszenia praw autorskich do dzieła fotograficznego i prawa do wizerunku oraz dochodzenie tych roszczeń. W przekonaniu autora powinny one stać się przedmiotem odrębnego opracowania.

Tychy, 1 grudnia 2024 r.

*Piotr Ślęzak*

## Rozdział I

# USTALENIA TERMINOLOGICZNE

## 1. Wprowadzenie

Zanim nastąpi omówienie zagadnień podstawowych z punktu widzenia tematyki niniejszej pracy, tj. sporządzenia i rozpowszechniania fotografii i wizerunku, trzeba wyjaśnić istotę fotografii i wizerunku jako zjawisk prawnych.

W kwestii fotografii omówienia wymaga zwłaszcza zagadnienie wskazania tych składników fotografii, które przesądzają o tym, że działania fotografa możemy uznać za działalność twórczą, a w konsekwencji objąć tę fotografię ochroną autorskoprawną. Warto także pokrótce scharakteryzować poszczególne rodzaje fotografii funkcjonujące w obrocie oraz ich ochronę prawną.

Należy również przybliżyć istotę wizerunku, charakter prawa do wizerunku, rodzaje wizerunku oraz podmiot prawa do wizerunku. W kwestii wizerunku niezwykle istotne konsekwencje praktyczne wywołuje rozbieżność ochrony na regulację zawartą w Kodeksie cywilnym i regulację autorskoprawną.

## 2. Fotografia

### 2.1. Pojęcie utworu fotograficznego

Nazwa „fotografia” została zaczerpnięta z języka greckiego i oznacza „rysowanie światłem”. Jako pierwszy określenia tego użył w 1833 r. John Herschel, opisując eksperymenty z rejestracją obrazów uzyskanych w *camera obscura*<sup>1</sup>. Nazwa ta upowszechniła się i weszła do języka potocznego. Można jej przypisać podwójną funkcję w języku. Z jednej strony wskazuje ona na istotę działalności człowieka polegającej na wytwarzaniu obrazów uzyskanych przez naświetlanie materiału światłoczułego, a następnie jego utrwalenie przez kąpiel w roztworze chemicznym. Z drugiej strony pozwala zaliczyć tę aktywność do tzw. sztuk wizualnych.

Na potrzeby niniejszej pracy wskazane wydaje się wyznaczenie granicy pomiędzy pojęciami: „dzieło sztuki”, „dzieło sztuk plastycznych” i „dzieło sztuk wizualnych”. Należy przyjąć, że dzieło sztuki jest artefaktem (tzn. wytworem człowieka) zawierającym w sobie element piękna, który podlega recepcji odbiorcy<sup>2</sup>. Aktywność człowieka w dziedzinie sztuki jest zatem kształtowaniem piękna. Piękno dostrzegano w naturze, a sztuka jest naśladowaniem natury<sup>3</sup>. Rzecz jasna, koncepcje piękna zmieniają się w czasie. Każda epoka kształtuje własne kanony piękna. Dlatego nie ma potrzeby określenia idei piękna – wystarczy odwołać się do zbioru obiektów, o których ludzie na przestrzeni kilku tysięcy lat wydali sąd, że są piękne<sup>4</sup>. Będą one dziełami sztuki. Powołując się na słowa Davida Hume’a, że: „Piękno nie jest właściwością samych rzeczy. Istnieje w umyśle, który je ogląda, a każdy umysł postrzega inne piękno”<sup>5</sup>, możemy twierdzić, iż poczucie piękna jest czysto subiektywne.

---

<sup>1</sup> Por. R.M. Sarbiński, *Utwór fotograficzny i jego twórca w prawie autorskim*, Warszawa 2004, s. 34.

<sup>2</sup> Tak W. Tatarkiewicz, *Parerga*, Warszawa 1978, s. 7 i n.

<sup>3</sup> Takie podejście można dostrzec w myśli filozoficznej od czasów renesansu do schyłku XIX w. Por. A. Ochwat, *Jak znaleźć utwór w dziele sztuki*, niepubl. praca magisterska, Kraków 2010, s. 24–27.

<sup>4</sup> Tak U. Eco, *Historia piękna*, Poznań 2016, s. 10.

<sup>5</sup> <https://lubimyczytac.pl/cytat/108326> (dostęp: 1.03.2024 r.).

Z kolei do sztuk plastycznych możemy zaliczyć: malarstwo, rysunek, grafikę, komiks, fotografię, animację, rzeźbę architekturę, scenografię, kostiumografię, wzornictwo przemysłowe<sup>6</sup>. Piękne wytwory mieszczące się w obrębie wskazanych dziedzin będą dziełami sztuk plastycznych.

Wreszcie zakres pojęcia „dzieło sztuk plastycznych” jest szersze od zakresu pojęcia „dzieła sztuk wizualnych”. Sztuki wizualne obejmują różne dziedziny twórczości artystycznej, które widz odbiera za pośrednictwem zmysłu wzroku. Kategoria ta obejmuje zarówno tradycyjne sztuki plastyczne (takie jak malarstwo czy rzeźba), jak i nowe zjawiska (takie jak performance, instalacja, widowiska laserowe), których nie obejmowały tradycyjne sztuki plastyczne<sup>7</sup>.

Historia fotografii liczy prawie 200 lat. W 1839 r. niemal jednocześnie ogłoszono we Francji i w Anglii wynalezienie dwóch technik fotograficznych – dagerotypii, stworzonej przez francuskiego malarza Louisa Jacques’a Mandégo Daguerre’a, i procesu negatywowo-pozytywowego Williama Henry’ego Foxa Talbota<sup>8</sup>. Pierwsza technika dawała bardzo szczegółowy obraz na pokrytej srebrem miedzianej płycie, natomiast druga polegała na użyciu papieru w procesie, który umożliwiał uzyskanie wielu odbitek z pojedynczego negatywu. Obie techniki opierały się na dwóch prawach fizyki i chemii, a mianowicie reakcji określonych związków chemicznych na światło oraz powstawaniu obrazu w ciemnej skrzynce (*camera obscura*) po przejściu światła przez otwór<sup>9</sup>. Metody fotograficzne jako kosztowne były wykorzystywane głównie przez profesjonalnych fotografów. Masowy rozwój fotografii amatorskiej zapoczątkowało pojawienie się w 1888 r. błony fotograficznej<sup>10</sup>.

---

<sup>6</sup> Zob. hasło: „sztuki plastyczne”, [https://pl.wikipedia.org/wiki/Sztuki\\_plastyczne](https://pl.wikipedia.org/wiki/Sztuki_plastyczne) (dostęp: 1.03.2024 r.).

<sup>7</sup> Zob. hasło: „sztuki wizualne”, [https://pl.wikipedia.org/wiki/Sztuki\\_wizualne](https://pl.wikipedia.org/wiki/Sztuki_wizualne) (dostęp: 1.03.2024 r.).

<sup>8</sup> W.S. Johnson, M. Rice, C. Williams, *Historia fotografii od 1839 roku do dziś*, tłum. E. Tomczyk, Kolonia 2010, s. 36.

<sup>9</sup> W.S. Johnson, M. Rice, C. Williams, *Historia...*, s. 36.

<sup>10</sup> Zob. R.M. Sarbiński, *Utwór...*, s. 36.

Współcześnie powszechnie wykorzystywana jest technologia fotografii cyfrowej wynaleziona w 1975 r. przez Stevena Sassona, inżyniera firmy Kodak (producenta aparatów fotograficznych)<sup>11</sup>. Zachowanie obrazu następuje przez pomiar natężenia światła dla poszczególnych punktów (pikseli) matrycy<sup>12</sup>.

Na rynku oferowano zatem konsumentom tradycyjne aparaty na kliszę (potocznie nazywane analogowymi) oraz cyfrowe. Jeszcze w 2003 r. sprzedaż obu typów aparatów była równa. Później amatorzy fotografii zaczęli chętniej kupować aparaty cyfrowe. Obecnie można mówić o fascynacji aparatami dostępnymi w smartfonach. Duży wpływ na zainteresowanie aparatami cyfrowymi ma technologia cyfrowa, która umożliwia natychmiastowe obejrzenie zdjęcia, a karty pamięci mają nieporównywalną z tradycyjną kliszą fotograficzną pojemność, przez co fotografowanie jest tańsze<sup>13</sup>.

Nowinka techniczna, jaką była fotografia, szybko stała się popularna. Jednak jej atrakcyjność dostrzegano jedynie w możliwościach technicznych łatwego i stosunkowo taniego odwzorowywania rzeczywistości. Natomiast uznanie fotografii za przejaw sztuki oraz możliwość jej ochrony autorskoprawnej wywoływały spory. Trzeba było ponad 150 lat, by twórczość fotograficzną potraktowano jako działalność twórczą (także w wymiarze prawnym). Wynikało to z upowszechnienia się poglądu, zgodnie z którym technika fotograficzna stwarza szerokie możliwości, jednakże jeśli nie jest połączona z wizją i entuzjazmem fotografa, jest czymś powierzchownym i bez znaczenia. To ludzie robią zdjęcia, a nie sprzęt<sup>14</sup>.

---

<sup>11</sup> Por. M. Skrzypek, *Historia fotografii, czyli jak człowiek nauczył się zatrzymywać czas w kadrze*, <https://drewnianysklep.pl/2023/08/16/historia-fotografii-czyli-jak-czlowiek-nauczyl-sie-zatrzymywac-czas-w-kadrze/> (dostęp: 1.03.2024 r.).

<sup>12</sup> Zob. hasło: „fotografia cyfrowa”, [https://pl.wikipedia.org/wiki/Fotografia\\_cyfrowa](https://pl.wikipedia.org/wiki/Fotografia_cyfrowa) (dostęp: 1.03.2024 r.).

<sup>13</sup> Por. M. Falarna, *Fascynująca historia sprzedaży aparatów między 1951–2015 r.*, <https://fotoblogia.pl/fascynujaca-historia-sprzedazy-aparatow-miedzy-1951-2015,6793562817464449a> (dostęp: 1.03.2024 r.).

<sup>14</sup> Zob. H. Davis, *Kompozycja zdjęć. Kreatywna fotografia*, Gliwice 2010, s. 12–15.

W rozwoju ochrony prawnej fotografii można wyróżnić cztery fazy, które cechowały się uchwalaniem aktów prawnych w interesującej nas dziedzinie: druga połowa XIX w., początek XX w., okres tuż po II wojnie światowej oraz okres współczesny<sup>15</sup>. Fotografia, od początku swego istnienia, była traktowana przez prawników jako gorsza siostra sztuki. Ślady tego modelu myślenia można odnaleźć także we współczesnych ustawodawstwach. W niektórych krajach obok utworu fotograficznego funkcjonują tzw. zwykłe fotografie, które nie spełniają kryteriów uznania ich za utwór; jednak z pewnych względów (np. z uwagi na wartość historyczną, dokumentalną) zasługują na ochronę<sup>16</sup>.

W prawie polskim nowy przedmiot ochrony w postaci utworu fotograficznego pojawił się w ustawie z 29.03.1926 r. o prawie autorskim. Zgodnie z przepisem art. 1 pr. aut. z 1926 r. przedmiotem prawa autorskiego były zdjęcia fotograficzne lub otrzymane w podobny do fotografii sposób. Podobnie ustawa z 10.07.1952 r. o prawie autorskim obejmowała ochroną jako przedmiot prawa autorskiego utwory, w tym utwory sztuk plastycznych (art. 1 § 2). Wreszcie ustawa z 4.02.1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych chroni utwory fotograficzne (art. 1 ust. 2 pkt 3). Jak widać, zgodnie z wolą ustawodawcy polskiego ochroną autorskoprawną objęte są przejawy działalności twórczej człowieka (utwory) posiadające cechę „fotograficzności”. Warto spróbować przeanalizować te cechy.

Ustawodawca polski sformułował definicję ustawową utworu w przepisie art. 1 ust. 1 pr. aut. Jest ona lakoniczna. Dostosował się tym samym do ogólnościowego trendu, zgodnie z którym definicję utworu należy formułować w sposób zwięzły, syntetyczny. Zgodnie z art. 1 ust. 1 pr. aut. przedmiotem prawa autorskiego jest każdy przejaw działalności twórczej o indywidualnym charakterze, ustalony w jakiejkolwiek postaci, niezależnie od wartości, przeznaczenia i sposobu wyrażenia (utwór). Wykładnia zacytowanego przepisu pozwala stwierdzić, że utworem w rozumieniu prawa polskiego jest przedmiot (obiekt), który łącznie

---

<sup>15</sup> Por. E. Ferenc-Szydelko, *Kształtowanie się praw autorskich do utworu fotograficznego*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Szczecińskiego”. Roczniki Prawnicze 2000/11, s. 1 i n.

<sup>16</sup> Zob. V. de Sanctis, M. Fabiani, *I Contratti di diritto di autore*, Milano 2007, s. 297.

W publikacji autor wyjaśnia, jak legalnie korzystać z fotografii i wizerunku, by nie narazić się na odpowiedzialność cywilną lub karną.

Z opracowania dowiesz się:

- jak prawidłowo odebrać zgodę na wykorzystanie zdjęcia i wizerunku,
- kiedy fotografia i wizerunek nie są chronione prawem autorskim,
- czy można wykorzystać fotografię będącą dziełem osieroconym,
- kiedy nie jest potrzebna zgoda na rozpowszechnienie wizerunku,
- czym jest „kradzież” wizerunku za pomocą sztucznej inteligencji.

Ważnym uzupełnieniem publikacji są wzory pism, w tym umów o stworzenie fotografii oraz o prezentację zdjęcia w Internecie (na przykładzie portalu internetowego zamieszczającego fotografie).

Książka jest przeznaczona dla osób korzystających z fotografii i wizerunku w działalności gospodarczej i zawodowej, a zwłaszcza dla pracowników wydawnictw, agencji reklamowych, dziennikarzy, organizatorów imprez kulturalnych, fotografów. Zainteresuje również adwokatów i radców prawnych zajmujących się tą dziedziną. Jako pomoc dydaktyczna może służyć także studentom prawa oraz kierunków artystycznych.

**Piotr Ślęzak** – profesor doktor habilitowany nauk prawnych; pracownik Szkoły Filmowej im. K. Kieślowskiego w Uniwersytecie Śląskim w Katowicach; arbiter Sądu Polubownego ds. Domen Internetowych przy Polskiej Izbie Informatyki i Telekomunikacji; radca prawny; stypendysta Instytutu Maxa Plancka w Monachium; autor ponad 70 publikacji, głównie z zakresu prawa cywilnego, prawa własności intelektualnej i prawa mediów, w tym: *Umowa o rozpowszechnianie filmu* (1999), *Pola eksploatacji utworów audiowizualnych* (2006), *Umowy w zakresie współczesnych sztuk wizualnych* (2012), *Kulinaria w polskim prawie własności intelektualnej* (2022), *Prawo autorskie. Wzory umów z komentarzem* (2021, 4. wydanie); redaktor i współautor książki *Prawo mediów* (2020).



9 788383 902326 W01P01

ISBN 978-83-8390-232-6



9 788383 902326

**ZAMÓWIENIA:**

INFOLINIA: +48 801 044 545

ZAMOWIENIA@WOLTERSCLUWER.PL

WWW.PROFINFO.PL