

# PRAWNA OCHRONA WIZERUNKU

stan prawny 2018

# POLACY W SOCIAL MEDIA

Polacy uwielbiają korzystać z mediów społecznościowych, dominuje oczywiście Facebook. Część z urzędników korzysta z tego medium do prowadzenia oficjalnych fanpage - co jest zrozumiałe, w części urzędów stosowane są blokady informatyczne ograniczające dostęp do mediów społecznościowych. To jednak nie stanowi najmniejszego problemu w momencie, kiedy niemalże każdy z nas posiada telefon z dostępem do sieci. To kusi. Tym bardziej, że uwielbiamy spędzać czas w wirtualnej przestrzeni, nawet będąc w pracy.

Polscy internauci korzystają z internetu na urządzeniach mobilnych, średnio przez

**1h i 49 min**



**16%** używa aplikacji mobilnych Social media.



Co 6 polski internauta korzysta z Facebooka codziennie.

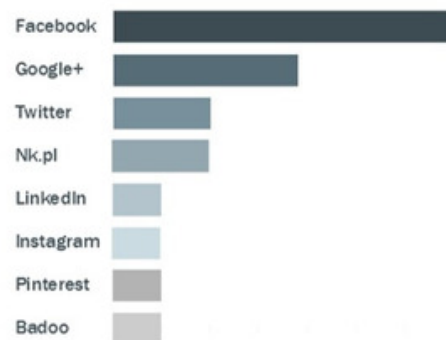


33% polskich internautów ogląda filmy w serwisie YouTube kilka razy w tygodniu.



Z pozostałych serwisów społecznościowych polscy internauci korzystają kilka razy w miesiącu.

## NAJAKTYWNIJSZE SOCIAL MEDIA



# **ROZPOWSZECHNIANIE WIZERUNKU BEZ ZGODY (ART. 81 UST. 2 PR.AUT.)**

1. Rozpowszechnianie wizerunku wymaga zezwolenia osoby na nim przedstawionej. W braku wyraźnego zastrzeżenia zezwolenie nie jest wymagane, jeżeli osoba ta otrzymała umówioną zapłatę za pozowanie.

2. Zezwolenia nie wymaga rozpowszechnianie 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 szczególności takiej jak zgromadzenie, krajobraz, publiczna impreza.

# **NORMA POZWALA NA POSTAWIENIE GENERALNEJ TEZY, ŻE ROZPOWSZECHNIENIE WIZERUNKU JAKIEJŚ OSOBY JEST DOPUSZCZALNE, JEŚLI SPEŁNIONY JEST JEDEN Z PONIŻSZYCH WARUNKÓW:**

- człowiek ten się na to zgodził;
- dostał wynagrodzenie za pozowanie, ale nie sprzeciwił się wyraźnie publikacji jego wizerunku;
- jest to osoba powszechnie znana, a zdjęcie zrobiono przy okazji zajmowania się przez nią rzeczą, z której jest znana — w takiej sytuacji nie jest wymagane wyrażenie zgody przez tę osobę;
- wizerunek został utrwalony tylko jako szczegół większej całości, co należy rozumieć albo jako sztafaż, albo przez udział tej osoby w jakiejś większej grupie.



## **PRZEKROCZENIE GRANIC DOPUSZCZALNEJ KRYTYKI**

Prawo prasowe, Dz. U.84.5.24 z dn. 26 stycznia 1984r.,  
art. 38, pkt. 1

## **POMÓWIENIE**

Kodeks Karny, Dz. U.1997.88.553, z dn. 6 czerwca 1997,  
art. 212, par. 1 – 2

## **WYGŁASZANIE PUBLICZNIE PRAWDZIWYCH ZARZUTÓW**

Kodeks Karny, Dz. U.1997.88.553, z dn. 6 czerwca 1997,  
art. 213 par. 3 Obowiązek udowodnienia wygłaszanych  
publicznie zarzutów

## **GODNOŚĆ I POWAGA ORGANU KONSTYTUCYJNEGO RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ**

Kodeks Karny, Dz. U.1997.88.553, z dn. 6 czerwca 1997, art. 226,  
par. 2

## **ZNIEWAŻENIE**

Kodeks Karny, Dz. U.1997.88.553, z dn. 6 czerwca 1997, art. 216 Dot.  
funkcjonariusza publicznego oraz Dz.U. 1997 nr 89 poz. 555. Ustawa z  
dnia 6 czerwca 1997 r. - Kodeks postępowania karnego art. 60 par 1

## **OCHRONA DÓBR OSOBISTYCH**

Dz.U. 1964 nr 16 poz. 93. Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks  
cywilny, art. 24 art. 24 Dobra osobiste: zdrowie, wolność, cześć, swoboda  
sumienia, nazwisko lub pseudonim, wizerunek, tajemnica korespondencji,  
nietykalność mieszkania, twórczość naukowa, artystyczna, wynalazcza i  
racjonalizatorska

## **INFORMACJE NIEPRAWDZIWE – W RAMACH TRYBU WYBORCZEGO**

Dz.U. 2011 nr 21 poz. 112. Ustawa z dnia 5 stycznia 2011 r. - Kodeks  
wyborczy art. 111 Zastosowanie tylko i wyłącznie w czasie wyborów przez  
organy uprawnione: pełnomocnik komitetu wyborczego, komitet wyborczy,  
kandydat

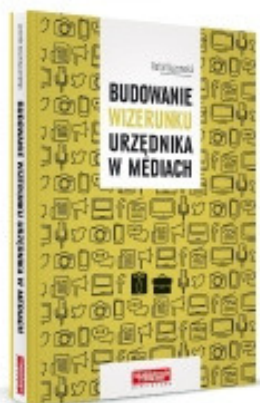
Potrzebujesz doradztwa, szkolenia z zakresu

# PRAWNA OCHRONA WIZERUNKU

w mediach i mediach społecznościowych

skontaktuj się

[www.guzowski.pl](http://www.guzowski.pl)



Rafał Guzowski

Ekspert z zakresu komunikacji, polityki informacyjnej i ochrony wizerunku.

Obecnie:

o DORADCA DS. WIZERUNKU – NEXTDAY TOUCHPOINT COMMUNICATION

o EKSPERT, AUTOR ARTYKUŁÓW – „MARKETING W URZĘDZIE”

o EKSPERT, AUTOR ARTYKUŁÓW – „TECHNOLOGIA W EDUKACJI”

Autor dwóch książek: „Budowanie wizerunku urzędnika w mediach” – dwukrotnie wydanie oraz „Administracja publiczna w mediach społecznościowych” – Wydawnictwo Presscom, autor kilkunastu artykułów naukowych związanych z promocją, budowaniem marki, polityką informacyjną i wykluczeniem cyfrowym.

Były dziennikarz radiowy, telewizyjny, prasowy