

magazyn edukacji prawnej, kultury i sztuki

mecenas

nr 2 (2) 2022

magazyn bezpłatny



TEMAT NUMERU

Nieograniczona wolność słowa

– czyli czy można opluć nauczyciela

fundacja
Mecenas₅₀

prawo sztuka kultura

Z czym kojarzy Wam się adwokat? Najczęściej z salą sądową i obrońcą. Wcale tak nie jest. Inna nazwa adwokata to mecenas. Nawet gdy ktoś zwraca się do adwokata, mówi – „pani mecenas, panie mecenasie”.

Czym pierwotnie był mecenas? Wikisłownik podaje, że to osoba lub instytucja, która finansuje artystę, rzadziej również naukowców. Dopiero na drugim miejscu czytamy o adwokacie jako zamiennie stosowanym określeniu mecenas.

Od dawna zastanawialiśmy się jak znowu połączyć te dwa światy i udało się.

Stworzyliśmy fundację, która ma za zadanie pokazywać, jak wiele wspólnego ma **prawo i kultura i sztuka**. Stąd wzięła się nazwa Fundacja Mecenas 5.0.

Magazyn Mecenas, który macie przed sobą to tylko jeden z elementów naszych działań. Możecie nas śledzić na facebooku, pokazujemy się też czasem w innych sieciach, ale i organizujemy wydarzenia związane z edukacją o sztuce, kulturze i prawie.

Pomagajcie, jak możecie swoimi pomysłami. Jeśli macie ochotę z nami pracować i nas wspierać, serdecznie zapraszamy. Do pisania, do pracy w fundacji i do pokazywania tego, co chcecie za naszym pośrednictwem. Potencjał ludzi kreatywnych napędza nas do życia.

Czekamy nas Was.

fundacja
Mecenas_{5.0}

Spis treści

- 4 Jestem Google, mecenas Google!
- 8 Nieograniczona wolność słowa – czyli czy można opluć nauczyciela
- 13 Logotyp – obrazek, czy chroniony prawem utwór?
- 20 Umowa rzecz święta – twórco – zadbaj o siebie
- 25 Ubezpieczenie filmowca
- 28 Wspólny utwór

Jestem Google, mecenas Google!

KATARZYNA EFFORT-SZCZEPANIAK

Odkąd dostęp do Internetu jest powszechny, a Wikipedia wyjaśnia wszystkie wątpliwości świata, popularnym remedium na kłopoty rodzinne, zdrowotne, życiowe stał się niejaki Pan Google. Pan Google może być lekarzem, adwokatem, psychologiem, wskazać najlepszą restaurację w okolicy i najkrótszą do niej drogę.

Dr Google jest bardzo starannie wykształcony. Posiada nie tylko wiedzę akademicką, ale także praktyczną i chętnie dzieli się doświadczeniami ludzi, z którymi miał do czynienia.

Doktor Google po lakonicznym opisie dolegliwości wskaże jednostkę chorobową i metody jej leczenia – medyczne, zwyczajowe, homeopatyczne i życzeniowe. Szczegółowo wyjaśni, jak leczyć wirusy skórki z cytryny i czerstwym chlebem oraz co zażywać na porost włosów.

Podobnie rzecz ma się z mecenasem Google. Mamy problem – piszemy do mecenasa. I po chwili pojawia nam się szereg informacji i propozycji rozwiązań. To nic, że większość z nich wzajemnie się wyklucza lub jest wewnętrznie sprzecznych, nieaktualnych lub w ogóle nieistniejących. Ważne, że wklepaliśmy pytanie i mamy odpowiedź. Aha, co istotne – mecenas Google stoi frontem do klienta – klient sam wybiera sobie rozwiązanie, które najbardziej mu się podoba – czyste *wishful thinking*.

Niestety, albo może na szczęście, zarówno doktor jak i mecenas nie ponoszą żadnej odpowiedzialności za swoje porady.

Dlaczego nie należy wierzyć mecenasowi Google?

Po pierwsze dlatego, że czytając internetowe porady, najczęściej nie mamy pewności, kto za nimi stoi. Czy jest to osoba mająca odpowiednią wiedzę, wykształcenie, czy ma doświadczenie praktyczne? Czy po prostu pisze sobie porady na podstawie swoich, niemiarodajnych opinii.

Po drugie, bez względu na to, jak krytycznie to ocenimy, z lektury samych przepisów niewiele wynika. Aby udzielić kompetentnej porady prawnej, zasugerować skuteczne postępowanie czy rozwiązanie, należy poza znajomością przepisów, mieć wiedzę z zakresu orzecznictwa sądowego, praktyki postępowania, a przede wszystkim należy wiedzieć, jak do danego stanu faktycznego (czyli sytuacji, w jakiej znalazła się potrzebująca osoba) dopasować przepisy. W polskim systemie prawnym nie obowiązuje tak jak w np. w Stanach Zjednoczonych system prawa precedensowego. Podczas rozprawy strona nie wstaje i nie obwieszcza, że powołuje się na sprawę Kowalski przeciwko miastu Pabianice z 1965 r. Nie znaczy to jednak, że orzeczenia sądowe, w szczególności zaś wyroki Sądu Najwyższego, nie mają znaczenia. Orzeczenia wiążą tzw. siłą autorytetu, to znaczy, że jeśli sąd wyższej instancji (okręgowy, apelacyjny, a w szczególności Sąd Najwyższy) wydał wyrok, w którym przesądził znaczenie danego wyrażenia, to sąd niższej instancji powinien to wyrażenie tak właśnie rozumieć i w taki właśnie sposób stosować. Przykładem może być określenie „dobra wiara”, które znaleźć można np. w przepisach dotyczących instytucji zasiedzenia nieruchomości. Z samej lektury przepisu – „posiadacz nieruchomości w dobrej wierze” – nie wynika w żaden sposób, czym ta dobra wiara jest. Jednocześnie od tego, czy wiara jest dobra czy zła, zależy okres, po jakim można nabyć w drodze zasiedzenia własność nieruchomości, co wiąże się z doniosłym skutkiem dla tego, kto tę własność nabędzie albo utraci. W takiej sytuacji przydaje się znajomość aktualnego orzecznictwa sądowego. W nim bowiem

znajduje się wiele przykładów na to, kiedy daną sytuację należy zakwalifikować jako „dobrą wiarę”, a kiedy nie. Znajomość orzecznictwa zaś wynika z doświadczenia i regularnego praktykowania oraz codziennego zaznajamiania się adwokatów ze zmianami zarówno w przepisach jak i w orzecznictwie.

Mecenas Google w swoich zasobach ma oczywiście wszystko, ale czy potrafi powiązać to w logiczny sposób i skutecznie zastosować? Co się tyczy praktyki – to wydaje się oczywiste – lekarz, który spotkał w swoim gabinecie sto przypadków ospy wietrznej wie, że dzisiaj przyszedł pacjent z różyczką, a nie z ospą. Podobnie jest z adwokatami; wiedzą, kiedy i jaki wniosek dowodowy złożyć, gdzie szukać odpowiednich dokumentów i co w praktyce umożliwi najlepsze zaprezentowanie stanowiska klienta w sądzie. Tej wiedzy nie można nabyć tylko z ksiązek i przepisów kodeksowych!

Czy wiedza z Internetu jest zła?

Oczywiście, że nie! Internet to niewyczerpana kopalnia informacji i wiedzy. W sieci znaleźć można różnego rodzaju źródła zawierające rzetelne informacje, opracowania, porady i jak najbardziej można z nich korzystać. Wielu adwokatów prowadzi blogi z wyczerpującymi poradami z danej dziedziny, chętnie odpowiada na pytania internautów. Na stronach kancelarii, różnych fundacji, organizacji pozarządowych, czy innych stronach branżowych umieszczane są artykuły, opracowania, porady, a nierzadko nawet wzory pism czy umów. Z takich wiarygodnych źródeł można stosunkowo bezpiecznie korzystać. Zawsze trzeba być jednak uważnym, sprawdzać, kto informację opublikował, czy jest ona aktualna i przede wszystkim – czy nadaje się do zastosowania w naszej sprawie.

A Joli się udało!

Korzystając z porad mecenasa Google’a, z których skorzystała już Jola, nie możemy mieć pewności, że załatwimy sprawę z sukcesem. Po pierwsze – skąd wiadomo, że Joli faktycznie się udało? Po drugie, więcej niż pewne jest, że sytuacja Joli była nieco inna niż nasza. Nawet drobna różnica w stanie faktycznym (np. spóźnienie się ze złożeniem pisma o trzy dni) może pociągać za sobą powstanie zupełnie innej sytuacji niż u Joli.

Dlatego warto weryfikować wiedzę nabytą u mecenasa Google’a. W obrocie prawnym nie jest tak, że jeden i ten sam „trik” zawsze zadziała. Sprawa każdego klienta jest inna, nawet jeżeli z pozoru wydaje się taka sama, jak sprawa Joli.

Zrobiłem tak, jak wygooglowałem

Nie udało się, mimo że postąpiłem tak, jak czytałem w Internecie. No cóż, mecenas Google nie stanął na wysokości zadania. Albo może i doradzał dobrze, ale nie zrozumieliśmy tego, co miał nam do przekazania i... sprawa jest już na takim etapie, że poradzić sobie z nią trudno. I to nawet mecenasowi w „realu”.

Niestety obrót prawny to taka dziedzina, w której na wszystko trzeba zwracać uwagę. Na upływ terminów, na specyficzne, konkretne słownictwo, na to, jakie konsekwencje prawne pociągają za sobą nasze działania, nawet jeżeli sobie tego nie uświadamiamy.

Wśród adwokatów krążą opowieści o sprawach, które zostały sromotnie przegrane, a nadawały się na spektakularny sukces, gdyby... osoba (klient) wcześniej przyszła po pomoc i dała sobie szansę na pozytywne zakończenie.

Warto zatem zajrzeć do adwokata. Warto zapytać, upewnić się i mieć spokojną głowę i rzetelną wiedzę. Warto skonfrontować mecenasa Google'a z żywym mecenasem – adwokatem. ■

Nieograniczona wolność sło- wa – czyli czy można opluć nauczy- ciela

KATARZYNA PIOTROWSKA-MAŃKO

Swego czasu, w związku z żądaniami wysuwanymi przez nauczycieli, pojawiło się multum wypowiedzi zarówno na łamach prasy, w przeróżnych mediach, włącznie z telewizją, obrazujących i wyjaśniających zasady pracy i wynagradzania nauczycieli, ale także oceniających jakość tej pracy często w sposób generalizujący. Pojawiły się nie tylko wypowiedzi prasowe i oficjalne. Mieliśmy do czynienia z wypowiedziami prywatnymi, na przeróżnych forach. W zależności od profilu miały charakter mniej lub bardziej merytoryczny, a często były po prostu wypowiedziami nie nadającymi się do powtórzenia.

Oczywiście każdy ma prawo mówić, co myśli. Nie zawsze jednak mówi i myśli jednocześnie i powstaje pytanie czy można powiedzieć wszystko i w dowolny sposób. Można uznać, że to nie jest kwestia prawa, że to brak wychowania, jednak po co w takim razie jest prawo? Nie jestem zwolenniczką Kodeksu Hammurabiego, ale prawo jest po to, aby z niego korzystać wtedy, gdy ktoś wkra-cha w sferę, przez prawo chronioną. I tak jest w tym przypadku. Ochronie podlega godność człowieka.

Zderzamy tu tzw. dwa dobra osobiste, dwa prawa przynależne człowiekowi – godność i prawo do wolności słowa, chronione Konwencją Praw Człowieka, Konstytucją RP i przepisami prawa cywilnego. Na tle tego konkretnego zdarzenia, o jakim mówimy, pojawia się jeszcze inne prawo – prawo społeczeństwa do rzetelnej informacji, chronione m. in. prawem prasowym i cywilnym.

Oba prawa – godność człowieka, jego dobre imię oraz wolność słowa, są prawami równolegle chronionymi, nie mają charakteru absolutnego. Jak stwierdził Sąd Najwyższy w 2005 r. (III CZP 53/04) prawa, o jakich mowa, są chronione w oparciu o Konstytucję (art. 14 i 54 ust. 1 oraz art. 30, 31 ust. 3 i 47), umowy międzynarodowe (art. 10 ust. 1 i 2 Konwencji o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności, art. 19 Powszechnej Deklaracji Praw Człowieka, art. 17 i 19 Międzynarodowego Paktu Praw Obywatelskich i Politycznych) oraz ustaw (art. 24 k.c. i art. 1, 6, 12 ust. 1 i 41 prawa prasowego).

Oba z tych praw mogą podlegać ograniczeniom ze względu na inne prawa i tak będą występowały sytuacje, gdy prawo do ochrony czci będzie musiało ustąpić prawu do wolności słowa i prawu społeczeństwa do informacji. O tym, które z praw w danej sytuacji jest „ważniejsze” będzie decydował sąd w konkretnej sprawie.

Komentarz na facebooku

Na gruncie konkretnych wypowiedzi, pojawiających się w kontekście protestu nauczycieli, można swobodnie powiedzieć, że w wypowiedziach kierowanych do konkretnych postów na facebook’u czy innych portalach społecznościowych, doszło niewątpliwie do naruszenia godności i dobrego imienia i to w stopniu znacznym, przez osoby prywatne wobec konkretnych osób.

Z czym do sądu

Dochodzenie tych praw polegać może bądź na żądaniu usunięcia wpisów (jeśli facebook na żądanie pokrzywdzonych jeszcze tego nie zrobił, albowiem takie przypadki się zdarzały), ale także można domagać się przeproszenia i to w bardzo konkretny sposób. Sądowi trzeba wskazać, jak takie przeprosiny mają brzmieć oraz opisać szczegółowo, gdzie i kiedy oraz na jak długo mają się pojawić. Ważne, aby działanie sprawcy było adekwatne do tego, czego się dopuścił. Np. można żądać umieszczenia na swoim profilu albo w konkretnej grupie, w której umieszczono komentarz, przeprosin o określonej treści, którą sądowi w pozwie należy napisać.

Dowód+

Dodatkowym „plusem”, przy całym szacunku do słowa „plus”, jest sposób dowodzenia swoich żądań. Otóż w sprawie o naruszenie dóbr osobistych, to nie osoba pokrzywdzona będzie dowodzić, że „nie jest złodziejem, leniem czy bandytą”. Przeciwnie, wystarczy, że wykaże naruszenie jej prawa. Oczywiście nie można ograniczyć się do napisania „moje prawo zostało naruszone”. Należy opisać, na czym naruszenie godności czy wolności wypowiedzi nastąpiło. Ważne jest, że to strona pozwana, czyli naruszyiciel, musi udowodnić, że to co mówił, pisał jest prawdą lub zostało napisane w tzw. społecznie uzasadnionym interesie. Jeśli tego nie zrobi, sąd przyzna rację osobie, która jest powodem, czyli „pokrzywdzonemu”. W przypadku sformułowań obraźliwych, a takie w komentarzach często padają, albowiem piszącym towarzyszy swoiste poczucie nieidentyfikowalności, nie mogą w żaden sposób zostać obronione.

Czy moralnym jest żądać pieniędzy

Owszem. Nic tak nie boli jak konieczność zapłaty kary. Zwykle w sprawach o naruszenie dóbr osobistych mamy do czynienia z żądaniem zadośćuczynienia, czyli finansową rekompensatą za krzywdę. Kwoty te w polskiej rzeczywistości nie są zwykle bardzo wysokie i nie zbliżają się do milionów znanych z amerykańskich filmów. Jednak warto czasem, zwłaszcza przy bardzo radykalnych wypowiedziach, wystąpić z żądaniem pieniężnym obok roszczeń niepieniężnych (usunięcia wpisu, sprostowania czy przeproszenia). Jak wiadomo, przeprosiny czasem bolą bardziej.

Co w przypadku nierzetelnej informacji prasowej

W tej konkretnej sprawie, w moim odczuciu, mieliśmy i nadal mamy do czynienia z nieprawdziwymi informacjami przedstawianymi w mediach, zarówno w tv, jak i czasopismach oraz na portalach internetowych, mających status rozgłośni lub czasopisma. Art. 1 Prawa pasowego stanowi, iż prasa, zgodnie z Konstytucją Rzeczypospolitej Polskiej, korzysta z wolności wypowiedzi i urzędywistnia prawo obywateli do ich rzetelnego informowania, jawności życia publicznego oraz kontroli i krytyki społecznej. Powstaje pytanie, czym jest rzetelność prasowa?

Niebotyczne dochody nauczycieli w informacjach medialnych

Sąd Najwyższy bardzo dokładnie tłumaczy, czymże ona jest. Otóż sąd wskazał, że dziennikarze w istocie mają za zadanie wprowadzać w życie prawo obywateli do ich rzetelnego informowania, a zatem z tym wiąże się ich prawo do publikowania, do przekazywania informacji szerokiej publice. Jednak absolutnie nie każda informacja będzie uważana za rzetelną. Dziennikarz ma obowiązek rozważenia za każdym razem i w każdym przypadku, czy informacja jest na tyle wiarygodna i miarodajna, aby mogła stanowić podstawę publikacji. Mało tego, dziennikarz zobowiązany jest do rzetelności nie tylko przy zbieraniu materiałów, ale i ich rozpowszechnianiu, przy jego wykorzystaniu. Co to oznacza? Jedynie i aż tyle, że zgodnie z art. 12 Prawa prasowego dziennikarz ma obowiązek sprawdzić zgodność z prawdą uzyskiwanych wiadomości. Nauczyciele zaangażowani w protesty ciągle zadają pytanie, skąd wzięła się informacja przekazywana przez parlamentarzystów, przez media, a potem przez obywateli o ich niebotycznie wysokich zarobkach. To samo dotyczyło rzeczywistej ilości godzin, w których nauczyciele pracują. Oczywiście spowodowało to ogromny sprzeciw. I nic dziwnego. Poza sprzeciwem jednak istnieją inne środki weryfikowania rzeczywistości. Szerzenie nieprawdziwych informacji w zakresie wysokości wynagrodzenia mogło naruszyć co najmniej prawo do rzetelnej informacji, do jakiej ma prawo każdy obywatel, ale także w związku z kontekstem, w jakim informacja ta była rozpowszechniana (nadmiernych roszczeń strajkujących, roszczeniowej postawy) naruszenie dobrego imienia nauczycieli. Byli oni bowiem przedstawiani jako grono osób żądających za śmieszłą ilość godzin pracy, wynagrodzenia niewspółmiernie wysokiego, a nadto podwyżki wynagrodzenia, które wg przekazów medialnych, wynosiło wówczas niejednokrotnie dwie tzw. średnie krajowe, czyli ok. 8000 zł.

Oczywiście zawsze trzeba ważyć, co lepsze – proces czy spokój. To niemal hamletowski wybór w świetle możliwości, jakie daje prawo, a kontekstu.

Po co to wszystko

Dla adwokata, ważne jest, aby do opinii publicznej przedarła się informacja, że są możliwe różne drogi zwracania uwagi na problem, ale i powstrzymywania rozrostu informacji nieprawdziwych, które nie tylko nie pomagają, ale szkodzą. Zarówno sądowe, jak i pozasądowe. Czasem bowiem mediacja bywa skuteczniejsza i działa szybciej.

Wyroki w sprawach z zakresu naruszenia rzetelności dziennikarskiej i dóbr osobistych są efektem przekonywania przez strony sądu o swojej racji, czasami jest to proces podszyty emocjami, jednak strona pokrzywdzona ma w nim możliwość zabrania głosu także na tematy ważne. Często w tych procesach biorą udział media, co także ma znaczenie dla pokrzywdzonego, który w ten sposób może przekonać nie tylko sąd, ale i szersze grono odbiorców o naruszeniu tak kardynalnych praw jak godność i dobre imię. ■

Logotyp – obrazek, czy chroniony prawem utwór?

KATARZYNA PIOTROWSKA-MAŃKO

Czy logotyp jest utworem?

Dla każdego grafika bardzo ważne jest, aby za projekt, dzieło otrzymać wynagrodzenie i zachować swoje autorstwo. Wszystko zależy od tego, co tworzy autor i czy projekt jest „utworem” zgodnie z prawem autorskim.

Utwór, inaczej dzieło, dotyczy m.in. logotypów – czyli znaków graficznych. Skomplikowana definicja utworu zakłada, że jest to każdy przejaw działalności twórczej o indywidualnym charakterze, ustalony w jakiegokolwiek postaci, niezależnie od wartości, przeznaczenia i sposobu wyrażenia. Znaki graficzne (plastyczne), logotypy, są przykładem utworów podlegających ochronie tak jak utwory muzyczne, sceniczne czy filmy.

Od kiedy chroniony

Logotyp, jak każdy inny utwór, jest chroniony prawem jako dobro osobiste twórcy, a także jako prawo majątkowe. Każdy utwór jest chroniony od chwili jego powstania. Z punktu widzenia prawa nie trzeba dopełniać w tym celu jakichkolwiek formalności. Jednak ze względu na ewentualne późniejsze problemy

w udowodnieniu, kto pierwszy używał logotypu, kto jest jego uprawnionym użytkownikiem, ważne będzie zastrzeżenie logotypu jako znaku towarowego w Urzędzie Patentowym. Mówimy wtedy o zastrzeżeniu znaku towarowego. W przypadku logotypu – zarówno graficznego, jak i znaku słowno-graficznego. To jednak problem bardziej dla zamawiającego, który kupuje (zamawia) wykonanie logotypu z zamiarem wykorzystywania go we własnych celach. Rzadko kiedy grafik chce zatrzymać prawo do logotypu, który zaprojektował.

Umowa na projekt

Umowa na wykonanie projektu daje wiele możliwości. To klasyczna umowa o dzieło, która jest najczęściej wykorzystywana, przy czym przeważnie ani zamawiający, ani wykonawca o tym nie wiedzą, ponieważ nie ma obowiązku zawierania umowy o dzieło na piśmie. I jakbyśmy takiego zlecenia czy zamówienia nie nazwali, w razie konieczności stosować się będzie przepisy kodeksu cywilnego. Często wynagrodzenie nie jest szczegółowo określone na początku. W przypadku, gdyby ostatecznie po oddaniu projektu okazało się, że zamawiający nie chce zapłacić albo chce zapłacić o wiele mniej, niż strony np. ustnie ustaliły, bądź ustalały w toku prac, ale nie spisały tego, nasz kodeks cywilny przyjmuje, że wynagrodzenie należy się od chwili oddania dzieła (projektu), chyba że ma być przekazywane etapami, np. kolejne elementy strony internetowej czy projekt na kilka produktów dla firmy sprzedającej kosmetyki. W tym ostatnim przypadku, jeżeli nie ma spisanej umowy, przyjmujemy, że wynagrodzenie dla projektanta jest wymagalne, tj. płatne po oddaniu kolejnych elementów. Warunkiem jest jednak to, aby wynagrodzenie było obliczone za każdy etap osobno.

W prawie autorskim

Inaczej tę kwestię reguluje prawo autorskie, zakładając dwie najważniejsze kategorie: umowę o przeniesienie autorskich praw majątkowych lub umowę o korzystaniu z utworu (tzw. licencja).

Zwykle jednak graficy, projektując określone logotypy, pracują na zamówienie dla określonego nabywcy i następnie wystawiają faktury. Niestety często pracują bez zawarcia umowy, z której wynikają określone uprawnienia zarówno dla twórcy, jak i nabywcy. Zawarcie umowy (w tym przypadku umowa o dzieło, czyli umowa określonego rezultatu) powinno być podstawą działania każdego grafika, jego abecadłem, nawet przy stałej współpracy z nabywcą. Dlaczego pracownik dba o umowę o pracę, a twórca mniej? Umowa, oprócz ustalenia tak podstawowych kwestii

jak wynagrodzenie, termin oddania i płatność oraz, co najważniejsze, zakres prac, daje możliwość wskazania, kiedy i na jakich zasadach projekt (utwór) przechodzi na własność nabywcy w rozumieniu prawa autorskiego. Często w praktyce pojawia się problem niezapłacenia za logotyp. Twórca spędza godziny nad projektem, przesyła gotowe tzw. otwarte pliki, w oparciu o które nabywca, nie mając do tego uprawnień, rozwija projekt i dalej go przekształca, już bez częściowego wynagrodzenia, a nawet bez żadnego wynagrodzenia. Często słychać po stronie zamawiających zdziwienie, gdy grafik odmawia przesłania plików otwartych. Dlatego warto umowę zawrzeć. Nawet prostą, określającą minimum obowiązków jednej i drugiej strony, np. opis projektu, termin wykonania wg tego opisu i wysokość wynagrodzenia.

Często współpraca z klientem polega na tym, że oprócz głównego zlecenia, grafik dostaje tzw. przyokazje. Przyokazje nie są zwykle dodatkowo wynagradzane, ponieważ nabywca przy okazji głównego projektu widzi możliwość wykonania małych prac dodatkowych. Nie ma potrzeby zawierania na nie osobnych umów (choć często jest to najlepsze rozwiązanie z uwagi na wielkość projektu). Można w umowie na wykonanie dzieła zawrzeć punkt o wynagrodzeniu godzinowym lub procentowo określić wynagrodzenie dodatkowe za projekty poboczne.

Jakie wynagrodzenie?

Najlepiej oczywiście, żeby wynagrodzenie było umówione z góry i bardzo precyzyjnie określone. Każda umowa będzie inna i powinna być dopasowana do konkretnego dzieła, ale też zamawiającego i wykonawcy. Pamiętajmy, że generalną i nadrzędną zasadą jest swoboda umów, wynikająca z kodeksu cywilnego. Daje możliwość „uszczenia umowy na miarę”. Jedynym warunkiem jest to, aby zapisy umowy były zgodne z prawem. Strony umowy mogą wskazać konkretne wynagrodzenie. Mogą też wskazać jedynie podstawy (sposób) ustalenia tego wynagrodzenia. Chodzi o jakieś stałe elementy, w oparciu o które później będzie można wycenić pracę. W przypadku grafików to zwykle stawka godzinowa. W przypadku innych dzieł i innych wykonawców mogą to być ceny surowców używanych do wykonania dzieła.

Jeśli jednak wykonawca i zamawiający nawet w ten sposób nie określili wynagrodzenia, w sytuacji, gdy sprawa o zapłatę wynagrodzenia trafia do sądu, w razie wątpliwości przyjmuje się, że chodziło o zwykłe wynagrodzenie za dzieło takiego rodzaju. A jeśli nie będzie się dało tak oszacować wynagrodzenia, należy uwzględnić nakład pracy i inne nakłady wykonawcy.

Oczywiście te wszystkie kryteria można stosować bez udziału sądu, między wykonawcą a zamawiającym. Zwykle zamawiający niechętnie zgadzają się na stawki godzinowe, a wykonawcy nie są zainteresowani ceną sztywną za rezultat, co zrozumiałe. Jakkolwiek jednak strony się umówią, przydatne będzie spisanie chociaż najważniejszych kwestii: terminu oddania pracy, jej zakresu i wynagrodzenia.

Pliki otwarte, dobre obyczaje i odszkodowanie

Nierzadko graficy mają do czynienia z nieuczciwymi kontrahentami. Tygodniami trwają rozmowy kreatywne, w trakcie których zamawiający doprecyzowuje oczekiwania i pomysły. Grafik poprawia, przeprojektowuje, zmienia całą koncepcję, a wszystko to w istocie odbywa się w ramach zapytania „czy takie coś dałoby się zrobić?”. Efekt końcowy jest taki, że grafik wysyła kilka, a nawet kilkanaście projektów, a zamawiający stwierdza, że nic mu się nie podoba i nie jest zainteresowany zawarciem umowy (zamówieniem). Taką sytuację zwykle możemy określić jako działanie z naruszeniem dobrych obyczajów.

Wówczas wykonawca nie jest bezbronny i może żądać zwrotu kosztów czynności wstępnych i przygotowawczych (projekty, poprawki do projektów, wydruki itd.) w ramach odszkodowania. Kwestię tę reguluje także kodeks cywilny w części ogólnej dotyczącej zawierania umów. Z zapisów kodeksowych wynika wprost, że strona, która rozpoczęła lub prowadziła negocjacje z naruszeniem dobrych obyczajów, w szczególności bez zamiaru zawarcia umowy, ma obowiązek naprawienia szkody, jaką druga strona poniosła przez to, że liczyła na zawarcie umowy. Odszkodowanie obliczać należy wówczas tak samo jak wynagrodzenie, tj. choćby uwzględniając nakład pracy bądź poświęcony czas albo liczbę projektów wykonanych.

Umowa – zawsze!

Brak umowy na piśmie utrudnia dochodzenie swoich praw, ale nie jest sytuacją bez wyjścia i nie oznacza, że umowy nie ma. Otóż w momencie, gdy następuje porozumienie między zamawiającym a wykonawcą co do charakteru prac, zakresu, rodzaju, ceny i terminu wykonania, a także terminu zapłaty, umowa istnieje. Nawet gdy nie jest zawarta na piśmie. Często w praktyce między nabywcą a grafikiem istnieje bogata korespondencja mailowa, z której wprost wynika sam fakt zamówienia określonego dzieła (np. logotypu) jak i inne istotne kwestie umowne, w oparciu

o które w potencjalnym procesie przed sądem lub nawet w drodze polubownego załatwienia sprawy, można dowodzić, że dzieło w ogóle zostało zamówione, a także na jakich warunkach.

Zakaz korzystania z projektu

Zawarcie umowy, otrzymanie wynagrodzenia, terminowości – to jedno. Istnieje też kwestia praw autorskich. W zasadzie to zamawiającemu powinno zależeć na zawarciu umowy przenoszącej prawa autorskie. Przepisy prawa autorskiego są bardziej rygorystyczne niż przepisy kodeksu cywilnego, ponieważ umowa o przeniesienie praw autorskich każdego utworu powinna być zawarta na piśmie pod rygorem nieważności.

Można cały czas ubiegać się o zawarcie umowy. W sytuacjach bardzo jednoznacznie niekorzystnych dla twórcy, gdy istnieje tzw. niepewność co do stanu prawnego (czyli właśnie np. brak umowy), można wystąpić do sądu o ustalenie istnienia umowy i jej treści. W sporze między twórcą a korzystającym z logotypu zamawiającym można żądać ustalenia m.in., komu przysługuje prawo do znaku, a także określenia działań, których nie może podejmować nabywca.

Innym uprawnieniem wynikającym z prawa autorskiego, blokującym działania niepłatącego nabywcy, to żądanie zaniechania naruszenia (w tym przypadku korzystania z logotypu). Chodzi na przykład o zażądanie zaniechania drukowania kolejnych koszulek z logotypem. Takie żądanie jest możliwe nie tylko w chwili dokonywania naruszenia, lecz także w momencie zagrożenia naruszeniem, czyli w zasadzie zawsze, kiedy już nabywca otrzymał od grafika pliki i wiadomo albo jest wysoce prawdopodobne, że będzie je dalej wykorzystywał (co wynika z okoliczności).

Równoległe twórca może domagać się usunięcia skutków naruszenia. W tym przypadku nie istnieje jakiś zestaw sposobów, jak można zobowiązać nabywcę, który nie ma prawa do korzystania z utworu, do usunięcia skutków naruszenia. Prawo autorskie wskazuje przykładowo „zobowiązanie do złożenia określonego oświadczenia w określonej formie”. Nie zawsze jednak publiczne umieszczenie informacji, że pan Grafiński jest autorem logotypu i publiczne przeproszenie go za użycie znaku bez jego zgody, w szczególności gdy zasięg oddziaływania znaku jest ograniczony, będzie dobrym rozwiązaniem dla grafika. Bardziej wymierną korzyścią będzie np. nakazanie zniszczenia towarów, na których pojawił się zaprojektowany logotyp.

Powyżej opisane sprawy są możliwe do prowadzenia zarówno w sądzie, jak i do wykorzystania w mediacji, czyli próbie ugodowego załatwienia sprawy.

Otrzymać zapłatę

Oczywiście za wykonany projekt można zażądać wynagrodzenia. W praktyce, rzadko kiedy grafik będzie udzielał licencji na korzystanie ze swojego projektu, choć i taka możliwość istnieje. Częściej współpraca polega de facto na przeniesieniu prawa do logotypu na nabywcę. Istnieje jednak możliwość zażądania wynagrodzenia za korzystanie z logotypu. Dopóki bowiem prawo do logotypu nie zostanie przez twórcę na nabywcę przeniesione, nie ma on prawa do jego wykorzystywania. **Sama zapłata za wykonanie projektu logotypu nie jest równoznaczna z przeniesieniem prawa autorskiego, czyli prawa do korzystania z niego i prawa do rozporządzania nim. Nabywcom często obca jest znajomość tego faktu.**

A zatem w sytuacji, gdy między stronami istnieje umowa, choćby ustna, poparta korespondencją mailową, w oparciu o którą będzie można udowodnić jakie było zamówienie, określić wysokość wynagrodzenia, można żądać zapłaty wynagrodzenia za wykonane dzieło. Jest tylko kwestią komunikacji między zamawiającym a twórcą, na ile spór między stronami zakończy się mediacją (polubownie).

Dwa lata na wszelkie żądania

W przypadku, gdy między stronami zawarta została umowa, nie ma przeciwwskazań do wystąpienia o zapłatę. Wystąpienie o zapłatę to oczywiście nie wezwanie do zapłaty, a konkretny ruch w sądzie. Roszczenia (to czego żądamy) z umowy o dzieło, jaką jest umowa grafika z zamawiającym logotyp i inne utwory, przedawniają się po dwóch latach od dnia przekazania logotypu.

Prawo autorskie przewiduje także możliwość wystąpienia o zadośćuczynienie za doznaną krzywdę z powodu naruszenia praw twórcy dla niego samego lub żądanie zapłacenia odpowiedniej sumy pieniężnej na wskazany cel społeczny. To zależy od okoliczności i osoby twórcy oraz jego potrzeb, a także od rozmiaru naruszenia. Zadośćuczynienie wiąże się z krzywdą, jaką odczuwa twórca z powodu naruszenia jego praw. W przypadku projektów logotypów raczej trudno sobie wyobrazić tego typu żądanie. Jest to inna sytuacja, niż napisanie książki czy nakręcenie filmu, ale nie jest to niemożliwe.

A zatem nieistnienie umowy na piśmie nie oznacza, że grafik jest bezsilny. Ma wiele możliwości ochrony swoich praw jako twórcy nie tylko przed przystąpieniem do pracy nad projektem, ale i w toku ich wykonywania, a także już po wykonaniu. Nie zawsze spór musi być od razu rozstrzygany przed sądem, choć takie rozwiązanie też jest możliwe.

W tych sytuacjach, gdy trzeba zdecydować się na spór sądowy, także można rozpocząć od tańszej drogi, czyli próby zawarcia ugody sądowej. W wielu przypadkach to może wystarczyć, jednak zawsze, gdy są wątpliwości, najlepiej skontaktuj się z mecenasem. ■

Umowa rzecz święta – twór- co – zadbaj o siebie

KATARZYNA PIOTROWSKA-MAŃKO

I Warto mieć umowę. Na wszystko. Umówić możesz się na cokolwiek chcesz, co jest zgodne z prawem i obowiązującymi zasadami. W innej formie niż pisemna też możesz się umówić, ale niekoniecznie wyegzekwujesz to na co się umówiłaś/umówiłeś.

Dlaczego umowa jest ważna w Twoim przypadku?

Jesteś grafikiem, operatorem, scenarzystą, reżyserem, projektujesz ubrania albo domy, cokolwiek tworzysz odpłatnie dla kogoś, oczywiście potrzebujesz umowy. Ciekawe jest to, że nawet gdy nie zawrzesz jej na piśmie, ona i tak zwykle istnieje. Problem w tym, że nie zawsze oraz z pewnością nie w całości. Jeśli chcemy przeniesienia praw autorskich, absolutnie niezbędne jest zawarcie umowy na piśmie.

Zachęcam do spisywania umów, a uprzednio negocjowania ich treści, traktowania siebie jako pełnoprawnego podmiotu obrotu gospodarczego. Wówczas w razie sporu, łatwiej bądź to negocjować ugodę, bądź toczyć spór w sądzie.

Jaka umowa, po co umowa

W umowie „kreatywnych”, czyli zwykłej umowie o dzieło (choć może ona nazywać się inaczej – ostatnio miałam do czynienia np. z „umową z operatorem obrazu”) jak w każdej innej umowie, trzeba określić zakres zadania/dzieła, najlepiej terminy wykonywania czy ostatecznego wykonania i terminy płatności. Tu mamy pełną dowolność. Każdy zwykle dobrze wie, co, za ile, dla kogo i kiedy robi, chociaż bywają sytuacje, gdy wykonanie dzieła/zlecenia (często niestety tego określenia używa się nazywając w rzeczywistości dzieło czy utwór). Dlaczego w przypadku „kreatywnych” umowa powinna być pisemna? Bowiem umowa ta będzie zwykle zawierała w sobie przeniesienie praw autorskich do utworu, do dzieła, które stworzyliśmy. Każda umowa, która zawiera przeniesienie praw autorskich, aby była skuteczna musi być umową pisemną. Jeśli zamawiającym jest producent czy agencja reklamowa, niewątpliwie zadbają o formę pisemną we własnym interesie. Inaczej prawa autorskie twórcy nie przejdą na producenta lub agencję. Twórca jednak powinien tę umowę dobrze zanalizować i sprawdzić, jaki zakres praw przekazuje agencji i czy rzeczywiście aż tyle praw chce przekazać. Od tego bowiem zależy nie tylko cena, ale dalsze możliwości twórcy. Nie trzeba bowiem na agencję przenosić swoich wszystkich praw, czyli mówiąc fachowo, praw na wszelkich możliwych do opisania polach eksploatacji. Błędnym jest też często spotykany zapis o przekazaniu praw na wszystkich polach eksploatacji albo wszystkich przyszłych polach eksploatacji bądź zapis, iż przenosi się prawa autorskie na znanych polach eksploatacji, w szczególności ... i tu następuje wymienienie kilku.

Strony umowy

Bywają sytuacje skomplikowane, albo nawet podstępne. Dajmy na to agencja reklamowa czy producent, który funkcjonuje w trybie zleceń i outsourcingu, powierza wykonanie dużego projektu swojemu pracownikowi, który z kolei wyszukuje na rynku mniejszych wykonawców, opracowujących poszczególne elementy zlecenia: reżyserów, scenarzystów, operatorów, grafików, informatyków, drukarnie plakatów, miejsca wystaw itd. Wszystko zwykle wygląda wspaniale na etapie projektowania, przekazywania plików, projektowania dokumentacji, kręcenia filmu itd. Potem zaczyna się faza oczekiwania na wynagrodzenie. Jeśli są maile, potwierdzające treść i zakres zamówienia, dobra nasza. Gorzej, jeśli konkretne zlecenia i poprawki oraz co gorsze dodatkowe zamówienia były na telefon. Wtedy, owszem na podstawie

przesłanych plików, można udowodnić, że projekt jest nasz, jednak już szczegóły i zakres tego projektu będą do udowodnienia trudne.

Kiedy podpisujemy umowę?

To wydaje się może banalne. Jednak zważywszy na częstą praktykę muszę na to zwrócić uwagę. Umowę powinno się podpisać już w początkowej fazie lub przed przystąpieniem do pracy. W praktyce umowy zawierane są często po pracy, czego nie rozumiem. Wyklucza to bowiem możliwość „dogadania” ważnych albo nawet najważniejszych kwestii.

Uważajmy także na to, kto jest zamawiającym i czy w rzeczywistości jest to agencja lub producent, z którymi pracujemy. Działając jako podmiot zewnętrzny nie znamy struktury tej agencji czy domu produkcyjnego. Niestety zdarza się, że podmiot, który podpisał umowę to nie ten sam podmiot, który zamawiał wykonanie projektu, filmu reklamowego itd. Wystawienie faktury następuje na rzecz podmiotu, który formalnie nigdy nie był zamawiającym. Jeśli zapłaci, sprawa jest załatwiona. Jeśli nie, możemy spodziewać się problemów i to na każdym etapie prób odzyskiwania wynagrodzenia, już na początku, gdy korespondencja kierowana do takiej agencji czy producenta nie będzie odbierana. Nie ma jednak tragedii, nie są to sytuacje bez wyjścia.

A zatem patrzmy na pieczętki, szyldy i sprawdzamy w Centralnej Ewidencji Działalności Gospodarczej, czy podmiot, z którym współpracujemy rzeczywiście jest tym podmiotem, za który się podaje.

Na co się umawiamy

W każdej umowie, dobrze jest opisać szczegółowo co robimy, a nawet zawrzeć punkt „pojęcia umowne”. Wyjaśniamy w tym miejscu, że przykładowo, kampania reklamowa oznacza w tej konkretnej umowie konkretne czynności. Należy te czynności wymienić. Przykładowo będzie to: przygotowanie harmonogramu kampanii, opracowanie strategii reklamowej, przygotowanie wszelkich materiałów reklamowych, określenie czym są materiały reklamowe (np. filmy, billboardy, banery, plakaty, wszelkie materiały wizualne i drukowane) itd. im więcej opiszemy w umowie, tym większa pewność, że się dobrze rozumiemy.

Jak ważne jest wyjaśnienie poszczególnych kwestii wiedzą ci, którzy przygotowują umowy, a bardziej ci, którzy później z tych umów próbują coś „wyciągnąć” bądź to w relacjach z kontrahentem bądź przed sądem. Okazuje się, że to co rozumie pod jakimś pojęciem jedna strona, wcale nie oznaczało tego samego

dla drugiej. Reklama zewnętrzna dla jednych była tylko fotografią, plakatami i ulotkami, a ktoś innych myślał, że to billboardy z fotografiami i hasłami reklamowymi. Dla jednego przekazanie plików produkcyjnych oznaczało przekazanie plików jedynie do produkcji tego konkretnego projektu, a ktoś inny uzna, że to był tzw. plik otwarty, na którym można dowolnie prowadzić dalsze projekty. Nie spieszymy się z podpisywaniem umów, a już na pewno z rozpoczynaniem prac, zanim nie ustalone zostały wszystkie kwestie. Wówczas jest szansa na mniejsze rozczarowania i lepsze efekty pracy, dla obu stron.

Dwie sprawy jedna umowa

Pierwsza to zakres czynności – czyli wszystko to co jest do wykonania: film, hasło reklamowe, projekty wizualne, projekty graficzne, skład folderów, druk, projekty reklam w wyszukiwarkach internetowych, projekt strony www, banery na stronie www łączące określone treści z rysunkami i innych linkami. Wszystko to i inne, szczegółowo opisane kwestie powinny dla dobra obu stron być zawarte w umowie. Jeśli okaże się, że agencja i wykonawca co innego rozumieli po pojęciem materiały reklamowe, to ten moment, kiedy możemy to dogadać. Późniejsze zgrzytanie zębami to tylko negatywny stomatologicznie skutek tego, że coś przegapiliśmy.

Druga kwestia to przeniesienie praw autorskich. Dbajmy przy tym, aby zapis o przeniesieniu praw autorskich był zgodny z naszymi interesami. Jeśli dostajemy od agencji czy producenta „gotowca”, nie znaczy to, że koniecznie musimy go podpisywać bezwarunkowo i bezdyskusyjnie. Umowa musi określać konkretne sytuacje, w jakich można korzystać i dysponować, mówiąc wprost zarabiać na tym, że zakupiono nasze prawa autorskie. Przykładowo może „publicznie rozpowszechniać utwór/dzieło w taki sposób, aby każdy mógł mieć do niego dostęp w miejscu i czasie przez siebie wybranym, w tym elektronicznie udostępniać na żądanie, w szczególności rozpowszechniać w Internecie oraz sieciach zamkniętych niezależnie od metody połączenia tych sieci”. To dość mocno skomplikowane zdanie jest niczym innym, jak daniem prawa agencji reklamowej, aby w pełni i bez ograniczeń mogła korzystać z naszego projektu, umieszczać go głównie w internecie, w niemal każdej postaci. Brak tego typu zapisów powoduje, że każde umieszczenie projektu w sieci będzie stanowiło naruszenie naszych praw autorskich.

Należy pamiętać, że przeniesienie praw autorskich, aby było ważne musi mieć formę pisemną.

Wynagrodzenie i terminy

Wreszcie coś co będzie stanowiło albo kość niezgody, albo będzie rozwiązaniem wszelkich kłopotów. Umówmy się na ile i na kiedy. Na kiedy musi też dotyczyć „na kiedy płacimy”. Niezwykle częstym przypadkiem jest praca branży kreatywnej w oparciu o maile, kosztorysy i faktury. Nie ma w tym nic złego, dopóki kontrahenci są w stanie się porozumieć. Dobra rada twórcy umów brzmi następująco – podzielmy prace na części i umawiajmy się do wypłacania wynagrodzenia w transzach. Nie jest to zawsze przyjmowane przez twórców z entuzjazmem, ponieważ lepiej zapracować i uzyskać całe wynagrodzenie, jednak ta branża niestety kieruje się często zasadą: lepszy wróbel w garści niż gołąb na dachu. Lepiej bowiem zrobić cztery etapy kampanii reklamowej i rzeczywiście otrzymać wynagrodzenie za te cztery etapy, a przy piątym zrezygnować widząc, że producent czy agencja zaczyna mieć problem z wypłacalnością bądź zaczyna „tworzyć problemy”, niż zrobić osiem etapów za darmo i następnie wiele miesięcy próbować odzyskać wynagrodzenie.

Terminy należy określać realnie. Sami najlepiej znacie swój fach. Zawsze konsultując klientów proszę ich o opowiedzenie o tym, jak będzie wyglądał projekt, w sensie struktury. To grafik, operator, scenarzysta najlepiej wie, kiedy i w jakiej formie co należy przekazać, od czego zależy rozpoczęcie pracy nad projektem (np. akceptacja dokumentacji przy filmie bądź wybór obiektów, albo zaakceptowanie wstępnych projektów lub zakończenie korekt). Nie zawsze chwila podpisania umowy będzie chwilą decydującą i początkową.

To samo będzie dotyczyło etapów projektu czy kampanii reklamowej. Warto ustalać terminy tak, aby uwzględnić sytuację obu stron, szczególnie jeśli praca jednych zależy od decyzji drugich. Prace grafika zależą od decyzji osoby decyzyjnej z agencji reklamowej, a wejście na plan reżysera od akceptacji kierownika produkcji.

To tylko elementarne punkty umów twórców, czyli umów o dzieło. Zapisów w umowach może być wiele, w zależności od potrzeb obu stron. Pamiętajmy jednak, aby umowy czytać i przewidywać, jakie będą skutki jej podpisania oraz niepodpisania. Wiedza w tym zakresie może tylko pomóc, nigdy zaszkodzić. ■

Ubezpieczenie filmowca

OC czy NNW – czy jest ci potrzebne na planie?

KATARZYNA PIOTROWSKA-MAŃKO

Umowa to porozumienie konkretnych osób z ekipy filmowej z producentem, czasem też z koproducentem. O umowie wiele pisałam w tekście „Umowa rzecz święta” (<http://www.autorsky.pl/blog/umowa-rzecz-swieta-tworco-zadbaj-o-siebie/>). Umowa to nasz paszport do bezpiecznego przejazdu przez kraj, do którego się wybieramy o nazwie „film”. Niestety często ten wyjazd przypomina bardziej totalnie spontaniczny wypad z opcją „jakoś to będzie” niż przemyślaną wyprawę z planem A, B i C. Kto co lubi. Ja proponuję Wam wariant drugi. Opcja bezpieczna.

„Przezorny zawsze ubezpieczony”

Nieważne, w którym miejscu, zwykle po postanowieniach o przeniesieniu majątkowych praw autorskich i upoważnieniu do korzystania z autorskich praw osobistych, jednak sugeruję moim klientom umieszczenie w umowach postanowień o ubezpieczeniu.

OC czy NNW – czy jest ci potrzebne?

To zabawa prawników. Nie musimy tworzyć pięciu umów odrębnych (np. umowy o pracę, umowy zlecenia, umowy najmu, umowy o przeniesienie praw autorskich i umowy ubezpieczenia). Możemy je wszystkie pomieszać i korzystne dla mojego

Klienta zapisy umieścić w jednej umowie o świadczenie usług. A zatem, czym jest w praktyce umowa ubezpieczenia lub inaczej postanowienie o ubezpieczeniu w umowie.

Są dwa rodzaje, często niezrozumiałe i mylone. Mamy umowę OC – ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej (umowa, którą producent odpowiedzialny za bezpieczeństwo na planie filmowym zawiera z towarzystwem ubezpieczeniowym i ubezpiecza się od wypadków, które mogą powstać na planie z jego winy) oraz umowę NNW – gdzie producent zapewnia ubezpieczenie dla filmowca (członka ekipy filmowej), jednak to jest najczęściej umowa między filmowcem, a towarzystwem ubezpieczeniowym, z tym, że to producent płaci składkę i decyduje o sumie ubezpieczenia (zwykle nie są wysokie w stosunku do szkody i krzywdy, która może powstać).

OC korzystniejsze dla wszystkich

Oczywiście ubezpieczenie OC jest korzystniejsze. To podobna sytuacja jak z wypadkiem samochodowym. Ubezpieczenie OC ma zawsze relatywnie wysoką sumę gwarancyjną, która daje możliwość pokrycia całej szkody i wynagrodzenie krzywdy (np. bólu, cierpienia psychicznego związanego z utratą możliwości pracy na jakiś czas lub na stałe). Nie rozumiem cały czas, dlaczego producenci nie zawsze korzystają z tej formy zabezpieczenia siebie samych. W chwili, gdy zdarza się wypadek na planie, który ma poważne konsekwencje zdrowotne, producent nie musi martwić się, skąd weźmie środki na pokrycie kilkudziesięciu lub kilkusettyśięcznego odszkodowania (a i z takim należy się liczyć). W przypadku braku ubezpieczenia to producent jest odpowiedzialny za zapłacenie poszkodowanemu odpowiednich kwot. A nie każdy producent to holding operujący gigantycznym kapitałem, a film, nad którym pracuje filmowiec to nie kolejny Titanic. Często przy małych produkcjach, producenci to niewielkie spółki.

„Nigdy nie mów nigdy”

I nie można twierdzić, jak niektórzy, że jeśli producent to Spółka z o.o. to odpowiedzialność spoczywa tylko na spółce, a gdy okazuje się, że w spółce nie ma wystarczających środków na pokrycie szkody to już nie ma problemu. Otóż nie. Problem pozostaje i zostaje z nim zarząd spółki (np. prezes), który generalnie odpowiada całym swoim majątkiem za zobowiązania spółki, jeśli okaże się, że spółka jest niewypłacalna.

Na bezrybiu i rak ryba – czyli NNW to minimum

NNW nigdy nie będzie tak korzystne dla kogokolwiek, jak OC, jednak warto mieć cokolwiek. Ubezpieczenie NNW zwykle zawiera tabelę – magiczną tabelę wypadków, a przede wszystkim skutków wypadków, za jakie zapłaci ubezpieczyciel. Zwykle niestety nie są one liczne, ale za najpoważniejsze poszkodowany otrzyma odszkodowanie czy nawet zadośćuczynienie. Przy czym przy ubezpieczeniu NNW, zawsze ważne jest określić sumę gwarancyjną, do jakiej odpowiada ubezpieczyciel. Jeśli jest to kwota np. 20 000 zł, wówczas, nawet gdy nasza szkoda (poważne złamanie nogi) będzie maksymalnym uszczerbkiem w tabeli, nie otrzymamy więcej jak procent, który jest tam zapisany. Czyli jeśli z tabeli wynika, że ubezpieczyciel za załamanie nogi zapłaci od 7% – 12% i wskazuje, ile będzie płacił za 1% (przykładowo 400 zł), łatwo policzyć, jak wysokie poszkodowany otrzyma kwoty. Średnio licząc ok. 4000 zł. Na co wystarczy ta suma? Każdy niech sam odpowie.

Reasumując. Ubezpieczenie nie jest nam do niczego potrzebne, dopóki coś się nie stanie. To oczywiście truizm, jednak w umowach producenckich z filmowcami, umowa to tabu, które należałoby zacząć eliminować, dla dobra wszystkich.

Negocjujmy istnienie OC. A jeśli to niemożliwe, upierajmy się przy NNW, przy czym wówczas bardzo dokładnie sprawdzajmy jakie są warunki w tabelach, za co ubezpieczyciel zapłaci i policzmy, ile. Samo bajkowe sformułowanie, że mamy NNW może być bardzo mylące.

„Umiesz liczyć, licz na siebie”

A jeśli już naprawdę nie ma innej możliwości, zawsze możesz mieć swoje własne ubezpieczenie NNW. Nie będzie rewelacyjne, ponieważ po pierwsze filmowiec zapłaci za nie sam, a po drugie będzie miało również ograniczoną sumę gwarancyjną i tabelę, wg której wypłacane będzie odszkodowanie, jednak przynajmniej da gwarancję, że cokolwiek poważnego się wydarzy, poszkodowany członek ekipy uzyska cokolwiek. ■

Wspólny utwór

Współtwórcy – co zrobić,
aby uniknąć sądu.

KATARZYNA PIOTROWSKA-MAŃKO

I Prawo autorskie, jak sama nazwa wskazuje chroni autora, czyli twórcę. Mamy w tym celu wiele możliwości chronienia nieuczciwego – mówiąc wprost – kopiowania cudzych utworów. Sytuacje takie wcale nie są rzadkie, szczególnie w świecie artystycznym, gdzie w utworach muzycznych słychać „zapożyczenia” i piosenka „kojarzy” się z zupełnie innym autorem.

I tu powstają spory i konflikty. Bo czasem okazuje się, że utwór, czy to muzyka, nazwa zespołu, czy tytuł, powstały przy współpracy kilku osób, czyli współtwórczo. Zasadniczo nie powinno być problemu. Zwykle tak jest na początku działalności twórczej. I to każdej. Czy to jest zespół muzyków, czy twórcy filmu, clipu czy nawet projektu wizerunkowego albo reklamy. Zbiera się kilku twórców, którzy powinni umówić się co do tego, jak dzielą się co do swojego wkładu pracy twórczej w powstanie dzieła. Zawierają porozumienie (umowę) o współtworzeniu. Zwykle najprostszym rozwiązaniem jest ustalenie tzw. wielkości udziału, czyli wkładu pracy. Sądy lubiąc skomplikowane określenia, nazywają to np.: „udziałem kilku osób w procesie twórczym, w wyniku którego powstaje wspólne dzieło stanowiące owoc działalności duchowej współtwórców”. (Wyrok Sądu Apelacyjnego Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie 19 kwietnia 2018 r. VI ACa 1917/16). Prawda, że poetycko.

Warto prześledzić sobie wzorcową umowę. Każda działalność jest jednak inna i każde porozumienie będzie uwzględniało indywidualne cechy utworu. Stąd pamiętaj, że to wzór, a nie konkretna umowa, pasująca jak ulał do każdej sytuacji.

Niestety nie jest poetycko, gdy porozumienia nie ma, a twórcy się rozstaną, a potem każdy działa na własną rękę i powstaje problem, komu przysługują prawa zarówno autorskie osobiste, jak i majątkowe.

Osobiste prawa autorskie

Co do osobistych istnieje problem ustalenia, kto widnieje na okładce czy to książki, czy płyty albo w napisach końcowych bądź czołówce. Wynika to z domniemania zawartego w prawie autorskim, w art. 8 ust. 2, iż „twórcą jest osoba, której nazwisko w tym charakterze uwidoczniono na egzemplarzach utworu lub której autorstwo podano do publicznej wiadomości w jakikolwiek inny sposób w związku z rozpowszechnianiem utworu”. Nazwisko na płycie, sprzedawanej w EMPIK’u to nic innego, jak uwidocznienie nazwiska autora na egzemplarzach rozpowszechnionych. Tak samo zdjęcia w internecie, przy czym pamiętajmy, dla potrzeb sporządzania umów, że każde „wrzucenie” jakiegokolwiek materiału do sieci wg prawa autorskiego jest „rozpowszechnieniem”, a nie „publikowaniem”, ponieważ publikowanie ma związek z egzemplarzami utworu udostępnionymi publicznie. Ta uwaga może mieć znaczenie przy sporządzaniu umów/porozumień, także tych między współautorami, ponieważ określenie sytuacji, w jakich utwór będzie dostępny jest niezwykle ważne.

Autorzy są zawsze ci sami.

Zasada tutaj jest prosta. Praw osobistych, także co do współautorstwa nie można się zrzec, ani sprzedać. Są niezbywalne. Nie można ich dziedziczyć, co oznacza, że autorem i współautorami będą zawsze te same osoby. Fakt napisania muzyki przez Czesława Niemena nie spowodował, że po jego śmierci autorem stał się ktoś z jego rodziny. Wydaje się to oczywiste, jednak nie zawsze jest, albowiem prawo osobiste autorskie to nie tylko prawo do ujawnienia nazwiska czy pseudonimu. To także tzw. prawo do integralności utworu.

Integralność utworu, czyli co wolno zmienić w utworze i którą część utworu wspólnego wykorzystać.

Integralność utworu to nic innego, jak prawo do nienaruszalności treści i formy utworu, a także do rzetelnego wykonania. Z tym związane jest też prawo do nadzoru nad sposobem korzystania z utworu. Zgodnie z prawem autorskim tylko autor lub współautorzy mają takie uprawnienia. Czy zatem spadkobierca, w przypadku przejęcia/zbycia na kogoś innego majątkowych praw autorskich, może nadzorować sposób jego rzetelnego wykonania? Czy może ingerować w przeróbki? (to co podkreślam będziemy linkować i odsyłać do nowego tekstu, ok?) Czy w ogóle ma jakieś uprawnienia? To osobny temat na kolejny tekst dla Ciebie.

W sytuacji, gdy mamy współautorów sytuacja staje się skomplikowana, albowiem do wykonywania prawa (np. do korzystania, rozpowszechniania itd.) potrzebna jest zgoda wszystkich współtwórców. Wynika to także wprost z prawa autorskiego tj. art. 9 ust. 3.

Autorskie prawa majątkowe – czyli kto i kiedy może dostać tantiemy, co to jest ZAIKS oraz Małgorzata Ostrowska kontra Grzegorz Stróżnik.

Co do praw majątkowych, problem pozostaje wymierny i to nieraz bardzo wymierny, a więc konfliktogenny. Przykład? Głośny i trochę sztucznie podgrzewany przez różne media spór Małgorzaty Ostrowskiej i zespołu Lombard. Małgorzata Ostrowska odeszła z zespołu jeszcze w roku 1999 r. Jak się okazało Grzegorz Stróżnik dokonał zastrzeżenia w ZAIKS (Organizacja Zbiorowego Zarządzania Prawami Autorskimi w skrócie OZZ) co do możliwości wykonywania przez Małgorzatę Ostrowską utworów Lombardu, tzn. wymagał zgody na każdorazowe wykonanie utworów Lombardu, jeśli występ jest emitowany w telewizji. W praktyce jednak odmawiał udzielenia takiej zgody. (Nie do końca jest dla mnie jasne to zastrzeżenie, albowiem zgoda taka jest i tak wymagana zawsze, bez dokonywania zastrzeżeń. Rozumiem jednak, że chodziło o egzekwowanie wynagrodzenia i sprawdzanie czy rzeczywiście zgoda ta jest udzielona). Jest oczywistym, jakie skutki dla Małgorzaty Ostrowskiej to miało, poza wizerunkowymi, także finansowe. Spór toczył się wiele lat. A wystarczyło zawrzeć najpierw stosowne porozumienie. Obecnie strony sporu podjęły rozmowy. W lutym 2019 wydały nawet oświadczenie, iż „proces sądowy ma charakter czysto techniczny”, a artyści prowadzą dialog, co do 21 utworów, które należą do repertuaru Lombardu. Konia z rzędem temu, kto rozumie co oznacza, że proces ma charakter techniczny, jednak istotą jest podjęcie dialogu. Problem leży we współautorstwie. Małgorzata Ostrowska pisała teksty, a Grzegorz Stróżnik muzykę. W zasadzie stosowne zastrzeżenie mogłaby złożyć także Ostrowska, jednak Stróżnik prawdopodobnie był pierwszy. Stąd sąd, stąd spór.

Każdy ma bowiem prawo wystąpić o rozstrzygnięcie przez sąd zakresu współautorstwa i możliwości wykonywania prawa autorskiego przez każdego ze współautorów. W zasadzie tę część utworu, która została stworzona przez konkretną osobę, może ona wykonywać samodzielnie, pod warunkiem, że nie narusza

to praw pozostałych twórców. I tak Ostrowska mogłaby swoje teksty deklamować, a Stróżnik rozpowszechniać tylko muzykę. Pytanie tylko, czy obojgu o to chodziło.

Zmęczenie materiału. Ugoda przed mediatorem. Uparty Kukiz, „Jezioro” i „Piersi”.

W sumie, zwykle w sprawach tego typu, strony ostatecznie po wieloletnim sporze, starają się go zakończyć ugodowo. Warto pomyśleć o mediacyjnym sposobie załatwienia sprawy na samym początku powstania konfliktu.

To właśnie brak dialogu skończył się głośnym procesem Pawła Kukiza i byłego gitarzysty zespołu „Piersi” Rafała „Jezioro” Jezierskiego przeciwko członkom zespołu w nowym składzie. Przedmiotem sporu tym razem była nazwa zespołu i ustalenie praw do niej, przy czym w tym przypadku nie chodziło tylko o nazwę, ale i logotyp, czyli graficzno-słowny sposób przedstawienia nazwy. I tutaj Sąd Apelacyjny we Wrocławiu, jako sąd rozpoznający apelację w ogóle nie analizował kwestii współtwórczości, ponieważ w ogóle nie uznał, aby sama nazwa była utworem (linkujemy). Nie ma bowiem cech oryginalności, a jedynie walor użytkowy. Sąd uznał więc, że z punktu widzenia praw autorskich, nie ma podstaw do zakazania zespołowi w nowym składzie korzystania z tej nazwy. Co prawda, jak wynikało z ustnego uzasadnienia Sądu Apelacyjnego we Wrocławiu, nadanie nazwy zespołowi w 1984 r. w Jarocinie było wynikiem wspólnego wkładu twórczego wszystkich członków zespołu, jednak nie ma podstaw, aby uznać tę nazwę za utwór i chronić go przepisami prawa autorskiego.

Kukiz przegrał proces w I i II instancji. Z informacji, jakie posiadam wynika, że toczyła się także sprawa przed Urzędem Patentowym RP, albowiem logotyp i nazwa zostały przez zespół zastrzeżone, jako znak towarowy. Kukiz i Jezierski złożyli sprzeciw wobec tej rejestracji, jednak Urząd Patentowy RP oddalił sprzeciw obu panów co do rejestracji znaku, albowiem uznał, że wyrok sądu zezwalający na korzystanie z nazwy przez zespół w nowym składzie, przesądził niejako o możliwości rejestracji.

Każdemu po równo, czy według zasług

Jeśli już nie zostało zawarte porozumienie co do tego, kto ile ma wkładu we wspólny utwór, wspólne dzieło, należy pamiętać, że w polskim prawie autorskim istnieje tzw. domniemanie równości udziałów. To sytuacja, gdzie z góry zakłada się, że każdy

ze współautorów ma równy udział w tworzeniu. Jednak nie jest to sytuacja ostateczna. Domniemanie jest wzruszalne przed sądem, co oznacza, że ktoś, kto kwestionuje równy nakład pracy, może wystąpić do sądu składając pozew o ustalenie o określenie wielkości udziałów, a sąd opierając się na dowodach wskazanych przez strony, będzie określał wielkości udziałów wg wkładów pracy twórczej. Proces dowodowy nie jest prosty i oczywisty, o czym strony często zapominają, uznając że pewne fakty są oczywiste. W szczególności w sprawach utworów, które są powszechnie znane i robiąc założenie, że „sąd to musi wiedzieć”.

Warto pamiętać, że nie wszystko, z czego korzysta sąd i sami zainteresowani współautorzy, jest uregulowane w prawie autorskim. Do sytuacji, które mogą powstać i problemów, które trzeba rozwiązać stosuje się przepisy kodeksu cywilnego w tej części, która opisuje współwłasność. Dokładnie taką, gdy mamy do czynienia z kilkoma współwłaścicielami domu.

Reasumując, należy pamiętać, aby jeśli nie na początku to na dalszym etapie funkcjonowania wspólnego utworu, sporządzić porozumienie i ustalić kwestię wielkości udziałów. Jeśli już traficie do sądu, należy bardzo dobrze przygotować dowody w sprawie, zgodnie z procedurą cywilną. Najlepiej ominąć sąd, korzystając z mediacji i fachowego mediatora. Każdy ze współtwórców może wykonywać tę część utworu, tak aby nie wpływała na całość. Każdy też może zwrócić się do sądu o ustalenie swojego wkładu pracy w tworzenie.

Kolejny tekst dotyczyć będzie sądowego prowadzenia sporu o ustalenie, w jakim zakresie twórca brał udział w tworzeniu utworu.

W artykule wykorzystano następujące dostępne materiały publicystyczne:

- <https://prawo.gazetaprawna.pl/artykuly/1128097,kukiz-przegral-spor-o-znak-towarowy-piersi.html>
- <https://muzyka.interia.pl/wiadomosci/news-malgorzata-ostrowska-kontra-lombard-przed-sadem,nId,2655376>
- <https://plus.gloswielkopolski.pl/poznan-spor-malgorzaty-ostrowskiej-i-grzegorza-strozniaka-z-zespołu-lombard-konczy-sie/ar/13860983>
- <http://wyborcza.pl/7,87648,24135050,to-chyba-ich-ostatni-taniec-ostrowska-i-strozniak-po-dwoch.html>
- http://wyborcza.pl/1,75410,15069083,Kukiz_kontra_Piersi_czyli_zal_lidera.html