

Prawo autorskie, AI i własność intelektualna. Piotr Górecki: Firmy nie powinny odkładać tego tematu na później

Prawo autorskie przez lata kojarzyło się głównie z książkami, muzyką, filmem czy sztuką. Dziś sięga znacznie szerzej: dotyczy danych, treści tworzonych z pomocą sztucznej inteligencji, kopii technicznych, materiałów marketingowych i wielu aspektów codziennej pracy przedsiębiorstw. O tym, dlaczego firmy powinny świadomie podchodzić do własności intelektualnej, korzystania z AI i praw do tworzonych treści, mówi Piotr Górecki, który niedawno dołączył do Rady Ekspertów Alliance Business Connect. Jak podkreśla, dla wielu przedsiębiorców nie jest to już temat wyłącznie prawny, ale element bezpieczeństwa biznesu.

Prawo autorskie powstało dla sztuki, ale dziś obejmuje biznes i technologie

Jak wskazuje Piotr Górecki, współczesne prawo autorskie korzysta z pojęć, które pierwotnie tworzono z myślą o ochronie dzieł literackich i artystycznych. Problem w tym, że dziś te same instrumenty stosuje się do zjawisk technologicznych, które mają zupełnie inną naturę.

— Prawo autorskie było budowane wokół ochrony dzieł artystycznych i literackich, czyli pewnej ekspresji twórczej człowieka. Z czasem okazało się jednak, że jest na tyle pojemne, iż zaczęło obejmować bardzo wiele przejawów działalności, także tych czysto biznesowych i technologicznych. W efekcie posługujemy się narzędziami, które nie zawsze pasują do realiów cyfrowej gospodarki — mówi Piotr Górecki.

Ekspert zwraca uwagę, że w świecie cyfrowym nawet zwykłe kopiowanie, przesyłanie czy techniczne przechowywanie pliku może rodzić pytania prawne. Dla przedsiębiorcy nie jest to abstrakcja, ale realny koszt: trzeba sprawdzić umowy, zakres licencji, sposób korzystania z treści, odpowiedzialność za materiały tworzone przez pracowników, podwykonawców lub systemy AI.

AI może być skutkiem ubocznym przeregulowania

W rozmowie z ABC Piotr Górecki wskazuje również na paradoks związany z nadmierną regulacją rynku twórczego. Przepisy, które mają chronić twórców i zapewniać im godziwe wynagrodzenie, mogą w niektórych przypadkach skłaniać firmy do wybierania prostszych rozwiązań technologicznych.

— Jeżeli przedsiębiorca ma zlecić stworzenie utworu człowiekowi, musi pamiętać o umowie, wynagrodzeniu, obowiązkach informacyjnych i potencjalnych rozliczeniach. Jeżeli uzna, że to generuje zbyt duży koszt albo ryzyko, może sięgnąć po narzędzie AI. Paradoks polega na tym, że nadmierna regulacja, choć tworzona w dobrym celu, może czasem działać przeciwnie — podkreśla Piotr Górecki.

To szczególnie istotne dla firm, które na co dzień korzystają z materiałów marketingowych, grafik, tekstów, zdjęć, analiz, prezentacji, kodu, projektów technicznych lub innych treści tworzonych przez ludzi i narzędzia cyfrowe. Granica między „zwykłym wsparciem technologicznym” a wykorzystaniem utworu, danych lub systemu AI staje się coraz trudniejsza do uchwycenia.

Kiedy firma powinna zadbać o własność intelektualną?

Moment graniczny pojawia się wtedy, gdy biznes zaczyna rosnąć, a tworzone treści, dane, projekty, know-how lub narzędzia stają się realną wartością firmy.

— To zależy od modelu biznesowego. Są firmy, dla których własność intelektualna nigdy nie będzie kluczowym zasobem. Ale jeżeli firma zaczyna się skalować i działa w obszarze, w którym dane, treści, know-how albo rozwiązania technologiczne mają znaczenie, to warto zająć się tym wcześniej, a nie dopiero w momencie sporu — mówi Piotr Górecki.

W praktyce oznacza to konieczność uporządkowania umów z pracownikami, współpracownikami i podwykonawcami, sprawdzenia praw do materiałów wykorzystywanych w komunikacji, uregulowania zasad korzystania z AI oraz zabezpieczenia najważniejszych zasobów firmy. Dotyczy to nie tylko branży technologicznej. Coraz częściej są to także firmy produkcyjne, usługowe, szkoleniowe, kreatywne, doradcze czy marketingowe.

AI Act nie dla wszystkich oznacza to samo

Piotr Górecki zwraca uwagę, że wielu przedsiębiorców może przeceniać albo błędnie rozumieć zakres obowiązków wynikających z AI Act. Nie każda firma korzystająca z narzędzi AI będzie automatycznie podlegać najbardziej restrykcyjnym obowiązkom.

Jak wyjaśnia ekspert, większość polskich przedsiębiorstw prawdopodobnie nie będzie tworzyć ani wykorzystywać systemów AI wysokiego ryzyka. Nie oznacza to jednak, że temat można zignorować. Warto wiedzieć, które obowiązki dotyczą powszechnego korzystania z AI, zwłaszcza w obszarze transparentności, oznaczania treści i odpowiedzialności za materiały publikowane na zewnątrz.

Co zmieniają unijne przepisy?

Kontekst regulacyjny zmienia się szybko. AI Act wszedł w życie 1 sierpnia 2024 roku, a część obowiązków dotyczących przejrzystości, w tym oznaczania niektórych treści generowanych lub modyfikowanych przez sztuczną inteligencję, zacznie być stosowana od

2 sierpnia 2026 roku. To ważne dla firm, które korzystają z AI w komunikacji, marketingu, sprzedaży, obsłudze klienta lub tworzeniu materiałów publikowanych na zewnątrz.

Znaczenie ma także dyrektywa DSM, czyli unijna dyrektywa o prawie autorskim i prawach pokrewnych na jednolitym rynku cyfrowym. W Polsce została wdrożona nowelizacją ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, która obowiązuje od 20 września 2024 roku. Dla biznesu oznacza to większą potrzebę kontroli nad tym, kto tworzy treści, na jakich zasadach firma z nich korzysta i czy ma prawa do materiałów, które publikuje, przetwarza lub przekazuje dalej.

Im częściej przedsiębiorcy korzystają z AI, danych, zewnętrznych twórców i cyfrowych narzędzi, tym ważniejsze staje się uporządkowanie umów, licencji i zasad odpowiedzialności. Dobrze przygotowane zasady korzystania ze sztucznej inteligencji oraz uporządkowane prawa do materiałów mogą oszczędzić firmie kosztownych błędów.