PROBLEM? WYLUZUJ. OGARNIESZ TO!

INTERNET SPRZEDAJE MOJE PRACE, CHOCIAŻ MNIE NIKT NIE PYTAŁ

Jak dokumentować nieuprawnione wykorzystanie własnych materiałów, porządkować zasady licencjonowania i dobierać pomoc specjalistyczną bez samodzielnego ścigania całego internetu



Max Paradox

Internet Sprzedaje Moje Prace, Chociaż Mnie Nikt Nie Pytał

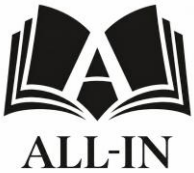
Jak dokumentować nieuprawnione wykorzystanie własnych materiałów, porządkować zasady licencjonowania i dobierać pomoc specjalistyczną bez samodzielnego ścigania całego internetu

Max Paradox

PROBLEM? WYLUZUJ. OGARNIESZ TO!

ISBN: 9788384839096

ALL-IN Rafał Płonkowski



SPIS TREŚCI

INTRO 5

Rozdział 1 - To moje dzieło! Dlaczego sprzedaje je ktoś inny? 10

Rozdział 2 - Czy naprawdę nikt nie pytał, czy tylko zgoda gdzieś się zapodziała? 18

Rozdział 3 - Dowody mają krótkie nogi, zwłaszcza w internecie 26

Rozdział 4 - Jak przegrać sprawę, zanim się zacznie 34

Rozdział 5 - Sprzedawca widmo, czyli kto naprawdę stoi za twoją pracą? 42

Rozdział 6 - Internet nigdy nie śpi. Ty jednak powinieneś 51

Rozdział 7 - Zniknęło ze sklepu. Czy problem naprawdę zniknął? 60

Rozdział 8 - Znak wodny nie jest ochroniarzem, czyli jak udostępniać prace z głową 68

Rozdział 9 - Nie każda bitwa jest twoją bitwą. Jak wybierać sprawy, którymi warto się zająć? 77

Rozdział 10 - Licencja to nie zaklęcie. Jak ustalić zasady, które obie strony naprawdę rozumieją? 86

Rozdział 11 - Formularz zgłoszeniowy, czyli jak poprosić platformę o działanie i nie narobić sobie kłopotów 96

Rozdział 12 - Prawnik, informatyk czy detektyw? Kogo naprawdę potrzebujesz? 105

Rozdział 13 - Pierwsza wiadomość bez granatu w załączniku. Jak rozmawiać o nieuprawnionym wykorzystaniu pracy? 115

Rozdział 14 - Zapłacimy i po sprawie? Jak negocjować rozwiązanie, które nie stworzy kolejnego problemu 123

Rozdział 15 - Naruszenie bez granic, czyli co robić, gdy twoja praca wyjechała za granicę bez paszportu 132

Rozdział 16 - To ja jestem autorem! Co robić, gdy ktoś zgłasza twoją własną pracę? 140

Rozdział 17 - Gdy dowody przepadły, a druga strona mówi „nie". Jak działać bez idealnych warunków? 149

Rozdział 18 - System zamiast gaszenia pożarów. Jak zorganizować ochronę twórczości, żeby działała również w zwykły wtorek? 158

Rozdział 19 - Znowu ktoś sprzedaje moje prace? Jak rozpoznawać sygnały, zanim problem urośnie 168

Rozdział 20 - Twoje prace, twoje zasady, twoje życie. Jak odzyskać kontrolę bez zostawania policjantem internetu? 177

INTRO

Wyobraź sobie, że pewnego spokojnego wieczoru przeglądasz internet i trafiasz na sklep oferujący coś wyjątkowo znajomego. Na początku myślisz, że to przypadek. Potem przyglądasz się dokładniej i odkrywasz, że sprzedawany produkt zawiera twoją ilustrację, fotografię, tekst albo projekt. Ten sam układ, te same szczegóły, nawet drobny błąd, którego nie zdążyłeś poprawić. Cena wygląda całkiem profesjonalnie. Opis zachęca do zakupów. Opinie klientów sugerują, że interes kwitnie. Brakuje tylko jednego drobiazgu: twojej wiedzy o całym przedsięwzięciu. Najwyraźniej ktoś uznał, że skoro już wykonałeś najtrudniejszą część pracy, czyli stworzyłeś coś wartościowego, pozostaje mu jedynie uruchomić sprzedaż. Podział obowiązków niezwykle wygodny, szczególnie dla człowieka, który nie musiał cię o nic pytać.

Pierwsza reakcja bywa mieszaniną niedowierzania, złości i nieodpartej ochoty napisania wiadomości zaczynającej się od słów, których później nie chciałbyś zobaczyć w oficjalnej korespondencji. To zrozumiałe. Twoja praca mogła wymagać wielu godzin przygotowań, poprawek, inwestycji w sprzęt, zdobywania umiejętności i budowania własnego stylu. Tymczasem ktoś potraktował gotowy rezultat jak bezpłatny surowiec do swojego biznesu. Internet dorzuca do tego wyjątkowo irytującą funkcję: możesz obserwować całe zjawisko na ekranie, ale niekoniecznie wiesz, kto za nim stoi, jakie ma uprawnienia i gdzie właściwie powinieneś skierować swoje pytania. Człowiek zaczyna od jednego podejrzanego sklepu, a po godzinie ma otwartych dwadzieścia siedem kart i poczucie, że właśnie został zatrudniony na nieodpłatnym stanowisku dyrektora do spraw tropienia własnej twórczości.

Właśnie w tym miejscu pojawia się problem większy niż pojedyncza nieautoryzowana oferta. Twórca musi jednocześnie

ustalić, co naprawdę się wydarzyło, jakie materiały wykorzystano, czy istniała zgoda, kto może ponosić odpowiedzialność i jakie działania mają sens. Do tego dochodzą emocje oraz świadomość, że każda kolejna godzina poświęcona na internetowe dochodzenie jest godziną odebraną tworzeniu nowych rzeczy. Najgorsze, że nawet spektakularne zwycięstwo nad jedną ofertą nie oznacza automatycznie końca sprawy. Kopia może pojawić się gdzie indziej, inne konto może oferować podobny produkt, a wyszukiwarka z uporem godnym lepszej sprawy będzie proponowała kolejne odkrycia.

Nie oznacza to jednak, że każda publikacja twojego materiału jest naruszeniem albo że każdy sprzedawca działa bezprawnie. Materiał mógł zostać udostępniony na podstawie wcześniejszej licencji, odpowiedniej umowy lub innego uprawnienia. Niektóre sposoby korzystania z cudzej twórczości mogą mieścić się w granicach przewidzianych prawem. Bywa też, że kłopot wynika z nieprecyzyjnej współpracy, kiedy jedna strona pamięta rozmowę o wykorzystaniu projektu, a druga jest przekonana, że otrzymała zgodę na wszystko, łącznie z produkcją kubków dla połowy kontynentu. Dlatego podejrzenie nie powinno automatycznie zamieniać się w publiczny wyrok. Zanim zaczniesz kogokolwiek oskarżać, potrzebujesz faktów, dokumentów i zrozumienia sytuacji.

Jedną z najważniejszych umiejętności, które możesz sobie wypracować, jest oddzielenie zbierania informacji od podejmowania decyzji. Kiedy widzisz podejrzaną ofertę, naturalny odruch podpowiada: napisz natychmiast, zażądaj usunięcia, postrasz konsekwencjami. Tymczasem oferta może zniknąć, opis produktu zostać zmieniony, a konto przemianowane, zanim zdążysz zachować to, co później okaże się istotne. Dlatego warto wiedzieć, jak uporządkować adresy stron, daty, zrzuty ekranu, informacje o sprzedawcy oraz własne materiały źródłowe. Nie chodzi o stworzenie archiwum większego niż biblioteka narodowa. Chodzi o możliwość spokojnego odtworzenia zdarzeń i przekazania

ich osobie, która będzie pomagała ci ocenić sytuację. Starannie przygotowany zestaw informacji może być znacznie użyteczniejszy niż pięćdziesiąt wiadomości napisanych wielkimi literami.

Drugą pułapką jest przekonanie, że skuteczna ochrona twórczości wymaga nieustannego kontrolowania całego internetu. To pomysł szczególnie atrakcyjny dla osób, które od dawna marzyły, żeby przestać spać i zacząć zawodowo odświeżać wyniki wyszukiwania. W praktyce zasoby każdego twórcy są ograniczone. Masz określony czas, budżet, energię i inne obowiązki. Nie każda podejrzana publikacja wymaga takiej samej reakcji, nie każde wykorzystanie powoduje tę samą szkodę, a nie każda sprawa uzasadnia kosztowną interwencję. Umiejętność ustalania priorytetów nie jest kapitulacją. Pozwala skupić uwagę na przypadkach, w których działanie ma realne znaczenie, zamiast dać się wciągnąć w niekończącą się rywalizację z kolejnymi kontami i platformami.

Istotną częścią tej układanki są także zasady licencjonowania. Wielu problemów nie da się całkowicie wyeliminować, ale można ograniczyć nieporozumienia, jeśli wcześniej jasno określisz, na co pozwalasz odbiorcom swoich materiałów. Samo stwierdzenie „możesz wykorzystać mój projekt" pozostawia zaskakująco dużo miejsca na twórczą interpretację, szczególnie kiedy interpretującym jest ktoś, kto widzi możliwość zarobku. Znaczenie mogą mieć zakres wykorzystania, czas, terytorium, możliwość modyfikacji, dalszego udostępniania czy wykorzystania komercyjnego. Nie musisz od razu zamieniać każdej rozmowy z klientem w międzynarodowe negocjacje prawnicze. Warto jednak rozumieć, które ustalenia wymagają precyzji i dlaczego zapisane warunki współpracy bywają bardziej pomocne niż zapewnienie, że przecież wszyscy wiedzieli, o co chodzi.

Osobną kwestią jest wybór odpowiedniej pomocy. Internet uwielbia oferować natychmiastowe rozwiązania, zwykle przedstawiane przez osoby niezwykle pewne siebie i niekoniecznie

zainteresowane szczegółami twojej sprawy. Jedni radzą wysłać groźne pismo, inni natychmiast zgłosić wszystko platformie, a jeszcze inni proponują publiczne ujawnienie sprzedawcy. Tymczasem znaczenie mają rodzaj twórczości, istniejące umowy, miejsce wykorzystania materiałów, dostępne dowody oraz cel, który chcesz osiągnąć. Czasem potrzebujesz konsultacji z prawnikiem specjalizującym się we własności intelektualnej, czasem pomocy w uporządkowaniu licencji, a czasem po prostu lepszego systemu przechowywania dokumentacji. Dobry specjalista nie jest magicznym przyciskiem „usuń problem", lecz osobą, której możesz przekazać konkretną sytuację i uzyskać ocenę możliwych działań, kosztów oraz ryzyka.

Ta książka nie zastępuje indywidualnej porady prawnej i nie obiecuje, że każdą kopię da się odnaleźć, każdą ofertę usunąć, a każdą stratę odzyskać. Przepisy, umowy i procedury poszczególnych platform mogą prowadzić do różnych rozstrzygnięć. Zamiast udawać, że istnieje jeden uniwersalny formularz pozwalający pokonać wszystkich internetowych kombinatorów, skupimy się na rzeczach, nad którymi rzeczywiście możesz pracować. Nauczysz się rozpoznawać sytuacje wymagające sprawdzenia, dokumentować to, co widzisz, porządkować własne ustalenia i przygotowywać informacje potrzebne do świadomej decyzji. Równie ważne będzie rozpoznawanie momentu, w którym dalsze samodzielne działania przestają być rozsądne.

Bo ostatecznie twoim celem nie powinno być zostanie najlepszym internetowym detektywem we własnej sprawie. Prawdopodobnie wolisz nadal tworzyć, rozwijać działalność, współpracować z uczciwymi klientami i zarabiać na swoich pomysłach. Ochrona pracy ma temu służyć, a nie przejmować kontrolę nad całym życiem. Kiedy nauczysz się oddzielać fakty od przypuszczeń, ważne przypadki od drobiazgów oraz własne zadania od tych wymagających specjalistycznej wiedzy, odzyskasz

coś niezwykle cennego: możliwość spokojnego decydowania, co robić dalej.

Jeżeli więc internet postanowił handlować twoją twórczością bez wcześniejszego zaproszenia cię do rozmowy, nie musisz od razu zakładać cyfrowego biura śledczego, zatrudniać samego siebie na trzy zmiany i wypowiadać wojny każdemu sprzedawcy z dostępem do przycisku „kopiuj". Masz prawo potraktować sprawę poważnie, zebrać informacje i poszukać właściwego wsparcia. Możesz również zdecydować, gdzie kończy się sensowna ochrona twoich interesów, a zaczyna kosztowna pogoń bez wyraźnego celu. Twoje prace zasługują na szacunek. Twój czas również. I byłoby naprawdę miło, gdyby choć jedna z tych wartości nie została wystawiona na sprzedaż bez twojej zgody.

Rozdział 1 - To moje dzieło! Dlaczego sprzedaje je ktoś inny?

Najpierw widzisz zdjęcie. Potem cenę. Na końcu nazwę sprzedawcy, która nie mówi ci absolutnie nic. Przez krótką chwilę próbujesz znaleźć rozsądne wyjaśnienie. Może ktoś poleca twoją pracę? Może to dawna współpraca, o której zapomniałeś? Może sklep prowadzi znajomy, który właśnie postanowił zrobić ci niespodziankę? Niestety, niespodzianki zazwyczaj obejmują tort albo kwiaty, a nie komercyjne wykorzystanie cudzych materiałów. Otwierasz szczegóły oferty i rozpoznajesz własny projekt. Dokładnie ten, nad którym spędziłeś kilka wieczorów, poprawiając szczegóły niewidoczne dla większości ludzi. Teraz te szczegóły są widoczne na produkcie sprzedawanym przez kogoś innego. Internet najwyraźniej uznał, że twórczość jest działalnością zespołową, przy czym autor odpowiada za tworzenie, a przypadkowy przedsiębiorca za przyjmowanie pieniędzy.

Zanim jednak rozpoczniesz wielką operację pod kryptonimem „Oddajcie mi moje piksele", warto ustalić, co naprawdę widzisz. To podstawowa różnica między osobą, która potrafi chronić swoją pracę, a osobą, która po trzech godzinach przeszukiwania internetu wie już wszystko o sprzedawcy, jego zainteresowaniach i prawdopodobnej rasie psa, ale nadal nie zachowała adresu problematycznej oferty. Emocje są naturalne, szczególnie kiedy twórczość stanowi twoje źródło utrzymania albo ważną część zawodowej tożsamości. Nie musisz ich tłumić ani udawać, że nie obchodzą cię cudze zyski. Warto jednak oddzielić reakcję emocjonalną od czynności, które mogą później mieć rzeczywiste znaczenie.

Pierwsza zasada jest mniej widowiskowa, niż podpowiada intuicja: samo znalezienie swojej pracy w obcym miejscu nie mówi jeszcze wszystkiego o sytuacji. Widzisz rezultat określonego

działania, ale nie znasz całej drogi, którą materiał przebył. Mógł zostać skopiowany bez pytania, przekazany przez wcześniejszego kontrahenta, wykorzystany w granicach istniejącej licencji albo opublikowany w sposób, który wymaga dokładniejszej oceny. Czasem sklep rzeczywiście oferuje produkt zawierający twoją twórczość. Innym razem pokazuje jedynie zdjęcie produktu, który ktoś legalnie nabył i może odsprzedawać. Te sytuacje wyglądają podobnie na ekranie, lecz mogą oznaczać zupełnie inne problemy. Dlatego zamiast zaczynać od oskarżenia, zacznij od pytania: co dokładnie zostało wykorzystane i w jaki sposób?

Wyobraź sobie fotografkę, która przed laty wykonała serię zdjęć zabytkowych kamienic. Jedna fotografia pojawia się na stronie sklepu z plakatami. Zdjęcie wygląda znajomo, kadrowanie jest niemal identyczne, a charakterystyczna rysa na murze znajduje się dokładnie tam, gdzie powinna. Fotografka pamięta jednak, że kiedyś udostępniła kilka ujęć agencji współpracującej z lokalną instytucją kultury. Czy agencja mogła przekazać zdjęcie dalej? Czy licencja obejmowała produkcję plakatów? A może sklep pozyskał fotografię z zupełnie innego źródła? Każda odpowiedź prowadzi do innych pytań. Samo przekonanie „to przecież moje zdjęcie” jest ważnym punktem wyjścia, ale jeszcze nie zamyka analizy. Właśnie dlatego uporządkowanie faktów daje przewagę nad efektownym, choć przedwczesnym wygłaszaniem wyroków.

Warto również rozdzielić trzy rzeczy, które podczas pierwszego odkrycia zlewają się w jedno: sam materiał, sposób jego wykorzystania oraz podmiot, który z niego korzysta. Materiałem może być ilustracja, tekst, nagranie, fotografia, grafika reklamowa albo fragment większego projektu. Sposób wykorzystania może polegać na publikacji, modyfikacji, umieszczeniu na sprzedawanym produkcie lub udostępnianiu pliku do pobrania. Podmiotem może być właściciel sklepu, niezależny sprzedawca korzystający z platformy, pośrednik albo firma działająca na zlecenie innego przedsiębiorstwa. Jeżeli pomylisz te elementy, możesz skierować

pretensje do kogoś, kto nie podejmował decyzji o wykorzystaniu materiału. To trochę tak, jakby mieć pretensje do kuriera za treść książki, którą dostarczył. Kurier może przekazać paczkę, ale raczej nie jest redaktorem naczelnym całego przedsięwzięcia.

Pierwszy kontakt z podejrzaną ofertą powinien więc przypominać spokojne oględziny, nie przesłuchanie. Przyjrzyj się temu, co strona rzeczywiście pokazuje. Czy produkt można kupić? Czy widoczna cena dotyczy przedmiotu z twoją pracą, czy czegoś innego? Czy oferta zawiera opis sposobu wykonania, nazwę marki, informację o autorze lub dostawcy? Czy publikacja przedstawia cały materiał, jego fragment, przeróbkę czy jedynie coś podobnego? Takie pytania mogą wydawać się drobiazgowe, lecz pozwalają uniknąć błędów wynikających z pierwszego wrażenia. Nie musisz od razu analizować każdego piksela. Jeśli w ofercie występuje twoja charakterystyczna ilustracja, ustalenie jej konkretnego zastosowania będzie znacznie bardziej przydatne niż godzinne rozważania, czy sprzedawca wygląda na człowieka godnego zaufania na zdjęciu profilowym.

Podobieństwo nie zawsze oznacza kopiowanie

Szczególnie trudne bywają sytuacje, w których cudzy materiał jest podobny do twojego, ale nie stanowi oczywistej kopii. Dwie osoby mogą niezależnie stworzyć prace o zbliżonym charakterze, wykorzystać popularny motyw albo dojść do podobnego rozwiązania wizualnego. Sam pomysł, temat czy ogólna estetyka nie są tym samym co konkretna twórcza forma. Granice ochrony zależą od rodzaju materiału i właściwych przepisów, dlatego nie da się rozstrzygnąć każdej sprawy samym porównaniem miniaturek. Im bardziej szczegółowe podobieństwa, tym więcej powodów do sprawdzenia sytuacji, ale nadal warto dokumentować konkretne elementy zamiast opierać się na ogólnym wrażeniu.

Załóżmy, że projektujesz ilustracje przedstawiające koty w eleganckich garniturach. Pewnego dnia odkrywasz sklep oferujący plakaty z kotami w garniturach. Sam fakt, że ktoś również dostrzegł

niewykorzystany potencjał biznesowy formalnie ubranych zwierząt, nie oznacza automatycznie przejęcia twojej pracy. Jeśli jednak kot ma identyczną pozę, ten sam układ kolorów, charakterystyczne proporcje i szczegóły występujące w twoim oryginale, sytuacja zasługuje na dokładniejsze porównanie. Najlepiej zestawić materiały obok siebie i wskazać podobieństwa możliwe do opisania. To zadanie mniej emocjonujące niż publiczne ogłoszenie kradzieży stulecia, ale znacznie bardziej przydatne dla osoby, która będzie później analizowała sprawę.

Istnieje też odwrotny problem. Materiał może być wyraźnie zmieniony, mimo że wykorzystano znaczną część twojej pracy. Ktoś usuwa podpis, przycina fotografię, zmienia kolory ilustracji albo łączy kilka fragmentów tekstu w nową publikację. Sama modyfikacja nie rozstrzyga o legalności wykorzystania, podobnie jak pozostawienie oryginału bez zmian nie przesądza automatycznie o naruszeniu. Ważne stają się pochodzenie materiału, charakter zmian, zakres ewentualnej zgody i okoliczności wykorzystania. Nie próbuj więc rozstrzygać wszystkiego pytaniem, czy kopia jest identyczna. Czasem najważniejsze będzie ustalenie, skąd dana wersja pochodzi i jakie elementy twojej twórczości można w niej rozpoznać.

Pierwsze piętnaście minut ma znaczenie

Kiedy trafisz na podejrzaną publikację, przyjmij prostą kolejność: najpierw zachowaj podstawowe informacje, później zastanawiaj się nad reakcją. Zapisz pełny adres strony, datę i możliwie dokładny czas odkrycia, widoczną nazwę sprzedawcy oraz opis produktu. Wykonaj czytelne zrzuty ekranu pokazujące zarówno materiał, jak i kontekst oferty. Jeśli cena, nazwa konta lub istotne warunki sprzedaży znajdują się w różnych częściach strony, zadbaj o ich zachowanie. Nie zakładaj, że jutro wszystko będzie wyglądało tak samo. Oferty mogą się zmieniać, znikać albo przechodzić do archiwum. Zwykły zrzut ekranu nie jest magicznym dowodem o niepodważalnej wartości, a w sprawach spornych

mogą być potrzebne inne sposoby utrwalenia informacji. Jest jednak rozsądnym początkiem dokumentowania zdarzenia.

Przygotuj również krótką notatkę opisującą własne obserwacje. Niech zawiera to, co faktycznie udało ci się ustalić, bez dopisywania domysłów jako faktów. Zamiast zdania „firma od miesięcy kradnie moje projekty i zarabia fortunę" zapisz: „Dnia 12 maja zauważyłem ofertę plakatu przedstawiającego grafikę podobną do mojego projektu z poprzedniego roku. Oferta zawiera cenę i możliwość zamówienia. Nie znalazłem w swojej dokumentacji zgody udzielonej temu sprzedawcy". Takie sformułowanie jest mniej dramatyczne, lecz pozwala odróżnić zaobserwowane okoliczności od kwestii wymagających wyjaśnienia. Później łatwiej będzie je uzupełnić albo skorygować bez konieczności wycofywania efektownych deklaracji.

Równocześnie zachowaj własne materiały, które mogą pomóc ustalić historię powstania pracy. Mogą to być pliki źródłowe, wcześniejsze wersje projektu, korespondencja dotycząca zamówienia, dokumenty przekazania materiałów czy zapisy wcześniejszych publikacji. Nie edytuj oryginalnych plików wyłącznie po to, by wyglądały bardziej przekonująco. Pracuj na kopiach, kiedy przygotowujesz porównania lub materiały pomocnicze. Informacja o dacie zapisanej w pliku może być przydatna, ale nie zawsze stanowi samodzielne potwierdzenie autorstwa lub czasu powstania. Im poważniejszy spór, tym większe znaczenie może mieć cała historia materiału, a nie jeden efektowny dokument. Odpowiedzialne porządkowanie dokumentacji polega na zachowywaniu tego, co istnieje, a nie na poprawianiu przeszłości tak, żeby wyglądała korzystniej.

Dopiero po wykonaniu tych czynności warto rozważyć kontakt ze sprzedawcą, platformą lub specjalistą. Wysłanie impulsywnej wiadomości może skłonić drugą stronę do zmiany oferty, zanim zdążysz utrwalić jej wygląd. Nie oznacza to jednak, że zawsze należy zwlekać. Niektóre sytuacje mogą wymagać szybkiej reakcji,

szczególnie gdy istnieje ryzyko poważnych strat, dalszego rozpowszechniania materiału albo upływu istotnego terminu. W takich przypadkach pomoc prawnika może być potrzebna od razu. Rozsądne działanie nie jest równoznaczne z bezczynnością. Polega na tym, żeby odpowiedzieć na problem w sposób, który nie utrudni kolejnych kroków.

Nie każda znaleziona kopia zasługuje na osobną wojnę

Internet ma jeszcze jedną osobliwą właściwość. Kiedy już znajdziesz swój materiał w jednym nieoczekiwanym miejscu, zaczynasz zauważać go wszędzie. Wyszukiwarki obrazów, podobne oferty, konta publikujące zbliżone projekty i sklepy korzystające z tych samych zdjęć tworzą wrażenie wielkiej sieci powiązań. Czasem rzeczywiście kilka ofert pochodzi od jednego dostawcy. Innym razem platformy powielają katalogi, strony pokazują archiwalne miniatury, a wyniki wyszukiwania prowadzą wielokrotnie do tej samej publikacji. Dziesięć linków nie musi oznaczać dziesięciu niezależnych przypadków. Dlatego warto grupować obserwacje według materiału, sprzedawcy i faktycznego sposobu wykorzystania, zamiast traktować każdą nową kartę przeglądarki jak osobnego podejrzanego.

Ma to znaczenie również przy ocenie skali problemu. Widoczna cena produktu nie informuje cię, ile egzemplarzy sprzedano, czy sprzedano choć jeden ani jaki zysk osiągnął sprzedawca. Liczba opinii może dotyczyć całego sklepu, a nie konkretnego produktu. Komunikat informujący o popularności oferty może być elementem marketingowym. Nawet licznik zakupów wymaga ostrożnej interpretacji, ponieważ nie zawsze wiadomo, jak jest naliczany. Jeżeli nie masz wiarygodnych danych sprzedażowych, nie zamieniaj przypuszczeń w kwoty szkody. Możesz wskazać, że oferta była dostępna w określonej cenie, ale wyliczenie rzeczywistej korzyści czy straty wymaga osobnej analizy.

W tym miejscu przydaje się prosta ocena ważności zdarzenia. Zastanów się, czy materiał stanowi istotną część twojej

działalności, czy dana oferta może wpływać na twoich klientów, czy wykorzystanie jest jednorazowe, czy występuje w wielu powiązanych miejscach oraz jakie informacje już posiadasz. Nie próbuj każdemu przypadkowi przypisywać dokładnej wartości finansowej, jeśli nie ma do tego podstaw. Możesz natomiast zdecydować, które zdarzenia wymagają szybszej konsultacji, a które należy przede wszystkim uporządkować i obserwować. Istotne będą również koszty ewentualnego działania. Nawet sprawa budząca uzasadnioną złość może okazać się trudna lub nieproporcjonalnie kosztowna do prowadzenia.

Warto też wyznaczyć rozsądną granicę własnego zaangażowania. Jeśli odkryjesz podejrzaną ofertę wieczorem, nie musisz przed świtem przeanalizować całej historii domeny, wszystkich komentarzy klientów i aktywności każdego konta o podobnej nazwie. Ustal, co rzeczywiście jest potrzebne do pierwszego uporządkowania sprawy, a pozostałe pytania zapisz na później. To szczególnie ważne, kiedy internetowe poszukiwania zaczynają wypierać pracę, odpoczynek i zwykłe obowiązki. Nie istnieje nagroda za największą liczbę godzin poświęconych na samodzielne śledztwo. Nawet jeśli ktoś postanowił zarabiać na twoim projekcie, nie musisz dodatkowo finansować tej sytuacji całym swoim wolnym czasem.

Nie zapominaj, że za każdym znalezionym materiałem może kryć się inna historia. Jeden sprzedawca może świadomie wykorzystywać cudze prace bez uprawnienia. Inny mógł otrzymać pliki od pośrednika, który zapewnił go o legalności ich pochodzenia. Jeszcze inny może korzystać z materiału na podstawie zgody, o której istnieniu nie masz pełnych informacji. Te okoliczności nie zawsze wyłączają odpowiedzialność, ale mogą wpływać na ocenę sytuacji i wybór odpowiedniego działania. Dlatego zamiast budować od razu opowieść o złoczyńcy i ofierze, przygotuj opis zdarzenia, z którego można ustalić rzeczywisty problem. Osoba pomagająca ci później nie powinna najpierw

przebijać się przez dramatyczną narrację, żeby odnaleźć podstawowe fakty.

Największą zmianą jest przejście od poczucia, że ktoś przejął kontrolę nad twoją twórczością, do świadomości, że nadal możesz kontrolować sposób własnego reagowania. Nie zawsze doprowadzisz do usunięcia publikacji. Nie zawsze poznasz pełną historię wykorzystania materiału. Nie każda sprawa zakończy się finansową rekompensatą. Możesz jednak nauczyć się rozpoznawać problem, zachowywać istotne informacje i podejmować decyzje bez działania pod wpływem pierwszego impulsu. A kiedy kolejny raz zobaczysz swoją pracę w obcej ofercie, zamiast natychmiast pisać wiadomość zatytułowaną „OSTATECZNE WEZWANIE!!!", będziesz wiedzieć, co najpierw sprawdzić. Trzy wykrzykniki rzadko zwiększają skuteczność korespondencji. Dobrze ustalone fakty potrafią zrobić znacznie więcej.

Rozdział 2 - Czy naprawdę nikt nie pytał, czy tylko zgoda gdzieś się zapodziała?

Najbardziej niewygodne pytanie, jakie możesz sobie zadać po odkryciu podejrzanego wykorzystania swojej pracy, brzmi: czy przypadkiem kiedyś sam nie pozwoliłeś na coś podobnego? To pytanie nie jest próbą usprawiedliwiania osoby korzystającej z materiału. Jest zwyczajnym sprawdzeniem rzeczywistości, która ma irytujący zwyczaj być bardziej skomplikowana niż nasze pierwsze wrażenia. Twórca pamięta przede wszystkim wysiłek włożony w projekt, moment jego ukończenia i satysfakcję z efektu. Znacznie gorzej pamięta wiadomość sprzed czterech lat, w której napisał: „Jasne, możecie wykorzystać grafikę w swoich materiałach". Zwłaszcza jeśli wiadomość została wysłana między zakupami a obiadem, a słowo „materiały" nie otrzymało żadnego wyjaśnienia. Człowiek uważał, że zgodził się na jeden folder reklamowy. Druga strona mogła uznać, że dostała przepustkę do nieograniczonej eksploatacji twórczości. I oto mamy konflikt, którego obie strony mogą być zaskakująco pewne.

Dlatego zanim uznasz określone wykorzystanie za bezprawne, warto prześledzić historię udostępniania konkretnej pracy. Nie wystarczy przypomnieć sobie, komu ją pokazywałeś. Istotne jest, kto otrzymał pliki, w jakim celu, na jakich warunkach i czy miał możliwość przekazania ich dalej. Czasem odpowiedź znajduje się w podpisanej umowie, czasem w korespondencji, a czasem w regulaminie usługi, z której korzystałeś. Zdarza się również, że dokumentacja jest niepełna, ponieważ współpraca opierała się na krótkich rozmowach i wzajemnym zaufaniu. Nie oznacza to automatycznie, że jedna strona ma rację, a druga nie. Oznacza natomiast, że potrzebujesz odtworzyć fakty, zanim zaczniesz formułować stanowcze żądania.

Autor, właściciel i użytkownik to nie zawsze ta sama osoba

Jednym z częstych źródeł nieporozumień jest traktowanie autorstwa, posiadania pliku i uprawnienia do wykorzystania pracy jak trzech nazw tej samej rzeczy. Tymczasem można stworzyć utwór i nie posiadać wszystkich majątkowych praw do jego eksploatacji. Można również legalnie korzystać z czyjejś twórczości, nie będąc jej autorem. Sam zakup egzemplarza pracy lub otrzymanie gotowego pliku nie musi oznaczać nabycia wszystkich praw autorskich. Zakres uprawnień może wynikać z umowy, właściwych przepisów oraz charakteru współpracy. Szczególne zasady mogą dotyczyć między innymi utworów pracowniczych czy określonych kategorii zamówień. Nie warto zgadywać na podstawie tego, kto zapłacił fakturę albo czyje nazwisko widnieje w nazwie pliku.

Wyobraź sobie projektanta, który przygotował serię ilustracji dla producenta opakowań. Firma zapłaciła za projekt, zaakceptowała wszystkie wersje i rozpoczęła sprzedaż produktów. Kilka miesięcy później identyczna ilustracja pojawia się na materiałach promocyjnych innego przedsiębiorstwa. Projektant uznaje, że ktoś wykorzystuje jego pracę bez pozwolenia. Może mieć rację, lecz najpierw powinien sprawdzić, jakie prawa przeniósł albo jakiej licencji udzielił pierwszemu klientowi. Jeżeli umowa przewidywała szerokie uprawnienia do określonych zastosowań, sprawa może wyglądać inaczej, niż początkowo zakładał. Jeżeli natomiast uzgodniono jedynie wykorzystanie na konkretnych opakowaniach, nowe zastosowanie może wymagać odrębnej analizy. Nie rozstrzygnie tego ani pamięć projektanta, ani przekonanie firmy, że skoro raz zapłaciła, to kupiła wszystko, co istnieje i kiedykolwiek powstanie.

Szczególnej uwagi wymagają projekty tworzone wspólnie. Być może przygotowałeś oprawę graficzną, ale ktoś inny wykonał fotografie, napisał teksty albo dostarczył elementy ilustracyjne. Gotowy materiał wygląda jak jedna całość, jednak prawa do poszczególnych składników mogą mieć różną historię. Jeśli