Pobrane z czasopisma Studenckie Zeszyty Naukowe **http://szn.umcs.pl**
Data: 30/10/2026 20:13:13

ARTYKUŁY

Ars Iuridica 2023, Vol. 23, nr 2
DOI: 10.17951/szn.2023.23.2.9-25

Katarzyna Błaszczak
Uniwersytet Marii Curie-Skłodowskiej w Lublinie, Polska
ORCID: 0009-0002-5470-4225
katarzynablaszczak13@gmail.com

Prawne aspekty rozpowszechniania wizerunku małoletniego w celu osiągnięcia korzyści majątkowych przez rodziców-influencerów[1]

Legal Aspects of Disseminating the Image of a Minor for Financial Gain by Influencer Parents

ABSTRACT

The article aims to analyze specific legal aspects related to the dissemination of the image of a minor for financial gain by parents acting as internet influencers. The thesis of the article is based on the assertion that the current state of Polish legislation cannot be considered satisfactory or sufficient in light of emerging practical issues concerning the recording and exploitation of a child's image by their legal representatives for profit. The study sequentially discusses the definitions of "image," principles governing the dissemination of the image of a person below 18 years of age, and conducts an analysis of phenomena such as sharenting, commercial sharenting, and parental trolling. The article also identifies potential means of protecting minors against abuses by their parents using civil procedure instruments and labor law. To comprehensively address the topic and substantiate the thesis, the author used a dogmatic-legal and theoretical-legal methodology.

Keywords: *commercial sharenting*, image of a minor, dissemination of an image, parental authority

[1] Termin *influencer* nie został jeszcze wprowadzony do słownika języka polskiego, jednak słowo to występuje powszechnie w Polsce w codziennej komunikacji oraz debacie publicznej. Zgodnie z tłumaczeniem definicji podanej w słowniku języka angielskiego *Oxford*, *influencer* to osoba lub rzecz, która wywiera wpływ na kogoś lub na coś. W szczególności słowo *influencer* odnosi się do osoby, która ma zdolność wywierania wpływu na potencjalnych kupujących danego produktu bądź usługi przez swoje rekomendacje w mediach społecznościowych.

Pobrane z czasopisma Studenckie Zeszyty Naukowe **http://szn.umcs.pl**
Data: 30/10/2026 20:13:13

WPROWADZENIE

Wizerunek stanowi dobro osobiste osoby fizycznej, które zostało wymienione w katalogu otwartym zawartym w art. 23 Kodeksu cywilnego (dalej: k.c.)[2]. Dobro to jest chronione także na podstawie art. 81 Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych (dalej: pr. aut.)[3]. W zakresie podmiotowym ochrona przysługuje wizerunkowi każdej osoby fizycznej, bez względu na posiadaną przez nią zdolność do czynności prawnych. Na stopień ochrony nie wpływa zatem jej wiek oraz ewentualny fakt, że została ubezwłasnowolniona (częściowo bądź całkowicie).

Europejski Trybunału Praw Człowieka w Strasburgu (dalej: ETPC) wskazał, że zasady dopuszczalnego wykorzystywania cudzego wizerunku oraz zakres jego ochrony na poziomie międzynarodowym mają swoje źródło w art. 8 oraz art. 10 Konwencji o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności (dalej: EKPC)[4]. Art. 8 Konwencji kreuje prawo do poszanowania życia prywatnego i rodzinnego. Ze wskazanego przepisu wynika uprawnienie jednostki do kontroli wykorzystywania jej wizerunku[5]. Utrwalanie wizerunku osoby fizycznej na różnego rodzaju nośnikach, tak jak fotografia czy film, oraz późniejsze jego rozpowszechnianie bez jej zgody stanowi naruszenie prawa do prywatności. Natomiast w art. 10 EKPC ukonstytuowano wolność wyrażenia opinii. Jak zostało wskazane w wyroku ETPC z dnia 7 lutego 2012 r. w sprawie Von Hannover przeciwko Niemcom (nr 2)[6], wolność wypowiedzi obejmuje również publikację zdjęć. Jednak przez wzgląd na to, że mogą mieć one bardzo osobisty charakter oraz zawierać nawet intymne informacje o danej osobie i jej rodzinie, ochrona praw jednostki i jej dobrego imienia ma w tym przypadku szczególne znaczenie.

Rozpowszechnianie własnego bądź cudzego wizerunku w celach zarobkowych zostało znacznie upowszechnione w ostatnich latach, szczególnie przez wzrost popularności mediów społecznościowych oraz stworzenie możliwości czerpania zysków z publikowanych w nich treści. Duży wpływ na tę tendencję miał wybuch pandemii COVID-19, której skutkiem było ograniczenie wykonywania pracy w tradycyjnej formie bądź zupełna utrata źródła dochodów przez niektóre osoby, spowodowane zaprzestaniem funkcjonowania przedsiębiorstw i masowymi zwolnieniami. Wiele osób odnalazło w internecie nowy sposób zarobkowania, przykładowo przez udostęp-

[2] Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (t.j. Dz.U. 1964 nr 16 poz. 93).

[3] Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j. Dz.U. 1994 nr 24 poz. 83).

[4] Konwencja o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności, sporządzona w Rzymie dnia 4 listopada 1950 r. (t.j. Dz.U. 1993 nr 61 poz. 284).

[5] A. Pązik, [w:] *Ustawy autorskie. Komentarze. Tom II*, red. R. Markiewicz, Warszawa 2021, art. 81.

[6] *Von Hannover przeciwko Niemcom (nr 2) – wyrok ETPC z dnia 7 lutego 2012 r., skargi nr 40660/08* i *60641/08*, [w:] M.A. Nowicki, Europejski Trybunał Praw Człowieka, *Wybór orzeczeń 2012*, Warszawa 2013, s. 176.

Pobrane z czasopisma Studenckie Zeszyty Naukowe **http://szn.umcs.pl**
Data: 30/10/2026 20:13:13

nianie specjalistycznych treści i dzielenie się swoją wiedzą na wybrane tematy bądź stałym relacjonowaniem swojego życia osobistego. Przykładem takiej działalności są tzw. *blogi parentingowe*, inaczej blogi o rodzicielstwie bądź blogi o dzieciach. Są one prowadzone jako odrębne strony internetowe, ale także jako profile na portalach społecznościowych lub serwisach internetowych. Twórcy internetowi, niejednokrotnie dzieląc się swoją wiedzą i doświadczeniami w tej tematyce, wzbogacają treść zdjęciami bądź filmami z wizerunkiem swoim i swoich małoletnich dzieci. Zdarza się również, że nawet osoby, które zazwyczaj prezentują treści o charakterze rozrywkowym, bardzo chętnie wykorzystują fakt zostania rodzicem do wzrostu swojej popularności, ponieważ taka tematyka budzi ogromne zainteresowanie wśród społeczności internetowej i wiążą się z tym duże korzyści finansowe[7].

Wykorzystywanie w celach zarobkowych wizerunku dziecka wywołuje wiele kontrowersji społecznych i prawnych, ze względu skalę tego zjawiska, związane z tym korzyści i zagrożenia oraz brak skutecznych regulacji mogących zapewniać ochronę małoletniego przed nadużyciami ze strony rodziców. Celem niniejszego artykułu jest analiza aspektów prawnych związanych z rozpowszechnianiem wizerunku małoletniego w celu osiągnięcia korzyści majątkowych przez rodziców, prowadzących w internecie zorganizowaną działalność jako *influencerzy*. Tytułem wprowadzenia, w artykule zarysowane zostaną przykładowe koncepcje definicji wizerunku. Kolejno będą przedstawione zasady utrwalania i późniejszego wykorzystywania wizerunku osoby fizycznej poniżej 18. r.ż. oraz zostaną omówione współczesne, negatywne zjawiska związane z nadmiernym rozpowszechnianiem wizerunku małoletniego w celu osiągnięcia korzyści majątkowej przez jego rodziców. Końcowa część artykułu zostanie poświęcona uwagom *de lege lata* i *de lege ferenda*, dotyczącym ochrony małoletniego przed bezprawnym wykorzystywaniem jego wizerunku oraz podsumowaniu rozważań.

Teza niniejszego artykułu będzie się opierać na stwierdzeniu, że aktualny stan polskiego ustawodawstwa nie można uznać za zadowalający i wystarczający w obliczu pojawiających się od kilku lat problemów praktycznych, związanych z utrwalaniem i rozpowszechnianiem wizerunku małoletniego w celu osiągnięcia korzyści majątkowych.

Wykorzystanymi w artykule metodami badawczymi są metoda dogmatyczno-prawna polegająca na analizie logiczno-językowej aktów prawnych oraz metoda teoretyczno-prawna, która opiera się na badaniu teorii poszczególnych instytucji prawnych oraz ich analizie z wykorzystaniem poglądów prezentowanych w literaturze przedmiotu.

---

[7] Przykład Weroniki Sowy i Karola Wiśniewskiego znanych jako *Wersow* i *Friz*, którzy w szczegółach relacjonowali przebieg ciąży kobiety oraz aktualnie regularnie publikują fotografie i filmy z wizerunkiem nowonarodzonego dziecka. Wcześniej treści publikowane przez parę miały raczej charakter rozrywkowy.

Pobrane z czasopisma Studenckie Zeszyty Naukowe **http://szn.umcs.pl**
Data: 30/10/2026 20:13:13

1. POJĘCIE WIZERUNKU

Na gruncie polskiego porządku prawnego nie uregulowano definicji legalnego wizerunku. W związku z tym, zarówno w orzecznictwie, jak i w doktrynie powstały różne koncepcje rozumienia tego pojęcia[8]. W zależności od kontekstu dobro to jest rozumiane inaczej, a w konsekwencji zakres pojęciowy wizerunku może być odpowiednio węższy bądź szerszy i obejmować dodatkowe desygnaty. Na potrzeby niniejszego artykułu, w celu wprowadzenia do problematyki, zostaną przywołane jedynie wybrane koncepcje.

A. Niewęgłowski wskazał, że wizerunek stanowi pewien zespół cech człowieka, podlegających percepcji za pomocą zmysłu wzroku. Cechy te są na tyle charakterystyczne, że pozwolą zidentyfikować konkretną osobę fizyczną. Autor podkreśla, że chodzi o cechy dostrzegalne wizualnie, przykładowo zatem głos innej osoby nie wpisuje się w tę definicję[9]. Ponadto, A. Niewęgłowski, tak jak W. Lis zgodnie uważają, że wizerunek nie ogranicza się jedynie do twarzy osoby fizycznej, ale obejmuje całą jej postać. Podobne stanowisko zaprezentowała E. Wojnicka, określając wizerunek jako dostrzegalne, fizyczne cechy człowieka, tworzące jego wygląd i pozwalające na identyfikację osoby wśród innych ludzi[10].

Za najszerszym pojmowaniem wizerunku postuluje natomiast J. Sieńczyło-Chlabicz, wiążąc wizerunek ze wszystkimi cechami wyróżniającymi daną osobę oraz pozwalającymi ją zidentyfikować. Przyjmując takie znaczenie omawianego pojęcia, wizerunek danej osoby tworzą m.in.: jej sposób poruszania się, posiadane tatuaże, głos oraz sposób mówienia[11]. Na podobnym stanowisku stanął Sąd Najwyższy, wskazując, że wizerunek poza dostrzegalnymi dla otoczenia cechami fizycznymi, tworzącymi wygląd danej jednostki i pozwalającymi – jak się określa – na jej identyfikację wśród innych ludzi, może obejmować dodatkowe utrwalone elementy związane z wykonywanym zawodem, jak charakteryzacja, ubiór, sposób poruszania się i kontaktowania z otoczeniem[12]. Taką definicję zaaprobowali J. Barta i R. Markiewicz, wskazując ponadto, że użyty w art. 81 pr. aut. termin „wizerunek" oznacza wytwór niematerialny, który za pomocą środków plastycznych przedstawia rozpoznawalną podobiznę danej osoby (lub danych osób). Wizerunek może być utrwalony przez malarski portret, rysunek, fotografię[13].

---

[8] A. Pązik, *op. cit*., art. 81.

[9] A. Niewęgłowski, *Prawo autorskie. Komentarz*, Warszawa 2021, art. 81.

[10] E. Wojnicka, *Prawo do wizerunku w ustawodawstwie polskim*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Wynalazczości i Ochrony Własności Intelektualnej" 1990, vol. 56, s. 107.

[11] J. Sieńczyło-Chlabicz, *Przedmiot, podmiot i charakter prawa do wizerunku*, „Przegląd Ustawodawstwa Gospodarczego" 2003, vol. 8, s. 17 i n.

[12] Wyrok SN z dnia 20 maja 2004 r., II CK 330/03, LEX nr 686639.

[13] J. Barta, R. Markiewicz, [w:] *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Komentarz*, wyd. V, red. J. Barta, R. Markiewicz, Warszawa 2011, art. 81.

Pobrane z czasopisma Studenckie Zeszyty Naukowe **http://szn.umcs.pl**
Data: 30/10/2026 20:13:13

Na potrzeby omawianej tematyki przyjęto definicję zaproponowaną przez A. Niewęgłowskiego, ze względu na jej syntetyczny charakter oraz możliwość właściwego zobrazowania występujących problemów praktycznych w ramach omawianych kwestii.

2. ZASADY ROZPOWSZECHNIANIA WIZERUNKU MAŁOLETNIEGO

Zasady rozpowszechniania wizerunku małoletniego, bez względu na to, czy wiąże się to z uzyskaniem korzyści finansowych, czy też nie, nie zostały jednoznacznie ustalone w przepisach, dlatego też wymagane jest wyinterpretowanie właściwych norm postępowania z przepisów znajdujących się w różnych aktach prawnych. Przepisy, które w sposób ogólny regulują dokonywanie czynności prawnych, składanie oświadczeń woli oraz ochronę małoletniego, zwłaszcza Kodeksu cywilnego oraz Kodeksu rodzinnego i opiekuńczego (dalej: k.r.o.)[14], nie zawsze mają charakter wyczerpujący. Ponadto reguły działania w takim przypadku są zróżnicowane w zależności od wieku dziecka oraz zakresu władzy rodzicielskiej rodziców.

Zasady rozpowszechniania wizerunku osoby fizycznej reguluje art. 81 pr. aut. Zgodnie z ust. 1 tego artykułu rozpowszechnianie wizerunku wymaga zezwolenia osoby na nim przedstawionej. W braku wyraźnego zastrzeżenia zezwolenie nie jest wymagane, jeżeli osoba ta otrzymała umówioną zapłatę za pozowanie. Wyrażenie „rozpowszechnianie" użyto w art. 6 ust. 1 pkt. 3 pr. aut. w kontekście utworu, jednak kierując się zasadami wykładni systemowej i podaną w przepisie definicją, można stwierdzić, że wizerunek jest rozpowszechniony wówczas, gdy zostaje w jakikolwiek sposób udostępniony publicznie. Udostępnienie publiczne oznacza natomiast stworzenie możliwości zapoznania się z wizerunkiem przez nieorganiczny krąg osób[15]. Niewątpliwie osoby fizyczne prowadzące w internecie zorganizowaną działalność w formie bloga bądź posiadające na portalach społecznościowych (np. Instagram, Facebook, Tik Tok) status *influencera*, udostępniają swój wizerunek oraz wizerunek innych osób na nośnikach w postaci fotografii bądź filmu nieograniczonej liczbie osób.

Posiadanie legitymacji do wyrażenia zgody na rozpowszechnianie wizerunku jest uzależnione od wieku osoby fizycznej. Niewątpliwie osoba posiadająca pełną zdolność do czynności prawnych posiada prawo do osobistego udzielenia zgody na rozpowszechnienie jej wizerunku. W przypadku osoby małoletniej do lat 13 zgoda powinna zostać wyrażona przez rodziców. Jeśli władza rodzicielska przysługuje jednemu z nich, wówczas wystarczy zgoda tylko jednego rodzica. W przypadku gdy rodzice małoletniego wspólnie wykonują władzę rodzicielską, to wystąpienie

[14] Ustawa z dnia 25 lutego 1964 r. – Kodeks rodzinny i opiekuńczy (t.j. Dz. U. 1964 nr 9 poz. 59).
[15] A. Pązik, *op. cit*., art. 81.

Pobrane z czasopisma Studenckie Zeszyty Naukowe **http://szn.umcs.pl**
Data: 30/10/2026 20:13:13

obowiązku wyrażenia zgody przez obojga rodziców jest uzależnione od kwalifikacji danej sprawy jako istotnej. Zgodnie z art. 97 § 2 k.r.o., o istotnych sprawach dziecka rodzice rozstrzygają wspólnie; w braku porozumienia między nimi rozstrzyga sąd opiekuńczy. Wydaje się, że rozpowszechnienie wizerunku dziecka, a więc udostępnienie go nieograniczonej liczbie osób jest niewątpliwie sprawą istotną, szczególnie zważając na konsekwencje i potencjalne zagrożenia, jakie niesie ze sobą takie działanie. Sprawa tym bardziej będzie spełniać kryterium istotności, gdy wizerunek dziecka jest rozpowszechniany w celu komercyjnym, a więc w zamian za wynagrodzenie pieniężne bądź świadczenie w naturze. W tym kontekście należy również zwrócić uwagę na to, że podjęcie zgodnej decyzji przez rodziców na rozpowszechnienie wizerunku małoletniego nie jest jednoznaczne z wyrażeniem przez nich zgody, a więc złożeniem oświadczenia woli bądź innego oświadczenia, o którym mowa w art. 65 k.c. wobec osoby trzeciej[16]. W tym przypadku w literaturze istnieją dwie odmienne koncepcje – pierwsza zakłada, że w przypadku istotnych spraw dotyczących dziecka, rodziców obowiązuje konieczność współdziałania w ramach jego reprezentacji[17]. Natomiast z poglądu dominującego wynika, że nawet w sprawach istotnych każdy z rodziców może reprezentować dziecko samodzielnie[18]. Poza zagadnieniami teoretycznymi na marginesie warto wspomnieć, że w przeszłości w debacie publicznej były podnoszone głosy, że w przypadku noworodków i niemowląt nie można nawet mówić o wizerunku i w związku z tym nie ma konieczności uzyskania zgody rodziców na wykorzystanie fotografii bądź filmu, na których uwieczniono dziecko w takim wieku, ze względu na duże podobieństwo poszczególnych niemowląt do siebie i brak możliwości ich identyfikacji za pomocą charakterystycznych cech oraz dynamicznie następujące zmiany w wyglądzie[19].

Najwięcej wątpliwości w doktrynie budzi wskazanie osoby uprawnionej do wyrażenia zgody na rozpowszechnienie wizerunku osoby o ograniczonej zdolności do czynności prawnych. Taki stan rzeczy wynika z braku konsensusu co do charakteru prawnego zgody, o której mowa w art. 81 ust 1. pr. aut. Przyporządkowanie zgody zawartej w przywołanym przepisie do odpowiedniej kategorii zdarzeń cywilnoprawnych ma kluczowe znaczenie dla wskazania uprawnionego do jej skutecznego wyrażenia. W przypadku stwierdzenia, że jest to czynność prawna, dla określenia skutków złożenia jej osobiście przez małoletniego o ograniczonej zdolności do czynności prawnych należy dodatkowo określić, czy jest to czynność o charakterze zobowiązującym czy rozporządzającym. Tytułem przykładu można

[16] A. Pązik, *op. cit*., art. 81.

[17] J. Haberko, *Udostępnianie i publikowanie wizerunku nasciturusa, noworodka i małego dziecka w świetle zasady dobra dziecka*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny" 2013, vol. 75 (3), s. 67.

[18] G. Jędrejek, *Kodeks rodzinny i opiekuńczy. Komentarz aktualizowany*, LEX/el. 2019, art. 97.

[19] Zob. sprawa opisana przez J. Haberko, *op. cit.*, s. 65–66.

Pobrane z czasopisma Studenckie Zeszyty Naukowe **http://szn.umcs.pl**
Data: 30/10/2026 20:13:13

wskazać, że J. Barta i R. Markiewicz twierdzą, że zgoda na rozpowszechnianie wizerunku stanowi działanie prawne, zbliżone do oświadczenia woli[20]. Natomiast m.in. A. Niewęgłowski przyjął, że zgoda z art. 81 pr. aut. stanowi oświadczenie woli, a ponadto stwierdził, że jest to czynność o charakterze upoważniającym, z którą wiąże się wyraźne bądź dorozumiane zobowiązanie[21]. Przy takim założeniu zgoda wyrażona przez małoletniego po ukończeniu 13. r.ż., ograniczonego w zdolności do czynności prawnych, wymaga dodatkowego potwierdzenia przez jego przedstawiciela ustawowego. W przypadku niezłożenia odpowiedniego oświadczenia przez uprawnionego rodzica zastosowanie będą miały skutki wskazane w art. 18 k.c. Przyjmując, że wyrażenie zgody na rozpowszechnianie wizerunku stanowi czynność prawną o charakterze rozporządzającym, nieudzielenie jej przez przedstawiciela ustawowego nie wpłynie na jej skuteczność i ważność.

Brak jednolitego stanowiska było szczególnie uwydatnione oraz wywoływało liczne problemy przed wejściem w życie w 2016 r. nowelizacji Kodeksu cywilnego, wprowadzającej art. 65^1 k.c. Z treści tego przepisu wynika, że przepisy o oświadczeniach woli stosuje się odpowiednio do innych oświadczeń. W poprzednim stanie prawnym, w przypadku założenia, że wspomnianej zgody nie należy traktować jako oświadczenia woli, nie było wyraźnych podstaw do odpowiedniego zastosowania przepisów art. 17–19 k.c., regulujących zasady dokonywania czynności prawnych przez osoby o ograniczonej zdolności do czynności prawnych, a także przepisów dotyczących wad oświadczenia woli. Wówczas teoretycznie możliwe było skuteczne wyrażenie zgody na rozpowszechnianie swojego wizerunku przez małoletniego po ukończeniu 13. r.ż. Aktualnie stosując odpowiednio przepisy o oświadczeniach woli do innych oświadczeń i przyjmując koncepcję, zgodnie z którą omawiana zgoda nie stanowi oświadczenia woli, i tak zasadniczo zastosowanie będą miały wyżej wskazane przepisy Kodeksu cywilnego.

Udzielając zgody na rozpowszechnienie wizerunku małoletniego przez osobę trzecią, jego przedstawiciele ustawowi posiadają prawo zastrzeżenia, w jakim czasie i miejscu oraz kontekście może być on wykorzystany[22]. Wydaje się, że jest to nawet ich obowiązek, wynikający z przepisu art. 95 § 3 k.r.o., który stanowi, że władza rodzicielska powinna być wykonywana tak, jak wymaga tego dobro dziecka i interes społeczny. Powinnością rodzica jest właściwe reprezentowanie interesu małoletniego oraz podejmowanie decyzji w jego sprawach z uwzględnieniem zasady dobra dziecka[23]. Powinien on zatem dokonać rozeznania, szczególnie w za-

[20] J. Barta, R. Markiewicz, *op. cit*., art. 81.

[21] A. Niewęgłowski, *op. cit*., art. 81.

[22] K. Bojańczyk, [w:] *Prawo autorskie i prawa pokrewne. Komentarz*, red. W. Machała, R. M. Sarbiński, Warszawa 2019, art. 81.

[23] A. Denys-Starzec, *Czy rozpowszechnianie wizerunku małego dziecka w Internecie krzywdzi? O perspektywie prawnej rozpowszechniania wizerunku małego dziecka w Internecie*, „Dziecko Krzywdzone. Teoria, Badania, Praktyka" 2022, vol. 21(3), s. 166.

Pobrane z czasopisma Studenckie Zeszyty Naukowe **http://szn.umcs.pl**
Data: 30/10/2026 20:13:13

kresie kontekstu, i podjąć racjonalną decyzję, czy dana forma ukazania wizerunku małoletniego będzie odpowiednia do jego wieku, nie wpłynie negatywnie na jego rozwój oraz nie naruszy jego godności.

3. ANALIZA SZKODLIWYCH ZJAWISK ZWIĄZANYCH Z ROZPOWSZECHNIANIEM WIZERUNKU MAŁOLETNIEGO W CELU ZAROBKOWYM PRZEZ RODZICÓW-*INFLUENCERÓW*

Konsekwencją wzrostu popularności mediów społecznościowych w ostatnich latach było pojawienie się wielu nowych, wcześniej nieznanych, bardzo szkodliwych zjawisk społecznych. Na kanwie omawianego tematu konieczne jest wspomnienie o zjawisku tzw. *sharentingu.* Termin ten został stworzony przez A. Brosch[24] i oznacza on upublicznianie przez rodziców wielu szczegółowych informacji o swoich dzieciach w postaci zdjęć, filmów i postów za pośrednictwem mediów społecznościowych, które naruszają ich prywatność[25]. *Sharenting* w zależności od okoliczności może występować w różnych formach, co zostanie omówione w dalszej części rozważań.

Niewątpliwe zjawisko *sharentingu* zachodzi w przypadku rodziców prowadzących blogi o rodzicielstwie, na których stale upubliczniają wizerunek swoich dzieci, który został utrwalony nawet przy wykonywaniu przez nich podstawowych czynności, takich jak spożywanie posiłków, spanie czy zabawa. J. Maniszewska-Ejsmont ocenia takie działanie w sposób jednoznacznie negatywny i wysnuwa tezę, że *sharenting* godzi w interes dziecka i stanowi dla niego zagrożenie. Nie ma zatem znaczenia, czy zgodę na rozpowszechnienie wizerunku wyraził jeden czy oboje rodziców. Zdaniem autorki przy tym zjawisku nie ma w ogóle zastosowania przepis art. 97 k.r.o., ponieważ regularne publikowanie wizerunku dziecka stanowi czyn bezprawny, a wyrażenie zgody przez rodziców nie zmienia jego charakteru[26]. Nie sposób nie zgodzić się w pewien sposób z argumentacją autorki, ponieważ w ramach klasycznego *sharentingu* rozpowszechnianie wizerunku dziecka w internecie nie wiąże się dla niego z wyraźnymi korzyściami i przyczynia się jedynie do zaspokojenia emocjonalnych potrzeb rodziców. Można nawet stwierdzić, że w przeważającej mierze takie działanie wywołuje negatywne skutki. Przede wszystkim udostępnianie szczegółowych informacji w mediach społecznościowych o małoletnim może być źródłem wiedzy dla potencjonalnego porywacza. Ponadto,

[24] A. Brosch, *Sharenting: Why Do Parents Violate Their Children's Privacy*?, „The New Educational Review" 2018, vol. 4, s. 78.

[25] J. Maniszewska-Ejsmont, *Sharenting a prawa dziecka – rozważania nad władzą rodzicielską w dobie mediów społecznościowych*, „Palestra" 2022, vol. 4, s. 75.

[26] *Ibidem*.

Pobrane z czasopisma Studenckie Zeszyty Naukowe **http://szn.umcs.pl**
Data: 30/10/2026 20:13:13

jeśli na fotografiach opublikowanych przez rodzica widnieje wizerunek dziecka nagiego lub półnagiego[27], udostępnione materiały mogą zostać wykorzystane przez pedofilów bądź na cele pornografii dziecięcej. Co więcej, w przyszłości dziecko może się spotkać z nieprzyjemnościami, a nawet nękaniem ze strony rówieśników ze względu na kontekst, w którym niegdyś został przedstawiony jego wizerunek. Sytuacja taka jest niezwykle prawdopodobna, zwłaszcza gdy rodzic małoletniego jest postacią rozpoznawalną w społeczności internetowej, przez co z łatwością można zidentyfikować jego dziecko i odnaleźć fotografie oraz filmy opublikowane przez niego w przeszłości.

Jedną z postaci wyżej wymienionego zjawiska jest tzw. *commercial sharenting*, który można określić jako upublicznianie wizerunku małoletniego w celu komercyjnym[28]. Wydaje się, że sytuację rodzica rozpowszechniającego fotografie i filmy z wizerunkiem swojego dziecka, któremu przyświeca cel zarobkowy, należy postrzegać nieco inaczej niż rodzica, któremu przy udostępnianiu wizerunku dziecka nie towarzyszy interes majątkowy. Komercjalizacja wizerunku małoletniego jest zjawiskiem znacznie częstszym i bardziej nasilonym w przypadku rodziców prowadzących w internecie zorganizowaną działalność, ale także niosącą dodatkowe zagrożenia dla małoletniego.

Twórcy internetowi aktualnie posiadają rozmaite możliwości czerpania zysków z publikowanych przez siebie treści. Najczęściej wykorzystywanymi sposobami zarobku jest publikacja postów sponsorowanych, tworzenie wspólnych kampanii z markami, sprzedaż kursów i e-booków, sprzedaż własnej kolekcji ubrań (ewentualnie innych produktów) bądź czerpanie korzyści w ramach marketingu afiliacyjnego[29]. Dominujący charakter ma jednak zawieranie umów sponsoringu, polegający na tym, że twórca internetowy w zamian za umówione wynagrodzenie lub świadczenie w naturze zobowiązuje się do prowadzenia działań promocyjnych, których celem jest podniesienie lub utrwalenie renomy sponsora[30]. Osoba taka dobrowolnie decyduje się na osobiste utrwalenie i rozpowszechnienie swojego wizerunku na określonych w umowie warunkach i kontekście. W praktyce występują także sytuacje, w których rodzic małoletniego zobowiązuje się za wynagrodzeniem

[27] W tym miejscu można przywołać kazus jednej z polskich *influencerek*, występującej pod nazwą *Mama Ginekolog*, która na swoim profilu na portalu społecznościowym Instagram opublikowała fotografię, na której widnieje wizerunek jej oraz jej małoletnich synów podczas wspólnej kąpieli w wannie. Takie działanie wymaga wyrażenia wyraźnej dezaprobaty, ponieważ poczynania kobiety obserwuje w internecie prawie milion osób. Udostępnione zdjęcie wyraźnie narusza dobra osobiste małoletnich – w szczególności ich godność oraz prawo do prywatności.

[28] W. Grabalska, R. Wielki, *„Czy dzieci powinny trafiać do sieci?" Prawne i kryminologiczne aspekty zjawiska sharentingu*, „Prawo w Działaniu: Sprawy Karne" 2022, vol. 49, s. 56.

[29] https://www.opcje24h.pl/jak-i-na-czym-zarabia-polski-influencer-w-internecie/ (dostęp: 19.07.2023).

[30] Wyrok WSA w Warszawie z dnia 18 grudnia 2009 r., VI SA/Wa 1758/09, LEX nr 583570.

Pobrane z czasopisma Studenckie Zeszyty Naukowe **http://szn.umcs.pl**
Data: 30/10/2026 20:13:13

do opublikowania na prowadzonym przez siebie profilu na portalu społecznościowym fotografii promującej dany produkt lub usługę, na której widnieje wizerunek jego dziecka. Może się również zdarzyć, że rodzic podejmie decyzje o utrwalaniu wizerunku dziecka na fotografii (bądź wyrazi zgodę, żeby zrobiła to inna osoba), a następnie postanowi zamieścić ją w książce, e-booku, której jest autorem, lub na stronie prowadzonego przez siebie sklepu internetowego. Niewątpliwie jest to przejaw komercjalizacji wizerunku dziecka, które nie jest w żaden sposób chronione przed nadużyciami ze strony rodziców. Za pośredni przejaw *commercial sharentingu* należy uznać utrwalenie wizerunku dziecka na fotografii lub filmie oraz późniejsze rozpowszechnienie go w swoich mediach społecznościowych w celu promocji, kształtowania pozytywnego obrazu swojej osoby i dotarcia do określonej grupy odbiorców, którzy w przyszłości mogą być zainteresowani nabyciem określonych dóbr lub usług, z których sprzedaży rodzic osiąga pośredni lub bezpośredni zysk.

Kwoty, jakie otrzymują twórcy internetowi w zamian za publikację postów sponsorowanych bądź wzięcie udziału w kampanii reklamowej, osiągają wysokość kilkudziesięciu, a nawet kilkuset tysięcy złotych[31]. Są to ogromne dochody, których w polskich warunkach gospodarczych często nie posiadają nawet najwybitniejsi specjaliści niszowych dziedzin. Można przypuszczać, że w praktyce w większości sytuacji zyski, jakie czerpie przedstawiciel ustawowy ze stałego rozpowszechniania wizerunku swojego dziecka, stanowią również korzyść dla małoletniego, który pozostaje na utrzymaniu swoich rodziców. Może to wpływać na polepszenie jego warunków bytowych i być szansą na zapewnienie mu przez rodziców wyższego komfortu życia oraz stabilnej przyszłości. *Prima facie* wydaje się, że jest to działanie jednoznacznie ukierunkowane na interes małoletniego i wpływające pozytywnie na jego sytuację majątkową. Nie sposób jednak nie zauważyć, że uzyskiwanie przez przedstawicieli ustawowych wysokich zysków za utrwalanie i rozpowszechnianie wizerunku małoletniego skłania ich do czynienia tego częściej, co niesie za sobą liczne, wymienione wcześniej zagrożenia oraz może wpływać na umacnianie postawy merkantylnej rodziców. Przedstawiciele ustawowi, dostrzegając szansę na szybki i dosyć łatwy zarobek, mogą nadużywać swoich uprawnień, wynikających z władzy rodzicielskiej. Rodzic udostępniający fotografie i filmy z wizerunkiem swoich dzieci w celach towarzyskich nie poniesie żadnych strat w razie wystąpienia sytuacji, która zmusi go do zaprzestania podejmowania takich działań. Inaczej należy postrzegać przypadek rodzica – przedsiębiorcy, który prowadzi zorganizowaną działalność internetową jako *influencer*. Taka osoba często z dużym wyprzedaniem zawiera umowy z kontrahentami, w ramach których za wynagrodzeniem zobowiązuje się do podjęcia określonych działań promocyjnych bądź realizację wspólnego przedsięwzięcia. Ze względu na możliwość uzyskania wyższych korzyści finanso-

[31] https://bankomania.pkobp.pl/firma/finanse/influencerzy-ile-zarabiaja-na-reklamach/ (dostęp: 19.07.2023).

Pobrane z czasopisma Studenckie Zeszyty Naukowe **http://szn.umcs.pl**
Data: 30/10/2026 20:13:13

wych rodzic decyduje się również na zaangażowanie w daną inicjatywę swojego dziecka. Jak podpowiada doświadczenie życiowe, małoletni poniżej 13. r.ż. nie zawsze jest w stanie wypełniać swoje codzienne powinności, adekwatne do jego wieku, tym bardziej nie można oczekiwać, że będzie on sumiennie realizował obowiązki, wynikające z umów zawartych w jego imieniu przez rodziców, związanych z uczestnictwem w sesjach zdjęciowych bądź nagraniach do filmów czy reklam. Może bowiem dochodzić do sytuacji, w których przedstawiciel ustawowy będzie przymuszał małoletniego do realizacji zobowiązania kosztem jego dobra. Takie działanie nie może zostać uznane za zgodne z prawem, ponieważ zasada dobra dziecka stanowi fundamentalną zasadę polskiego systemu prawa rodzinnego[32]. Jak wskazał w swojej uchwale Sąd Najwyższy, interes rodziców musi zajść na dalszy plan wówczas, gdy w żadnym razie nie da się pogodzić go z uzasadnionym interesem dziecka[33].

Zasada dobra dziecka powinna być podstawowym kryterium branym pod uwagę każdorazowo przy podejmowaniu decyzji przez rodziców o rozpowszechnieniu jego wizerunku, a w szczególności gdy wiążą się z tym pośrednie lub bezpośrednie korzyści finansowe. Dziecko, które nie posiada dostatecznego rozeznania, często nie jest świadome konsekwencji udostępnienia swojego wizerunku nieograniczonemu kręgowi osób. Istnieje również zagrożenie, że rodzice skuszeni otrzymaniem gratyfikacji finansowej zdecydują się przekroczyć pewną dopuszczalną granicę, która wyznacza nienaruszający godności kontekst, w którym może być prezentowany wizerunek małoletniego. W tym miejscu należy zwrócić uwagę na groźne zjawisko *parental trollingu*, polegające na udostępnieniu treści mających charakter kompromitujący i uwłaczający godności dziecka. A. Borkowska i M. Witkowska wskazują, że przykładowo jest to publikowanie zdjęć bądź filmów, na których widnieje wizerunek małoletniego, który płacze, jest bezradny, przestraszony, został uwieczniony w krępującym momencie lub jest przebrany w nietypowy, ośmieszający kostium[34]. A. Denys-Starzec zauważa, że sprzeczne z zasadą dobra dziecka jest także jego uczestnictwo w tzw. dorosłych sesjach. Istotą takich sesji zdjęciowych jest utrwalenie wizerunku małoletniego, który został wystylizowany na osobę dorosłą, o czym świadczą mocny makijaż i skąpe ubrania. Ponadto cały kontekst utrwalenia wizerunku jest często dwuznaczny, co wynika ze stworzonej scenerii i użytych rekwizytów[35]. Takie działania powodują uprzedmiotowienie dziecka i przyczyniają się do jego seksualizacji.

[32] A. Denys-Starzec, *op. cit*., s. 166.
[33] Uchwała SN z 9 czerwca 1976 r., III CZP 46/75, OSNC 1976, nr 9, poz. 184.
[34] A. Borkowska, M. Witkowska, *Sharenting i wizerunek dziecka w sieci*, Warszawa 2020, s. 8.
[35] A. Denys-Starzec, *op. cit*., s. 167.

Pobrane z czasopisma Studenckie Zeszyty Naukowe **http://szn.umcs.pl**
Data: 30/10/2026 20:13:13

4. OCHRONA MAŁOLETNIEGO – UWAGI *DE LEGE LATA* I *DE LEGE FERENDA*

Aktualnie funkcjonujący system ochrony małoletniego przed wykorzystaniem jego wizerunku w sposób sprzeczny z jego dobrem oraz interesami nie jest wystarczający w stosunku do współcześnie istniejących problemów społecznych i prawnych. Treść obowiązujących przepisów wskazuje, że to rodzice są podmiotami, na których w pierwszej kolejności został nałożony obowiązek dbania o dobro dziecka oraz ochrona jego interesów. Szczególnie dotyczy to małoletnich poniżej 13. r.ż., którzy w ogóle nie posiadają ani zdolności do czynności prawnych, ani zdolności procesowej. W przypadku pogwałcenia ich praw to właśnie opiekunowie prawni posiadają uprawnienie do wystąpienia z odpowiednim roszczeniem. Małoletni, którzy ukończyli 13. r.ż., również nie mogą skutecznie wystąpić z powództwem, chociażby w przypadku naruszenia ich dobra osobistego w postaci wizerunku, ponieważ zgodnie z art. 65 § 2 posiadają oni zdolność procesową jedynie w sprawach wynikających z czynności prawnych, których mogą dokonywać samodzielnie. Jak wcześniej zostało wspomniane, dominująca koncepcja zakłada, że nawet małoletni o ograniczonej zdolności prawnej nie może samodzielnie w sposób skuteczny udzielić zgody na rozpowszechnianie jego wizerunku, w związku z czym nie posiada on zdolności procesowej w sprawach związanych z jego ochroną.

Najbardziej problematyczne wydaje się zatem wskazanie podmiotu uprawnionego do wystąpienia z roszczeniem w przypadku, gdy legitymowany biernie jest rodzic (rodzice), który dopuścił się bezprawnego utrwalania i rozpowszechniania wizerunku małoletniego[36]. Dopuszczalność reprezentacji dziecka przez jego przedstawicieli ustawowych w takiej sytuacji jest wyłączone przez treść art. 98 § 2 k.r.o. Z poczynionego rozumowania wynika, że w takiej sytuacji ani rodzic, ani sam małoletni nie mogą wystąpić z odpowiednim roszczeniem. Teoretycznie, zgodnie z przepisami Kodeksu postępowania cywilnego[37], innymi podmiotami uprawnionymi do żądania wszczęcia postępowania w sprawie o ochronę dóbr osobistych małoletniego są prokurator oraz Rzecznik Praw Dziecka. Jak wskazują przedstawiciele doktryny, w sytuacji, w której rodzice rozpowszechniający zdjęcia małoletniego nie są osobami powszechnie rozpoznawalnymi w przestrzeni internetowej, istnieje znikoma szansa, że wymienione organy faktycznie skorzystają ze swojego uprawnienia. Małoletni, których wizerunek został upubliczniony w sposób bezprawny, często nie mają nawet wiedzy, że do tego doszło, bądź nie znają przysługujących

[36] Niewątpliwie utrwalanie i rozpowszechnianie wizerunku małoletniego w sposób naruszający jego godność i prywatność mogą zostać uznane za działanie bezprawne.

[37] Ustawa z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (t.j. Dz. U. 1964 nr 43 poz. 296).

Pobrane z czasopisma Studenckie Zeszyty Naukowe **http://szn.umcs.pl**
Data: 30/10/2026 20:13:13

im uprawnień, zatem samodzielnie nie zgłoszą się do wymienionych podmiotów[38]. Nieco inaczej wygląda sytuacja małoletnich, którzy są powszechnie rozpoznawalni w związku ze stałym udostępnianiem fotografii bądź filmów z ich wizerunkiem na portalach społecznościowych, takich jak Facebook, Instagram, Tik Tok. Wydaje się, że prokurator lub Rzecznik Praw Dziecka z dużo większą łatwością może powziąć informacje o tym, że udostępnione przez rodziców-*influencerów* treści naruszają dobra osobiste małoletniego, i wszcząć właściwe postępowanie.

Opisane powyżej możliwości stanowią (choć wątpliwej skuteczności) rozwiązanie wyłącznie w sytuacji, w której naruszenie już zaistnieje. Aktualnie obowiązujące przepisy, z wyjątkiem art. 109 k.r.o., nie są skonstruowane w sposób ukierunkowany na zapobieganie nadużyciom przy rozpowszechnianiu wizerunku małoletniego przez rodziców aktywnie zaangażowanych w prowadzenie mediów społecznościowych, stanowiących ich główne źródło dochodu. Przez wiele lat nie było konieczności uregulowania zasad komercjalizacji wizerunku małoletniego w przepisach prawa, jednak wraz z rozwojem nowych technologii, wzrostu popularności portali społecznościowych oraz powstania możliwości czerpania zysków z publikowanych treści wydaje się, że konieczne jest stworzenie nowych regulacji nastawionych na ochronę dzieci *influencerów*.

Jak zostało wspomniane, jednym ze sposobów ochrony dobra dziecka może być rozwiązanie z art. 109 k.r.o., zgodnie z którym w przypadku zagrożenia dobra dziecka sąd opiekuńczy wyda odpowiednie zarządzenie. Jak wynika z postanowienia Sądu Najwyższego, przepis art. 109 § 1 ustanawia dyrektywę profilaktycznego działania sądu, która nakazuje podjęcie ingerencji w sferę władzy rodzicielskiej już w razie zagrożenia dobra dziecka, by zapobiec ujemnym skutkom niewłaściwego lub nieudolnego jej sprawowania[39]. W sytuacji, w której rodzice dopuszczają się *sharentingu* bądź *commercial sharentingu*, sąd opiekuńczy posiada podstawę faktyczną do skorzystania z uprawnień przewidzianych w § 2 pkt. 2 i 3 przywołanego przepisu. Sąd może wówczas określić, jakie czynności nie mogą być przez rodziców dokonywane bez zezwolenia sądu, albo poddać rodziców innym ograniczeniom, jakim podlega opiekun, oraz ustanowić nadzór kuratora nad wykonywaniem władzy rodzicielskiej przez rodziców. W przypadku gdy sąd poweźmie informacje o regularnym udostępnianiu fotografii lub filmów z wizerunkiem małoletniego, szczególnie gdy będzie to związane z działalnością zarobkową rodziców, wówczas słuszne wydaje się wydanie postanowienia, określającego zasady wykorzystywania i rozpowszechniania w internecie wizerunku małoletniego przez jego rodziców. Inną możliwością jest poddanie stałej kontroli i nadzorowi kuratora sądowego

[38] P. Jędrysiak, *Odpowiedzialność za naruszenie dóbr osobistych osób nieletnich z wykorzystaniem portali społecznościowych w ramach parental trollingu*, „Problemy Prawa Prywatnego Międzynarodowego" 2018, vol. 23, s. 40.

[39] Postanowienie SN z dnia 13 września 2000 r., II CKN 1141/00, LEX nr 51969.

Pobrane z czasopisma Studenckie Zeszyty Naukowe **http://szn.umcs.pl**
Data: 30/10/2026 20:13:13

sposobu wykonywania władzy rodzicielskiej, w tym realizacji ich uprawnień związanych z wyrażeniem zgody na rozpowszechnianie wizerunku małoletniego.

Problem wykorzystywania wizerunku małoletniego w celach komercyjnych stanowi problem w większości państw wysokorozwiniętych. Pierwszy przypadek nałożenia kary na rodziców-*influencerów* w Słowenii miał miejsce pod koniec 2022 r., kiedy to Inspekcja Pracy wydała decyzję o nałożeniu na rodzica grzywny w wysokości 1500 euro za nieuzyskanie uprzedniej zgody Inspekcji na pracę dziecka poniżej 15. r.ż.[40] Właściwy organ uznał bowiem, że udział dziecka w sesjach zdjęciowych i nagraniach nawet krótkich filmów, w ramach których jest utrwalany i następnie wykorzystywany jego wizerunek, stanowi jego pracę.

W art. 65 ust. 3 Konstytucji Rzeczypospolitej Polskiej ustanowiono zakaz stałego zatrudnienia dzieci do lat 16[41]. Natomiast art. 304[5] Kodeksu pracy[42] wskazuje, że wykonywanie pracy lub innych zajęć zarobkowych przez dziecko do ukończenia przez nie 16. r.ż. jest dozwolone wyłącznie na rzecz podmiotu prowadzącego działalność kulturalną, artystyczną, sportową lub reklamową i wymaga uprzedniej zgody przedstawiciela ustawowego lub opiekuna tego dziecka, a także zezwolenia właściwego inspektora pracy. Wydaje się, że na kanwie przywołanych przepisów organy Państwowej Inspekcji Pracy w Polsce mogłyby podjąć analogiczne działania wobec rodziców-*influencerów*, jak inspektorzy Słoweńskiej Inspekcji Pracy. Dzieci występujące w postach sponsorowanych publikowanych przez swoich rodziców wykonują bowiem zajęcia zarobkowe na rzecz swoich przedstawicieli ustawowych, prowadzących działalność kulturalną bądź reklamową. Obowiązek uzyskania zezwolenia właściwego inspektora pracy, które określałoby rodzaj pracy lub innych zajęć zarobkowych wykonywanych przez dziecko, jej dopuszczalny okres oraz wymiar dobowy[43], może w pewnym stopniu służyć ochronie małoletnich, których wizerunek jest rozpowszechniany w sposób komercyjny w mediach społecznościowych.

Należy jednak uznać, że takie rozwiązanie może mieć jedynie charakter tymczasowy bądź uzupełniający, ponieważ celem omawianych przepisów nie jest *stricte* ochrona małoletniego przed bezprawnym wykorzystywaniem jego wizerunku, a raczej uchronienie go przed przymuszaniem do brania udziału w tworzeniu materiałów, które są później rozpowszechniane i przynoszą zysk jego rodzicom. Polski ustawodawca powinien zatem wprowadzić kompleksowe rozwiązania prawne, regulujące zasady wykorzystywania wizerunku małoletniego przez jego przed-

[40] https://sloveniatimes.com/in-a-first-influencer-fined-for-child-work-violation/ (dostęp: 21.07.2023).

[41] Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (t.j. Dz.U. 1997 nr 78 poz. 483).

[42] Ustawa z dnia 26 czerwca 1974 r. – Kodeks pracy (t.j. Dz.U. 1974 nr 24 poz. 141).

[43] T. Liszcz, *Prawo pracy*, Warszawa 2020, s. 567.

Pobrane z czasopisma Studenckie Zeszyty Naukowe **http://szn.umcs.pl**
Data: 30/10/2026 20:13:13

stawicieli ustawowych w sposób komercyjny, ponieważ aktualnie obowiązujące przepisy nie zabezpieczają w sposób należyty interesu małoletniego. Dzieci, będące „ofiarami" działalności swoich rodziców w mediach społecznościowych, są jeszcze na tyle młode i nieświadome, że nie dostrzegają problemów związanych ze stałym udostępnianiem ich wizerunku, dlatego też odpowiednie organy powinny stanąć na straży ich praw.

PODSUMOWANIE

Wizerunek stanowi dobro osobiste osoby fizycznej, wymagające wzmocnionej ochrony we współczesnym świecie, w którym środki masowego przekazu, szczególnie w postaci internetu, stanowią nieodłączny element życia prawie każdego człowieka. Rozwój nowoczesnych technologii niesie za sobą wiele korzyści, ale także zagrożeń, które mogą wystąpić w przypadku nieumiejętnego korzystania z możliwości, jakie dają. Rodzice, jako podmioty umocowane prawnie do dbania o dobro dziecka oraz jego interesy, powinni szczególnie mieć na uwadze konieczność zabezpieczenia w tym zakresie jego praw. Treść aktualnie obowiązujących przepisów nie zapewnia bowiem kompleksowej ochrony małoletniego przed nadużywaniem władzy rodzicielskiej przez rodziców w postaci bezprawnego wykorzystania przez nich wizerunku małoletniego. Jeśli rodzice nie wykażą się rozsądkiem i odpowiedzialnym podejściem do korzystania z mediów społecznościowych, mogą spowodować nieodwracalne szkody, które w dalszej perspektywie przyczynią się do licznych problemów w dorosłym życiu swojego dziecka. Doraźnym sposobem ochrony małoletniego jest możliwość potraktowania jego występowania w materiałach udostępnianych przez rodziców jako pracę i wszczęcia w związku z tym odpowiedniej procedury przewidzianej przez przepisy prawa pracy. Jednak rozwiązanie to nie jest nastawione na ochronę wizerunku małoletniego, ale ukierunkowane na zabezpieczenie jego interesów i dobra w ogólności.

BIBLIOGRAFIA

Literatura

Barta J., Markiewicz R., [w:] *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Komentarz*, wyd. V, red. J. Barta, R. Markiewicz, Warszawa 2011.

Bojańczyk K., [w:] *Prawo autorskie i prawa pokrewne. Komentarz*, red. W. Machała, R. M. Sarbiński, Warszawa 2019.

Borkowska A., Witkowska M., *Sharenting i wizerunek dziecka w sieci*, Warszawa 2020.

Brosch A., *Sharenting: Why Do Parents Violate Their Children's Privacy?*, „The New Educational Review" 2018, vol. 4. DOI: https://doi.org/10.15804/tner.2018.54.4.06.

Pobrane z czasopisma Studenckie Zeszyty Naukowe **http://szn.umcs.pl**
Data: 30/10/2026 20:13:13

Denys-Starzec A., *Czy rozpowszechnianie wizerunku małego dziecka w Internecie krzywdzi? O perspektywie prawnej rozpowszechniania wizerunku małego dziecka w Internecie*, „Dziecko Krzywdzone. Teoria, Badania, Praktyka" 2022, vol. 21 (3).

Grabalska W., Wielki R., *„Czy dzieci powinny trafiać do sieci?" Prawne i kryminologiczne aspekty zjawiska sharentingu*, „Prawo w Działaniu: Sprawy Karne" 2022, vol. 49. DOI: https://doi.org/10.32041/PWD.4904.

Haberko J., *Udostępnianie i publikowanie wizerunku nasciturusa, noworodka i małego dziecka w świetle zasady dobra dziecka*, „Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny" 2013, vol. 75(3). DOI: https://doi.org/10.14746/rpeis.2013.75.3.5.

Jędrejek G., *Kodeks rodzinny i opiekuńczy. Komentarz aktualizowany*, LEX/el. 2019.

Jędrysiak P., *Odpowiedzialność za naruszenie dóbr osobistych osób nieletnich z wykorzystaniem portali społecznościowych w ramach parental trollingu*, „Problemy Prawa Prywatnego Międzynarodowego" 2018, vol. 23. DOI: https://doi.org/10.31261/PPPM.2018.23.04.

Liszcz T., *Prawo pracy*, Warszawa 2020.

Maniszewska-Ejsmont J., *Sharenting a prawa dziecka – rozważania nad władzą rodzicielską w dobie mediów społecznościowych*, „Palestra" 2022, vol. 4.

Niewęgłowski A., *Prawo autorskie. Komentarz*, Warszawa 2021.

Pązik A., [w:] *Ustawy autorskie. Komentarze. Tom II*, red. R. Markiewicz, Warszawa 2021.

Sieńczyło-Chlabicz J., *Przedmiot, podmiot i charakter prawa do wizerunku*, „Przegląd Ustawodawstwa Gospodarczego" 2003, vol. 8.

Wojnicka E., *Prawo do wizerunku w ustawodawstwie polskim*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Wynalazczości i Ochrony Własności Intelektualnej" 1990, vol. 56.

Akty prawne

Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (t.j. Dz.U. 1997 nr 78 poz. 483).

Konwencja o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności, sporządzona w Rzymie dnia 4 listopada 1950 r. (t.j. Dz.U. 1993 nr 61 poz. 284).

Ustawa z dnia 17 listopada 1964 r. – Kodeks postępowania cywilnego (t.j. Dz. U. 1964 nr 43 poz. 296).

Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny (t.j. Dz.U. 1964 nr 16 poz. 93).

Ustawa z dnia 25 lutego 1964 r. – Kodeks rodzinny i opiekuńczy (t.j. Dz. U. 1964 nr 9 poz. 59).

Ustawa z dnia 26 czerwca 1974 r. – Kodeks pracy (t.j. Dz.U. 1974 nr 24 poz. 141).

Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (t.j. Dz.U. 1994 nr 24 poz. 83).

Orzecznictwo

Postanowienie SN z dnia 13 września 2000 r., II CKN 1141/00, LEX nr 51969.

Uchwała SN z 9 czerwca 1976 r., III CZP 46/75, OSNC 1976, nr 9, poz. 184.

Von Hannover przeciwko Niemcom (nr 2) – wyrok ETPC z dnia 7 lutego 2012 r., skargi nr 40660/08 i 60641/08.

Wyrok SN z dnia 20 maja 2004 r., II CK 330/03, LEX nr 686639.

Wyrok WSA w Warszawie z dnia 18 grudnia 2009 r., VI SA/Wa 1758/09, LEX nr 583570.

ABSTRAKT

Przedmiotem artykułu jest analiza wybranych aspektów prawnych rozpowszechniania wizerunku małoletniego w celu uzyskania korzyści majątkowych przez rodziców, prowadzących działalność

Pobrane z czasopisma Studenckie Zeszyty Naukowe **http://szn.umcs.pl**
Data: 30/10/2026 20:13:13

internetową jako *influencerzy*. Teza pracy opiera się na stwierdzeniu, że aktualny stan polskiego ustawodawstwa nie można uznać za zadowalający i wystarczający w obliczu pojawiających się problemów praktycznych związanych z utrwalaniem i rozpowszechnianiem wizerunku dziecka w celu zarobkowym przez jego przedstawicieli ustawowych. W opracowaniu omówiono kolejno definicje wizerunku, zasady rozpowszechniania wizerunku osoby poniżej 18. r.ż. oraz dokonano analizy zjawisk *sharentingu*, *commercial sharentingu* oraz *parental trollingu*. W artykule wskazano również możliwe sposoby ochrony małoletnich przed nadużyciami ze strony rodziców z wykorzystaniem instrumentów postępowania cywilnego oraz prawa pracy. W celu kompleksowego omówienia tematu oraz wykazania postawionej tezy w pracy wykorzystano metodę dogmatyczno-prawną oraz teoretyczno-prawną.

Słowa kluczowe: *commercial sharenting*, wizerunek małoletniego, rozpowszechnianie wizerunku, władza rodzicielska

UMCS