

# Interoperacyjność treści cyfrowych

Sprzedając w internecie, na przykład za pośrednictwem [sklepu online](#), masz kilka obowiązków, które musisz spełnić wobec klienta – konsumenta.

Na temat tego, kim jest konsument, oraz o kategoriach klientów pisałam [tutaj](#).

Jednym z obowiązków jest **konieczność poinformowania o mających znaczenie interoperacyjnościach treści cyfrowych ze sprzętem komputerowym i oprogramowaniem, o których przedsiębiorca wie lub powinien wiedzieć.**

*Najpóźniej w chwili wyrażenia przez konsumenta woli związania się umową na odległość lub poza lokalem przedsiębiorstwa przedsiębiorca ma obowiązek poinformować konsumenta w sposób jasny i zrozumiały o:*

*20) mających znaczenie interoperacyjnościach treści cyfrowych ze sprzętem komputerowym i oprogramowaniem, o których przedsiębiorca wie lub powinien wiedzieć*

**Art. 12 ust. 1 pkt 20 Ustawa o prawach konsumenta**

## 0 co chodzi w tym obowiązku?

Najlepiej rozłożyć go na czynniki pierwsze. Otóż mamy obowiązek poinformować o:

- mających znaczenie, a zatem **nie każdych**, lecz tylko takich, które mają znaczenie,
- interoperacyjnościach treści cyfrowych
- ze sprzętem komputerowym i oprogramowaniem

– o których przedsiębiorca wie lub powinien wiedzieć.

Najwięcej problemów z tym na czym ten obowiązek polega dotyczy zwrotu: „**interoperacyjnościach treści cyfrowych**”.

**Treść cyfrowa** to inaczej dane wytwarzane i dostarczane w postaci cyfrowej. Są to na przykład e-booki, audiobook, presety, zdjęcia, programy komputerowe czy aplikacje na urządzenia mobilne.

### **Przykłady treści cyfrowych**

- e-booki,
- audiobooki,
- presety,
- zdjęcia w wersji elektronicznej,
- programy komputerowe,
- aplikacje na urządzenia mobilne.

*Treść cyfrowa – dane wytwarzane i dostarczane w postaci cyfrowej.*

*Art. 2 pkt 5 Ustawa o prawach konsumenta*

**Interoperacyjność** natomiast to „zdolność systemu lub produktu do pełnej współpracy z innymi systemami lub produktami”.

## **Na czym polega interoperacyjność?**

Genialne wytłumaczenie tego, czym jest interoperacyjność, możemy znaleźć na stronie [gov.pl](http://gov.pl), która podaje żarówkę jako przykład.

Jeżeli mamy żarówkę i możemy ją wykręcić z żyrandola, a następnie wkręcić do lampki nocnej, bo zarówno do żyrandola, jak do lampki nocnej wykorzystujemy ten gwint, to ten gwint jest przykładem interoperacyjności. Żarówka wykazuje zdolność (funkcjonalność) do współpracy z innymi produktami, jak

żyrandol i lampka nocna.

Ciekawym przykładem są także końcówki słuchawek czy ładowarek do telefonu. Niektórzy mają takie telefony, że każda ładowarka pasuje, a niektórzy mają taki telefon, że biegają po piętrach i szukają tej właściwej.

Wracając jednak do meritum, to jako sprzedawca masz obowiązek poinformować klienta – konsumenta o mających znaczenie funkcjonalnościach Twojego produktu cyfrowego np. e-booka. Jeszcze bardziej upraszczając i tłumacząc: jako sprzedawca masz obowiązek poinformować klienta – konsumenta o wymogach, jakie powinien spełniać jego sprzęt i oprogramowanie, aby mógł on korzystać z naszego produktu.

### **Przykłady:**

Przykładem będzie wskazanie, że nasz e-book jest w formacie **PDF** i aby go przeczytać, jest potrzebna aplikacja, która otwiera pliki w tym formacie. Informacja o formacie naszego staje się kluczowa, gdy sprzedajemy [e-booka](#) wyłącznie w formacie **ePUB**, do którego wymagany jest czytnik lub specjalna wtyczka.

**Dlaczego trzeba informować o mających znaczenie interoperacyjnościach treści cyfrowych ze sprzętem komputerowym i oprogramowaniem, o których przedsiębiorca wie lub powinien wiedzieć?**

Klient – konsument podczas przeglądania oferty musi mieć realną możliwość podjęcia decyzji, czy chce dany produkt zakupić. Aby decyzja miała charakter realny, nabywca musi mieć pełną wiedzę na temat produktu i jego funkcjonalności.

Ciekawym przykładem może być sprzedaż e-booka w formacie PDF, który jest zawarty w instalatorze.exe. Taki e-book wymaga systemu operacyjnego MS Windows oraz aplikacji Acrobat Reader. Jeżeli klient – konsument jest szczęśliwym posiadaczem laptopa Mac z systemem operacyjnym macOS, to oznacza, że informacja o braku interoperacyjności z tym systemem ma dla niego

znaczenie.

---

*Niniejszy artykuł ma charakter wyłącznie edukacyjny i nie stanowi porady prawnej ani opinii prawnej. Zapoznaj się z [notą prawną](#).*

*Jeżeli potrzebujesz indywidualnej pomocy związanej dostosowaniem się do zmian prawnych, napisz na [napisz@tudzialprawny.pl](mailto:napisz@tudzialprawny.pl).*

Stan prawny na dzień: **15.07.2021 r.**

---

## Bibliografia

1. Interoperacyjność, Słownik Języka Polskiego PWN, dostęp: 13.07.2021 r., <https://sjp.pl/interoperacyjno%C5%9B%C4%87>
2. **Czym jest interoperacyjność i podejście architektoniczne?**, dostęp: 13.07.2021 r., <https://www.gov.pl/web/ia/interoperacyjnosc-i-podejscie-architektoniczne>
3. Ustawa z dnia 30 lipca 2014 r. o prawach konsumenta (tekst jedn. Dz. U. z 2020 r., poz. 287).

Źródło zdjęcia: Luna Lovegood, Pexels, <https://www.pexels.com/pl-pl/zdjecie/rece-laptop-projektant-pu-lpit-4087401/>, dostęp: 27.06.2023 r.

---

# Konkurs w social mediach. Jak przeprowadzić go zgodnie z prawem

E-book "Konkurs w social mediach. Jak przeprowadzić go zgodnie z prawem" to 137 – stronicowy przewodnik, który krok po kroku:

- tłumaczy, czym jest konkurs w ujęciu prawnym,
- wskazuje, o jakich elementach nie można zapominać, organizując konkurs,
- uczy na najczęstsze błędy występujące podczas jego organizacji,
- podpowiada, co zawrzeć w regulaminie konkursu,
- tłumaczy wymagania formalne i merytoryczne oceny zadania konkursowego,
- wskazuje, w jaki sposób dokonać wyboru zwycięskiego dzieła.

W e-booku znajdziesz wiele przydatnych wskazówek i przykładów, które pomogą Ci stworzyć Twój własny regulamin konkursu.

[Kup teraz!](#)

Natalia Stojanowska

# Konkurs w social mediach

JAK PRZEPROWADZIĆ GO ZGODNIE Z PRAWEM

