

Muzyka na TikToku. Na co uważać?

Platforma TikTok, podobnie jak inne popularne media społecznościowe, udostępnia użytkownikom muzykę do wykorzystania w tworzonych materiałach. W ramach bibliotek utworów znajdują się nie tylko fragmenty popularnych piosenek, ale również proste dźwięki przypominające np. odgłos samolotu. Dodatkowo użytkownik może także samodzielnie dodać na profilu materiał z dźwiękiem nie pochodzącym z TikToka. Twórcy internetowi, w szczególności przedsiębiorcy i influencerzy, muszą jednak pamiętać o wykorzystywaniu muzyki z poszanowaniem praw autorskich.

Wykorzystywanie muzyki zgodnie z prawem

Należy pamiętać, że muzykę można wykorzystywać zgodnie z prawem na różne sposoby i nie zawsze konieczne jest uzyskanie płatnej licencji na jej wykorzystanie.

Przykładowo można wykorzystać muzykę:

- która nie jest utworem w rozumieniu praw autorskich i praw pokrewnych. Na przykład: dźwięk samolotu, ćwierkot ptaków;
- co do której prawa autorskie wygasły. Takie utwory znajdują się w tzw. domenie publicznej;
- jeżeli korzystasz z tzw. [prawa cytatu](#);
- która została udostępniona na bezpłatnej licencji np. w bankach muzyki;
- jeżeli jej autor udzielił nam zgody na jej wykorzystywanie (rozpowszechnienie).

Zasady wykorzystywania muzyki na TikToku

Dostępna na TikToku muzyka jest udostępniana na licencji w ramach dwóch różnych bibliotek.

Ogólna Biblioteka Muzyki (do użytku niekomercyjnego)

Pierwsza z nich zawiera dźwięki, które są udostępniane użytkownikom w celu umieszczenia ich w ich filmach, o ile filmy te są przeznaczone wyłącznie do celów osobistych i niekomercyjnych.

Muzyka publikowana w ramach tej biblioteki to najczęściej fragmenty popularnych piosenek. Nie należy wykorzystywać nagrań muzycznych pochodzących z tej kategorii do celów komercyjnych.

Wykorzystanie komercyjne to takie, które jest nastawione na osiągnięcie zysku. Muzyka udostępniona w ramach Ogólnej Biblioteki Muzyki nie może być wykorzystywana nawet do kojarzenia danego dźwięku z marką lub firmą albo do promowania ich bez uzyskania niezbędnych praw do korzystania z muzyki w ten sposób.

Nie wiesz jak korzystać z muzyki w social mediach?

Sprawdź mój webinar [Wykorzystywanie muzyki w social mediach!](#)



Biblioteka Muzyki Komercyjnej

Druga z dostępnych na platformie bibliotek to Biblioteka Muzyki Komercyjnej, która jest przeznaczona do wykorzystania przez przedsiębiorców, influencerów w celach komercyjnych, w tym marketingowych.

Przykłady wykorzystania komercyjnego:

- wykorzystanie w powiązaniu z marką, logo lub znakiem towarowym lub innymi cechami identyfikującymi markę;
- w celu reklamowania, marketingu, wspierania, sponsorowania produktu lub usługi na platformie TikTok.

Wykorzystywanie muzyki z TikToka na innych platformach

Bardzo popularne jest tworzenie treści z muzyką na jednej platformie, a następnie pobieranie gotowego materiału i publikowanie go w innych mediach społecznościowych. Niewielu twórców internetowych zdaje sobie jednak sprawę, że udostępnione na TikToku dźwięki nie mogą być wykorzystywane

poza tą platformą, chyba że użytkownik uzyska odrębną zgodę lub licencję.

Co grozi za niepoprawne wykorzystywanie muzyki na TikToku?

Nieprawidłowe wykorzystywanie muzyki powoduje naruszenie praw autora, który może pociągnąć nas do odpowiedzialności prawnej – cywilnej i karnej. Dodatkowo stanowi naruszenie regulaminu danej platformy. W tym drugim przypadku muzyka może zostać po prostu wyciszona, a w przypadku powtarzających się naruszeń nasze konto może zostać zablokowane.

Na zakończenie – Przecież wszyscy tak robią!

Wielokrotnie słyszę argument, że przecież wszyscy tak robią. Rzeczywiście problem wykorzystywania muzyki niezgodnie z prawem to dość powszechna praktyka powielana – świadomie lub nie – zarówno przez małe konta, jak i influencerów.

Warto jednak sobie zdawać sprawę, że praktyka ta nie jest prawidłowa i trzeba być świadomym konsekwencji prawnych.

Po pierwsze, jeszcze 2–3 lata temu nikt nie oznaczał współprac płatnych na Instagramie czy Facebooku. Po zainteresowaniu się tym tematem przez Prezesa UOKiK najpierw zostały wydane [rekomendacje](#), a następnie organ nadzorczy nałożył pierwsze [kary](#) za nieprawidłowe oznaczanie komunikatów reklamowych publikowanych w mediach społecznościowych.

Po drugie, pojawiają się już pierwsze pozwy lub inne działania wzywające do zaprzestania naruszeń prawa autorskiego, m.in. w USA, Wielkiej Brytanii lub Niemczech. Na zakończenie podam Ci przykład świadomej niemieckiej influencerki Anny-Laury Amenty, która wspomina o konieczności przestrzegania prawa w tym zakresie – [zobacz](#).

Dowiedz się więcej na temat wykorzystywania muzyki w social mediach.

Obejrzyj moje szkolenie: [kliknij, żeby przejść do oferty](#).

Słowniczek pojęć

UOKiK – skrót stosowany do oznaczenia Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

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.

Stan prawny na dzień: **8.11.2023** r.

Bibliografia

1. TikTok, *Warunki korzystania z usług muzycznych*, (online):
<https://www.tiktok.com/legal/page/global/music-terms-eea/pl>, dostęp: 8.11.2023.
2. TikTok, *Warunki korzystania z biblioteki muzyki komercyjnej*, (online:)

<https://www.tiktok.com/legal/page/global/commercial-music-library-user-terms/pl>, dostęp: 8.11.2023 r.

3. UOKiK, *Ponad 5 mln zł kary za kryptoreklamę na Instagramie*, (online): https://uokik.gov.pl/aktualnosci.php?news_id=19861, dostęp: 8.11.2023.
4. Th.Schwenke, *TikTok & Copyright: No chart hits for companies, influencers and authorities*, (online:) https://datenschutz-generator.de/tiktok-musik-copyright/#_Wie_hoch_ist_das_praktische_Risiko, dostęp: 8.11.2023.

Źródło zdjęcia: E M, Pexels, <https://www.pexels.com/pl-pl/zdjecie/czarno-biala-tasma-kasetowa-6293133/>, dostęp: 14.11.2023 r.