

Odpowiedzialna innowacja społeczna

Poradnik dla innowatorów i innowatorek



Odpowiedzialna innowacja społeczna

Poradnik dla innowatorów i innowatorek

Autorka: Katarzyna Sadło
Redakcja i korekta: Urszula Drabińska
Projekt i skład: Studio Kotbury (www.kotbury.pl)
Zdjęcia: Lara Jameson za pomocą Pexels.com (okładka),
Gabrielle Henderson za pomocą Unsplash (str. 6),
Redd F za pomocą Unsplash (str. 13),
zdjęcie wygenerowane przez sztuczną inteligencję (str. 21),
Wutzkoh za pomocą Adobe Stock (str. 30),
lovelyday12 za pomocą Adobe Stock (str. 36),
Stokkete za pomocą Adobe Stock (str. 48),
Kasto za pomocą Adobe Stock (str. 56),
Wojtek Radwański (str. 58).
Wydawca: Fundacja Stocznia (www.stocznia.org.pl)
Warszawa 2023
ISBN: 978-83-68094-00-8



FISE>

Poradnik powstał w ramach projektu „Katalizator innowacji społecznych” realizowanego przez Fundację Stocznia i Fundację Inicjatyw Społeczno-Ekonomicznych, współfinansowanego ze środków Europejskiego Funduszu Społecznego.



Podręcznik dostępny jest [na licencji CC-BY 4.0 – Uznanie autorstwa 4.0 Międzynarodowe](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



Unia Europejska
Europejski Fundusz Społeczny



Spis treści

1. Wstęp	5
2. Odpowiedzialność wobec pracowników, współpracowników i wolontariuszy	7
2.1. Stosunek pracy	8
2.2. Umowa-zlecenie	9
2.3. Umowa o dzieło	10
2.4. Działalność nierejestrowa	11
2.5. Porozumienie wolontariackie	11
3. Odpowiedzialność wobec użytkowników innowacji	14
3.1. Komunikacja z użytkownikami innowacji	14
3.2. Wykorzystanie wizerunku	17
3.3. Innowacje adresowane do małoletnich	21
3.4. Bezpieczeństwo użytkowników	27
4. Prawa autorskie w innowacji	31
4.1. Prawa autorskie osobiste	31
4.2. Prawa autorskie majątkowe	32
4.3. Przeniesienie praw autorskich	32
4.4. <i>Copyright trolling</i>	33
4.5. Otwarte licencje	33
5. Odpowiedzialność za finanse	37
5.1. Pozyskiwanie środków	37
5.2. Przekazywanie środków	46

6. Odpowiedzialność za dane osobowe	49
6.1. Zasady przetwarzania danych w innowacji	49
6.2. Podstawy prawne przetwarzania danych.....	51
6.3. Obowiązki administratora danych.....	53
6.4. Ujawnianie danych osobom trzecim.....	54
7. Odpowiedzialność za komunikację	57
O autorce	58

1. Wstęp

Planując i wdrażając innowacje społeczne, najbardziej skupiamy się na ich merytorycznej stronie, bo same są wystarczająco dużym wyzwaniem, żeby zaprzętać sobie głowę formalnościami, które postrzegamy jako zbędne ograniczenia w realizacji naszych ambitnych celów. Ostatnią więc rzeczą, o której chcemy myśleć podczas realizacji wizji naprawienia kawałka rzeczywistości, są dodatkowe obowiązki, które niepotrzebnie odzierają twórczy proces z połowy jego atrakcyjności. Rozumiem to i podzielam, dlatego z pewną nieśmiałością przedstawiam krótki przewodnik po tym, co jeszcze warto – lub co koniecznie trzeba – wziąć pod uwagę przy realizacji najbardziej ambitnych i obiecujących innowacji społecznych.

Niektóre z omawianych w poradniku tematów są po prostu prawnym obowiązkiem, którego niedopełnienie może się wiązać z często poważnymi sankcjami, inne mają wymiar przede wszystkim etyczny, ale też są ważne, jeśli chcemy mieć pewność, że wdrażamy innowację mądrze, odpowiedzialnie i z dbałością o wszelkie możliwe skutki uboczne dla osób z niej korzystających oraz dla reszty społeczeństwa. Zdaję sobie sprawę, że duża część tego, co tutaj piszę, może być już Czytelnikom i Czytelniczkom znana, ale z mojego doświadczenia w pracy z organizacjami społecznymi oraz innowatorami i innowatorkami niektóre omawiane tu obszary ciągle nie są do końca rozumiane i zaopiekowane.

Zapraszając do lektury poradnika, winna jestem jeszcze jedną techniczno-językową uwagę. Ze względu na klarowność przekazu – zagadnienia, które omawiam, są dość skomplikowane – zrezygnowano z używania feminatywów, jednak za każdym razem, gdy piszę np. o uczestnikach, to mam oczywiście na myśli zarówno uczestników, jak i uczestniczki.



2. Odpowiedzialność wobec pracowników, współpracowników i wolontariuszy

Choć wdrażanie innowacji społecznej od strony formalnej nie różni się niczym od pracy na innych polach, nigdy dość przypominania o najważniejszych zasadach zatrudniania osób oraz angażowania wolontariuszy. Chcemy wszak osiągać założone cele w sposób zgodny nie tylko z prawem, lecz także z zasadami etycznymi, a stosunek do własnych kadr jest jednym z wyznaczników odpowiedzialności każdej instytucji. Pracując z organizacjami pozarządowymi i podmiotami ekonomii społecznej, regularnie spotykam się z wynikającym zazwyczaj z niewiedzy naruszaniem przepisów dotyczących zatrudnienia, dlatego tę publikację chcę wykorzystać także do przypomnienia najważniejszych zasad z tym związanych i zachęcić do przeglądu umów, jakie zawierane są z zaangażowanymi przy wdrażaniu innowacji osobami.

Bez względu na formę zaangażowania pracownika trzeba pamiętać, że zatrudniający zawsze występuje wobec niego z pozycji siły, niezależnie od tego, czy sam tak to postrzega i czy w jakikolwiek sposób to okazuje. Relacja pracodawcy z pracownikiem nie jest równa, dlatego osoby zatrudnione mogą czuć się zobowiązane do realizowania próśb zatrudniającego, nawet jeśli próśby formalnie wymagają ich zgody. Spotkałam się z praktykami proszenia, proponowania, zachęcania pracowników bądź zleceniobiorców do wpłacenia jakiejś kwoty jako darowizny na rzecz zatrudniającej ich organizacji. Był to sposób na pozyskanie przez nią środków na wymagany w projekcie wkład własny. Spotkałam się nawet ze skrajnymi przypadkami, w których organizacja chciała wpisać taki wymóg do umowy. W przypadku umowy o pracę Kodeks pracy jest jednoznaczny – pracownik nie może się zrzec wynagrodzenia (ani urlopu), nawet dobrowolnie, właśnie z uwagi na pozycję siły, jaką ma pracodawca wobec pracownika. Nieważne bowiem, jak bardzo podkreślano by dobrowolność takiej darowizny i brak konsekwencji z jej niedokonania, osoba utrzymująca się z pracy dla kogoś może postrzegać taką prośbę jako typową „propozycję nie do odrzucenia”.

Podobnie ostrożnie należy proponować osobom zatrudnionym udział w akcjach promocyjnych czy marketingowych, a także eksponowanie ich szczególnej sytuacji, w celu budowania

wizerunku organizacji jako przyjaznego pracodawcy. Nawet na stronach adresowanych do organizacji pozarządowych pojawiają się ogłoszenia o poszukiwaniu do pracy pracowników „z widoczną niepełnosprawnością”, co sugeruje, że celem nie jest po prostu danie pracy osobie, której trudniej ją znaleźć, ale jakaś forma wykorzystania faktu zatrudniania osoby z niepełnosprawnością. Niedawno jedna z organizacji prowadzących lokal gastronomiczny pochwaliła się w internecie swoją otwartością na osoby 40+, publikując wizerunek pani zatrudnionej tam do sprzątania, opatrzony komentarzem „Nie wykluczamy nikogo, także z powodu wieku”. Trudno się nie zastanawiać, czy pani wykorzystana w taki sposób do ocieplenia wizerunku organizacji (której pracownicy zarzucali mobbing) miała faktyczny wybór.

2.1. Stosunek pracy

Jeśli osoba zaangażowana w innowacji wykonuje za wynagrodzeniem pracę określonego rodzaju, pod kierownictwem zatrudniającego oraz w miejscu i czasie przez niego wyznaczonym, to wiąże ją z nim stosunek pracy, niezależnie od tego, jak zatytułowana jest zawarta z tą osobą umowa. Jedyną prawidłową umową w tym wypadku będzie umowa o pracę. Co więcej, zgodnie z Kodeksem pracy, który reguluje zatrudnianie pracowników, zatrudnienie spełniające te kryteria – praca określonego rodzaju pod nadzorem pracodawcy, w miejscu i czasie przez niego wyznaczonym, jest zatrudnieniem na podstawie stosunku pracy, a zawieranie w takiej sytuacji umowy cywilnoprawnej (umowy-zlecenia lub umowy o dzieło) jest wprost zakazane i zagrożone karą grzywny nawet do 30 000 zł. W wypadku nałożenia kary będzie ona musiała zostać pokryta z prywatnej kieszeni pracodawcy, bo prawo zakazuje prowadzenia zbiórek na grzywnę, nie mówiąc o zapłaceniu jej za kogoś. Oczywiście to nie jedyny i na pewno nie przeważający argument za zatrudnianiem zgodnym z prawem i interesami pracownika, ale powinien skutecznie zniechęcać do obchodzenia przepisów, aktualnie niestety częstego.

Kilka lat temu media ujawniły, że jedna ze znanych i szanowanych organizacji zatrudniała na umowę o dzieło osoby pracujące w prowadzonym przez nią sklepie. Był to jeden z tych przypadków, gdzie w oczywisty sposób zatrudnienie miało charakter stosunku pracy, bo praca była świadczona w miejscu i czasie określonym przez pracodawcę, na jego sprzęcie i pod jego kontrolą. Wytknął to publicznie pracownik organizacji i został za to zwolniony z powodu „utrąty zaufania”. „Praktykujemy prekariat jak większość organizacji pozarządowych. Jest

to problem systemowy i bardzo chcielibyśmy, żeby zniknął. Niestety nie jesteśmy w stanie wytworzyć etatów i nigdy ich u nas nie było” – tłumaczyła opisującym sprawę dziennikarzom prezeska organizacji. I choć faktycznie w organizacjach pozarządowych kwestie finansowania zatrudnienia od zawsze są problemem, a unikanie umów o pracę jest praktyką częstszą, niżbyśmy sobie życzyli, z pewnością rozwiązaniem nie jest naruszanie praw pracowniczych. Poza kwestiami prawnymi i etycznymi warto zwrócić też uwagę na kwestie wizerunkowe. O wspomnianej organizacji – zasłużonej i niewątpliwie mogącej pochwalić się realnymi sukcesami – w mediach zrobiło się głośno nie za sprawą jej działalności, ale tego, że prowadzi ją w sposób łamiący prawa pracowników.

2.2. Umowa-zlecenie

Umowa-zlecenie jest jedną z umów cywilnoprawnych – tych, którymi nie wolno zastępować umowy mającej cechy stosunku pracy, a więc wykonywanej pod nadzorem pracodawcy, w miejscu i czasie przez niego wyznaczonym. Umowę-zlecenie może zawrzeć zarówno podmiot mający osobowość prawną, jak i osoba fizyczna, jest to zatem rodzaj umowy, który może być z powodzeniem stosowany w innowacjach realizowanych przez osobę fizyczną, jeśli ma ona potrzebę zaangażowania dodatkowych osób na zasadach innych niż wolontariat.

Umowa-zlecenie – podobnie jak umowa o pracę, a inaczej niż umowa o dzieło – jest umową starannego działania, a nie umową rezultatu, co oznacza, że zleceniobiorcy płacimy za wykonywanie pracy określonego rodzaju, ale nie za konkretny efekt. Umowa-zlecenie może być zawarta na czas określony lub nieokreślony, trzeba przy tym pamiętać, że do umów-zleceń ma zastosowanie minimalna stawka godzinowa, która w 2024 roku będzie wynosić 27,70 zł brutto (do 30 czerwca 2024 roku) i 28,10 zł brutto (od 1 lipca 2024 roku). Minimalna stawka godzinowa, podobnie jak minimalne wynagrodzenia za pracę, jest regularnie podwyższana, na co trzeba zwracać uwagę, zwłaszcza gdy planuje się wieloletnie budżety.

Ponieważ ustawodawca narzuca minimalną stawkę godzinową i musi mieć możliwość zweryfikowania, czy nie płacimy zleceniobiorcy mniej, niż ona wynosi, w umowie-zleceniu nie wystarczy podanie łącznej kwoty za wykonywanie danego zadania, trzeba też wskazać liczbę przeznaczonych na tę pracę godzin lub wprost wskazać stawkę godzinową. Należy

też pamiętać o ustaleniu w umowie sposobu dokumentowania przepracowanych godzin, jeśli tego nie zrobimy, na koniec miesiąca (bo umowę-zlecenie rozliczamy nie rzadziej niż raz na miesiąc, niezależnie od przepracowanych w danym miesiącu godzin) będziemy musieli wypłacić zleceniobiorcy kwotę odpowiadającą zadeklarowanej przez niego liczbie przepracowanych godzin.

2.3. Umowa o dzieło

Umowa o dzieło jest drugą z najbardziej popularnych umów cywilnoprawnych, bardzo lubianą przez obie strony, bo z uwagi na brak konieczności odprowadzania składki ZUS opłaca się finansowo obu stronom. W przeciwieństwie do umowy-zlecenia, która jest umową starannego działania, umowa o dzieło jest umową rezultatu – przyjmujący zamówienie zobowiązuje się do wykonania oznaczonego dzieła, a zamawiający do zapłaty wynagrodzenia. Podczas zawierania umowy o dzieło należy upewnić się, że to, co chcemy zlecić, na pewno spełnia jej kryteria. Zdarza się bowiem, że organizacje zawierają umowy o dzieło na prowadzenie księgowości, koordynowanie projektu czy sprzątanie. Kwestię umowy o dzieło na prowadzenie księgowości rozstrzygał już nawet Sąd Najwyższy, konkludując w wyroku, iż „prace polegające na powtarzalnych usługach z zakresu księgowości sprzeciwiają się możliwości uznania ich za wykonanie dzieła, bowiem nie prowadzą do powstania obiektywnie istniejącego dzieła, a są nastawione na staranne wykonywanie czynności, a nie uzyskanie określonego rezultatu”, co łatwo można przełożyć też na inne działania o podobnym charakterze, a nawet np. na prowadzenie szkoleń czy doradztwa. Zgodnie z utrwalonym już orzecznictwem wykonawca, zawierając umowę o dzieło, zobowiązuje się do osiągnięcia w przyszłości indywidualnie oznaczonego, samoistnego, obiektywnie możliwego i subiektywnie pewnego rezultatu pracy o charakterze materialnym lub niematerialnym. Dzieło musi bowiem istnieć w postaci postrzegalnej, pozwalającej nie tylko odróżnić je od innych przedmiotów, lecz także uchwycić istotę osiągniętego rezultatu.

Prawidłowe kwalifikowanie umowy cywilnoprawnej ma ogromne znaczenie z uwagi na możliwe konsekwencje w przypadku jej zakwestionowania przez ZUS, który przecież ma informacje o wszystkich zawieranych umowach o dzieło, ułatwiające mu skierowanie kontroli do podmiotów takie umowy zawierających. W przypadku kontroli i podważenia umów o dzieło „przekwalifikowanie” ich na umowy-zlecenia będzie się dla nas wiązać z koniecznością

odprowadzanie wszystkich zaległych od nich składek ZUS. Jeśli nie będzie na to stać naszej organizacji, kierujący nią zapłacą za to z własnej kieszeni, bowiem zarówno za zobowiązania podatkowe, jak i za zobowiązania wobec ZUS członkowie organu zarządzającego odpowiadają całym swoim majątkiem.

2.4. Działalność nierejestrowa

Działalność nierejestrowa (nierejestrowana, nieewidencjonowana) to drobna działalność zarobkowa osób fizycznych, która nie wymaga rejestracji firmy ani wpisu do CEIDG, czyli Centralnej Ewidencji i Informacji o Działalności Gospodarczej, nawet jeśli ma wszystkie cechy działalności gospodarczej, czyli jest zorganizowaną działalnością zarobkową wykonywaną we własnym imieniu, w sposób ciągły – o ile uzyskane z niej przychody nie przekroczą w żadnym miesiącu 75% minimalnego wynagrodzenia za pracę. Działalności takiej nie mogą prowadzić osoby, które w ciągu ostatnich 60 miesięcy prowadziły jednoosobową działalność gospodarczą. Osoba prowadząca działalność nierejestrową rozlicza się z niej rocznie, nie musi prowadzić specjalnej księgowości, nie musi też opłacać składek na ubezpieczenie społeczne i zdrowotne na zasadach obowiązujących dla działalności gospodarczej. Działalność nierejestrowa to dość specyficzna forma pracy, ale w pewnych okolicznościach może mieć zastosowanie w innowacjach społecznych, np. w takich, których celem jest wspieranie użytkowników poprzez umożliwianie im podjęcia pracy zarobkowej, ale niekoniecznie w formie bezpośredniego stałego zatrudnienia w samej innowacji. Gdy pracujemy z osobami wymagającymi wsparcia w aktywizacji zawodowej, możemy stworzyć im dogodne, bo nieobciążone nadmiernymi formalnościami i kosztami warunki wykonywania pracy, być może takiej, którą w przyszłości chcieliby i mogliby kontynuować już samodzielnie, w ramach jednoosobowej działalności gospodarczej.

2.5. Porozumienie wolontariackie

Wolontariat to podstawa działalności wielu organizacji pozarządowych, w tym także tych wdrażających innowacje społeczne. Należy pamiętać o kilku istotnych wymogach, jakie się wiążą z zaangażowaniem wolontariusza do innowacji społecznej, oprócz oczywiście samego umówienia się na zakres, charakter i warunki wykonywanej pracy.

- Wolontariusz nie może być wykorzystywany do zadań związanych z prowadzoną przez nas działalnością gospodarczą.
- Jeśli wolontariusz ma świadczyć pracę dłużej niż 30 dni, umowa z nim musi mieć formę pisemną.
- Jeśli wolontariusz ma świadczyć pracę krócej niż 30 dni, na jego żądanie musimy potwierdzić warunki zawartej z nim umowy na piśmie.
- Wolontariusza zaangażowanego na okres krótszy niż 30 dni należy ubezpieczyć od następstw nieszczęśliwych wypadków.
- Na żądanie wolontariusza musimy wystawić mu zaświadczenie o odbytym wolontariacie.

Niezależnie od tego, do czego angażujemy wolontariuszy, są oni zasobem dużo cenniejszym niż tylko ręce do nieodpłatnej pracy, o czym łatwo zapomnieć. Jedną z organizacji pozarządowych organizującą w ramach swojej działalności gospodarczej duży, bardzo popularny i dość drogi festiwal muzyczny, wymaga od swoich wolontariuszy wpłacenia kaucji w wysokości 950 zł, żeby zabezpieczyć się przed ich „ucieczką”, gdy już w ramach zawartego porozumienia otrzymają bezpłatnie karnet na festiwal, który mają nieodpłatnie obsługiwać. Po zakończeniu festiwalu kaucja jest zwracana w ciągu 7 dni, pod warunkiem wywiązania się wolontariusza z zadań. I choć organizatorzy bronią się, że jest to światowy standard, polskie prawo zabrania angażowania wolontariuszy do działalności gospodarczej, a takie podejście biznesowe do wolontariatu utrwala tę formę zaangażowania jako po prostu wygodny model pozyskiwania darmowego pracownika, co nie do końca odpowiada założeniom wolontariatu.

Ważne ustawy:

- Kodeks pracy
- Kodeks cywilny
- Ustawa o działalności pożytku publicznego i o wolontariacie



3. Odpowiedzialność wobec użytkowników innowacji

3.1. Komunikacja z użytkownikami innowacji

Podczas wdrażania innowacji społecznych, zwłaszcza tych finansowanych z zewnętrznych źródeł, trzeba zazwyczaj wypełnić mnóstwo dokumentów, niektóre z nich muszą być podpisane także przez użytkowników innowacji. Zgoda na udział w innowacji, regulaminy, zgody i informacje dotyczące przetwarzania danych osobowych, zgody na wykorzystanie wizerunku – niektóre z nich są wymogami grantodawcy, inne przygotowujemy sami, gdy chcemy zadbać o bezpieczeństwo innowacji i możliwość późniejszego udowodnienia, że wszyscy jej uczestnicy mieli pełną świadomość wszystkiego, co się wiąże z ich udziałem w niej, i na wszystko wyrazili zgodę.

Podsuwając osobom korzystającym z naszej innowacji jakiegokolwiek dokumenty dotyczące innowacji – czy to czysto informacyjne, czy takie, które będą musieli podpisać, musimy wziąć pod uwagę nie tylko to, czy dany dokument zawiera wszystkie niezbędne informacje, lecz także to, czy będzie zrozumiała dla osoby, do której jest kierowany. W innowacje społeczne zaangażowani są przecież użytkownicy o różnych możliwościach poznawczych, kompetencjach językowych, doświadczeniu życiowym. Jednym z kluczowych elementów odpowiedzialności wobec nich i za nich jest zatem zadbanie, aby każda komunikacja była prowadzona w sposób adekwatny do ich możliwości. Dotyczy to zarówno kanału komunikacji, jak i formy, także językowej. Jeśli niektóre dokumenty, które mamy przedstawić użytkownikom innowacji zostały nam narzucone przez grantodawcę i nie możemy zmienić ich formy lub są typowym dokumentem prawnym napisanym zgodnie z wymogami takiego dokumentu, warto oprócz wzięcia podpisu osoby korzystającej z innowacji – a ta, jeśli nam ufa i nas potrzebuje, zapewne chętnie podpisze wszystko, co jej podsunie – przekazać jej te same informacje w formie dla niej zrozumiałej. Dobrze też, żeby takie informacje dostała do ręki razem z dokumentami, które podpisuje. Podczas współpracy z dziesiątkami organizacji bardzo rzadko spotykałam takie, które dają uczestnikowi swoich działań kopie np. zgód na przetwarzanie danych osobowych czy wykorzystanie wizerunku, które ta osoba właśnie

podpisała. To bardzo zła praktyka, nawet jeśli wszyscy wiemy, że dokumenty te są tylko formalnością i odgórnie narzuconym wymogiem. Odpowiedzialność wobec użytkownika innowacji wymaga dostarczenia mu jego własnych egzemplarzy wszystkiego, co reguluje jego udział w innowacji, w tym wszystkich umów i zgód.

Zmorą wielu organizacji są prawnicze teksty, którymi muszą posługiwać się podczas wdrażania innowacji. Przykładem mogą być choćby klauzule informacyjne wiążące się z przetwarzaniem danych osobowych, pełne odwołań do konkretnych artykułów. Tymczasem one wcale nie muszą takie być – przeciwnie, rozporządzenie o ochronie danych osobowych (RODO) wskazuje wprost, jaka powinna być komunikacja z osobami, których dane przetwarzamy. „Administrator podejmuje odpowiednie środki, aby w zwięzłej, przejrzystej, zrozumiałej i łatwo dostępnej formie, jasnym i prostym językiem – w szczególności gdy informacje są kierowane do dziecka – udzielić osobie, której dane dotyczą, wszelkich informacji, oraz prowadzić z nią wszelką komunikację w sprawie przetwarzania”. Warto zatem maksymalnie upraszczać takie dokumenty, a tę zasadę stosować do każdej komunikacji z odbiorcami innowacji, żeby ich udział w niej był efektem naprawdę świadomej decyzji. Bardzo polecam stronę internetową www.jasnopis.pl, która pozwala zweryfikować poziom trudności dowolnego tekstu i określić poziom kompetencji czytającego niezbędny do zrozumienia tekstu oraz wskazać te jego części, które mogą sprawiać trudność. Sprawdziłam w Jasnopisie wprowadzenie do tego poradnika i dowiedziałam się, że jego poziom trudności to 5/7, zatem będzie zrozumiałe dla ludzi wykształconych. Jasnopis wytknął mi zbyt długie zdania i wskazał kilka potencjalnie kłopotliwych słów, sugerując np. zastąpienie „innowacji” „nowinkami”. Ponieważ adresatami tego poradnika są osoby o wysokim poziomie kompetencji komunikacyjnych, a słowo „innowacja” jest tu użyte w konkretnym znaczeniu przyjętym dla tego rodzaju inicjatyw, mogę się tą oceną nie przejąć. Gdybym jednak pisała ulotkę dla osób w kryzysie bezdomności, osób bezrobotnych lub imigrantów z pewnością postarałabym się tę ocenę znacząco obniżyć, tak aby tekst stał się zrozumiały dla każdego.

Poziom trudności tekstu

5⁷ Tekst trudniejszy, zrozumiały dla ludzi wykształconych

Statystyki

Planując i wdrażając **innowacje społeczne** najbardziej skupiamy się na ich **merytorycznej** stronie, bo sama jest **wystarczająco** dużym wyzwaniem, żeby zaprzętać sobie głowę **formalnościami**, które postrzegamy jako **zbędne ograniczenia** w realizacji naszych ambitnych celów. Ostatnią więc rzeczą, o której chcemy myśleć realizując swoją wizję **naprawienia kawałka rzeczywistości** są **dotatkowe obowiązki**, które **niepotrzebnie** odzierają twórczy proces z połowy jego atrakcyjności. Rozumiem i **podzielam**, dlatego z pewną **nieśmiałością** przedstawiam krótki przewodnik po tym, co **jeszcze warto** - lub co **koniecznie trzeba** - wziąć pod uwagę przy realizacji najbardziej ambitnych i **obiecujących** **innowacji społecznych**. Niektóre z omawianych w poradniku tematów są po prostu naszym prawnym obowiązkiem, którego niedopełnienie może się wiązać z często poważnymi sankcjami, inne mają wymiar przede wszystkim etyczny, ale też są ważne jeśli chcemy mieć pewność, że wdrażając naszą **innowację** robimy to **mądrze**, **odpowiedzialnie** i z dbałością o wszelkie możliwe skutki uboczne dla osób korzystających z naszej **innowacji**, czy dla reszty społeczeństwa. Zdaję sobie sprawę, że duża część tego, co tutaj piszę może być już Czytelnikom znana, ale z mojego doświadczenia w pracy z organizacjami, niektóre omawiane tu obszary **ciagle są słabą stroną organizacji pozarządowych i innowacji społecznych**.

Legenda

- Aa Fragment wyraźnie trudniejszy od reszty tekstu
- Aa Fragment trudniejszy od reszty tekstu
- Aa Bardzo długie zdanie
- Aa Trudne słowo wymagające zmiany

Na stronie www.logios.pl możemy również skorzystać ze wsparcia algorytmów i przeredagować swój tekst tak, by uczynić go bardziej zrozumiałym. Logios wyświetli nam podpowiedzi do każdego zdania. Nawet więc gdy nie mamy możliwości zlecenia usługi profesjonalnej redakcji tekstu, możemy skorzystać z dostępnych nieodpłatnie narzędzi. Warto dla samych siebie sprawdzić jakość swojego tekstu w obu aplikacjach. Zanim ich nie poznałam, nie miałam świadomości, ile pracy mają ze mną redaktorzy i redaktorki, których zupełnie bezwiednie katują swoimi tasiemcowymi zdaniem.

Logios | Redaktor Więcej samowcekk

Kliknij w zdanie i wybierz jego uproszczoną wersję.

Planując i wdrażając **innowacje społeczne** najbardziej skupiamy się na ich **merytorycznej** stronie, bo sama jest **wystarczająco** dużym wyzwaniem, żeby zaprzętać sobie głowę **formalnościami**, które postrzegamy jako **zbędne ograniczenia** w realizacji naszych ambitnych celów. Ostatnią więc rzeczą, o której chcemy myśleć realizując swoją wizję **naprawienia kawałka rzeczywistości** są **dotatkowe obowiązki**, które **niepotrzebnie** odzierają twórczy proces z połowy jego atrakcyjności. Rozumiem i **podzielam**, dlatego z pewną **nieśmiałością** przedstawiam krótki przewodnik po tym, co **jeszcze warto** - lub co **koniecznie trzeba** - wziąć pod uwagę przy realizacji najbardziej ambitnych i **obiecujących** **innowacji społecznych**. Niektóre z omawianych w poradniku tematów są po prostu naszym prawnym obowiązkiem, którego niedopełnienie może się wiązać z często poważnymi sankcjami, inne mają wymiar przede wszystkim etyczny, ale też są ważne jeśli chcemy mieć pewność, że wdrażając naszą **innowację** robimy to **mądrze**, **odpowiedzialnie** i z dbałością o wszelkie możliwe skutki uboczne dla osób korzystających z naszej **innowacji**, czy dla reszty społeczeństwa. Zdaję sobie sprawę, że duża część tego, co tutaj piszę może być już Czytelnikom znana, ale z mojego doświadczenia w pracy z organizacjami, niektóre omawiane tu obszary **ciagle są słabą stroną organizacji pozarządowych i innowacji społecznych**.

Magik

● **Diagnoza tekstu**

Indeks PLI

0 20 40 60 80 100

40%

Parametry szczegółowe PLI

Chcesz Magika w swojej firmie?

Możemy go nauczyć upraszczać Twoje teksty. [Zapytaj o szczegóły.](#)

Upraszczasz teksty w urzędzie?

3.2. Wykorzystanie wizerunku

Innowacje społeczne, jak każda nowość, wymagają dobrego opowiedzenia, a nic tak dobrze nie opowiada rzeczywistości – także tej innowacyjnej – jak zdjęcia czy filmy. Podczas promowania swojej innowacji, pozyskiwania na nią środków, lobbowania za jej upowszechnieniem wykorzystujemy często dziesiątki zdjęć i filmów przedstawiających wizerunki osób z niej korzystających. O czym trzeba pamiętać przed publikacją wizerunku osoby, zwłaszcza znajdującej się w szczególnie trudnym położeniu?

3.2.1. Zgoda na wykorzystanie wizerunku

Być może jak dziesiątki osób trwacie w przekonaniu, że jeśli na zdjęciu są co najmniej trzy osoby, to od żadnej z nich nie trzeba mieć zgody na wykorzystanie tak utrwalonego wizerunku. Jest to pogląd tyleż częsty, ile błędny, bo nie ma żadnej liczby magicznie „znoszącej” obowiązek pozyskania zgody osoby na opublikowanie jej wizerunku. Kwestie wykorzystania wizerunku będącego daną osobową reguluje nie tylko RODO, lecz także ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych, zgodnie z którą rozpowszechnianie wizerunku nie wymaga zgody osoby jedynie w dwóch sytuacjach (właściwie w trzech, bo nie trzeba też mieć zgody osoby, której zapłaciliśmy za pozowanie, ale zakładam, że takie sytuacje to w naszej działalności rzadkość):

- jeśli jest to wizerunek osoby powszechnie znanej i został utrwalony w związku z pełnieniem przez nią funkcji publicznych, w szczególności politycznych, społecznych, zawodowych;
- jeśli jest to wizerunek osoby stanowiącej jedynie szczegół całości takiej jak zgromadzenie, krajobraz, publiczna impreza.

Nie potrzebujemy zatem zgody burmistrza, który służbowo odwiedził naszą siedzibę w trakcie odbywających się właśnie zajęć z osobami korzystającymi z naszej innowacji, ale jeśli zdjęcie przedstawia go w sytuacji prywatnej, możemy je wykorzystać wyłącznie za jego zgodą. Ten przypadek wydaje się zresztą wystarczająco jednoznaczny – osoba jest powszechnie znana albo nie jest, wizerunek dotyczy sytuacji formalnej albo nieformalnej.

Trudno tu o jakieś poważne dylematy, choć nawet nie mając obowiązku pozyskania zgody na publikację wizerunku, można o nią z uprzejmości i dla uniknięcia niepotrzebnych nieporozumień poprosić. Natomiast uczestnicy służbowego (dla burmistrza) spotkania, czyli osoby uczestniczące w organizowanych przez nas zajęciach, nie są osobami publicznymi i o ich zgodę na opublikowanie takich zdjęć powinniśmy bezwzględnie poprosić.

Rozpowszechnianie wizerunku bez zgody osoby na nim przedstawionej, jeśli nie mają zastosowania opisane wyżej wyjątki, może się wiązać nie tylko z koniecznością usunięcia skutków takiego naruszenia prawa osoby do rozporządzania swoim wizerunkiem (czyli np. usunięcia z opublikowanych już materiałów zdjęć, na których widnieje niezapytana o zgodę i nieżycząca sobie rozpowszechniania jej wizerunku osoba), ale nawet – jeśli zechce ona dochodzić zadośćuczynienia na drodze sądowej – z koniecznością wypłaty określonej sumy na jej rzecz lub na wskazany przez nią cel. Tak jak w większości opisywanych w tym poradniku zagadnień ewentualne prawne i finansowe konsekwencje naruszenia prawa są i tak drugorzędne wobec możliwego naruszenia żywotnych interesów osób uczestniczących w innowacji – jakkolwiek one same te interesy definiują.

3.2.2. Kiedy zgoda nie wystarcza

Innowacje społeczne bardzo często skierowane są do osób w szczególnej sytuacji życiowej – w kryzysie psychicznym, finansowym, zdrowotnym, prawnym, bezdomności. Gdy realizujemy działania z osobami, które z jakiegoś powodu znalazły się na życiowym zakręcie, powinniśmy dobrze się zastanowić, czy w ogóle chcemy wykorzystywać ich wizerunek, nawet jeśli wyrażą na to zgodę. Jako realizatorzy innowacji, w której ramach osoby szczególnie doświadczone przez los mogą skorzystać z kluczowego dla nich w tym momencie życia wsparcia, jesteśmy wobec nich na pozycji wyjątkowej. Są nam wdzięczni za udzielone wsparcie i choćby z tego powodu mogą czuć się zobowiązani do okazania nam wdzięczności poprzez wyrażenie blankietowej zgody na wszystko, o co ich poprosimy, np. na wykorzystanie ich wizerunku do promocji naszej innowacji czy organizacji. Sposób wykorzystania przez nas tego zaciągniętego długu wdzięczności nie jest regulowany prawem, które jedynie wymaga, abyśmy pozyskali zgodę od samych zainteresowanych, dlatego łatwo ulec pokusie wykorzystania „podarowanego” nam czyjegoś wizerunku, zwłaszcza że robimy to w celach społecznie bardzo

użytecznych – chcemy pochwalić się innowacją, zdobyć pieniądze na jej kontynuowanie, zainspirować innych do replikowania jej u siebie. Żaden z tych argumentów nie powinien jednak zagłuszyć oczywistego w takiej sytuacji pytania, czy wykorzystanie wizerunku beneficjenta będzie w jego żywotnym interesie, teraz i w przyszłości.

Jedna z wdrażających innowacje społeczne organizacji od lat prowadzi program, w którego ramach chętni przygotowują paczki świąteczne dla najuboższych rodzin. W internecie można znaleźć dziesiątki zdjęć z tej szlachetnej akcji, jedno z nich przedstawia szczęśliwą pięcioosobową rodzinę sfotografowaną z otrzymanymi od jednej z redakcji telewizyjnej prezentami. W materiale z wręczania prezentów, opublikowanym na stronie telewizji, która mikołajową paczkę przygotowała, widzimy twarze rodziców i trójki dzieci w wieku na oko podstawówkowym, w artykule wymieniono też nazwisko rodziny i nazwę niewielkiej miejscowości, z której pochodzi. Oczywiście organizatorzy mieli pisemną zgodę rodziców na wykorzystanie wizerunku ich dzieci w materiale, który promował inicjatywę, a przy okazji także świątecznych dobroczyńców potrzebującej wsparcia rodziny, bo oni też na zdjęciu się znaleźli i to oni je na swojej stronie opublikowali. Choć rzecz działa się w 2009 roku, jeszcze kilkanaście lat później artykuł z wręczania prezentów ubogim dzieciom ciągle można znaleźć w internecie. Dzieci ze zdjęcia są już dorosłe, ale w przestrzeni publicznej na zawsze zostanie ich dziecięcy wizerunek utrwalony w okolicznościach, których być może wcale nie chcą pamiętać, i raczej na pewno nie chcą, żeby wiedział o tym cały świat. I choć formalnie wszystko zostało dopięte, a rodzice dzieci udzielili w ich imieniu wymaganych zgód, za każdym razem, gdy oglądam to zdjęcie i jemu podobne, zadaję sobie pytanie, czy sama chciałabym, aby każdy szczegół mojego życia został upamiętniony w przestrzeni publicznej bez mojej świadomej zgody. Trudno bowiem zgodę 10-letniego dziecka – o ile w ogóle było o nią pytane – uznać za świadomą.

„Na tym zdjęciu mam 15 lat. To kolejne święta, które spędzałam w domu dziecka. Nienawidziłam tamtych świąt. Czym są święta dla dzieci z domu dziecka? Jednym wielkim przedstawieniem, na które sprzedano bilety i zatrudniono nas do roli, zupełnie nie pytając o to, czy tego chcemy, bo firmy, korporacje, osoby publiczne czy inne wątpliwe moralnie i etycznie jednostki postanowiły zrobić dla nas coś miłego, np. kupić i wręczyć czekoladę, przekraczając przy okazji każdą z granic, którą można przekroczyć. Widzę potem swoje zdjęcie w lokalnej gazetce, bo firma X podarowała kosz pomarańczy, a firma Y przywiozła cukierki. Panowie w garniturach ochoczo obejmują dzieci do zdjęcia, zdarzają się panie, które głaszczą, całują, bardzo współczują...

Proszę, apeluję: dzieci w domach dziecka to nie małpki w zoo, a to, że niektóre z nich posiadają zgody na upublicznienie ich wizerunku, wcale nie znaczy, że chcą się one widzieć w lokalnej prasie czy – jak w dzisiejszych czasach – na Facebooku, Instagramie, czy TikToku... Szacunek dla tych małych, już poszkodowanych przez życie wychowanków domów dziecka powinien być dla każdego priorytetem, a nie okazją do brudnej PR-owej gierki” – napisała na swoim instagramowym profilu Kinga Szostko, prezeska Fundacji Przedsiębiorcy Pomagają, dzielnie walcząca z publikowaniem wizerunków dzieci, a jej osobiste doświadczenie z pewnością można odnieść nie tylko do dzieci z domów dziecka, lecz także do sytuacji innych osób potrzebujących wsparcia w najtrudniejszych momentach ich życia. Momentach, które zazwyczaj kiedyś szczęśliwie przemijają, a z których nie każdy chce mieć publicznie dostępną pamiątkę. Warto też pamiętać, że wiele osób może nie zdawać sobie sprawy ze wszystkich możliwych konsekwencji upublicznienia ich wizerunku w określonym kontekście.

Jak w takim razie promować naszą innowację społeczną bez pokazywania jej odbiorców? Jest wiele sposobów na zaprezentowanie tego, co robimy, bez zbędnego eksploatowania wizerunku osób korzystających z naszych działań. Można je sfotografować tak, żeby uchwycić istotę tego, co chcemy pokazać, bez eksponowania twarzy w sposób pozwalający na zidentyfikowanie konkretnej osoby. Jeśli chcemy jedynie zilustrować nasze działania, pokazać ogólnie ich odbiorców, możemy skorzystać z któregoś z serwisów oferujących nieodpłatnie zdjęcia (np. Pixabay, Unsplash) lub użyć generatora grafiki (np. w programie Canva). Poniższe zdjęcie zostało przeze mnie wygenerowane właśnie w Canvie, z powodzeniem mogłoby być wykorzystane do promowania innowacji społecznej adresowanej do dzieci, mówi wszystko to, co chciałabym powiedzieć, bez niepotrzebnego „używania” prawdziwych twarzy osób, które w tym szczególnym momencie swojego życia potrzebują naszego wsparcia. Osobiście uważam, że wizerunki konkretnych dzieci (i nie tylko) nie mają żadnej wartości informacyjnej, a na pewno nie taką, która usprawiedliwiłaby narażanie ich na realne ryzyko różnego rodzaju, teraz lub w przyszłości.

Akty prawne:

Ustawa o prawie autorskim



3.3. Innowacje adresowane do małych dzieci

Wykorzystanie wizerunku to jeden z ważnych obszarów wymagających głębszej refleksji, jeśli nasza innowacja jest adresowana do osób w szczególnej sytuacji, w tym dzieci. Praca z małymi dziećmi, czyli osobami, które nie ukończyły 18. roku życia, wiąże się także z innymi obowiązkami. Niedawno były rzecznik praw dziecka Mikołaj Pawlak alarmował w mediach, że niektóre organizacje pozarządowe – traf chciał, że akurat takie, których działalność mu się nie podobała – nie sprawdzają swoich (współ)pracowników zajmujących się dziećmi

w tzw. rejestrze pedofilów. W przekazie medialnym brzmiało to bardzo poważnie, osoby nieorientowane mogły odnieść wrażenie, że wymieniane przez rzecznika organizacje dopuszczały do pracy z dziećmi osoby mogące być dla nich zagrożeniem. Tymczasem chodziło po prostu o niedopełnienie obowiązku zweryfikowania osób oddelegowanych do pracy z dziećmi. Jest to obowiązek stosunkowo nowy i nie wszystkim znany, zdarzają się nawet placówki publiczne, które go nie dopełniają. Nie jest to oczywiście żadnym usprawiedliwieniem, w przypadku innowacji adresowanych do osób niepełnoletnich należy zachować najwyższą ostrożność, nie tylko z obawy przed konsekwencjami prawnymi.

3.3.1. Weryfikacja osób dopuszczonych do małoletnich

Ustawodawca nałożył na organizacje i inne podmioty mające do czynienia z małoletnimi (czyli osobami do 18. roku życia) szereg obowiązków związanych z zapewnieniem im bezpieczeństwa, w tym przede wszystkim zagwarantowania, że każda osoba do nich dopuszczona zostanie starannie zweryfikowana. Ustawa o przeciwdziałaniu zagrożeniom przestępczością na tle seksualnym i ochronie małoletnich nakłada na wszystkie podmioty pracujące z osobami małoletnimi obowiązek przeprowadzenia bardzo szczegółowej weryfikacji każdej osoby dopuszczonej do kontaktu z małoletnimi, niezależnie od charakteru tego kontaktu oraz formy zaangażowania danej osoby. Obowiązek ten będzie zatem dotyczył wszystkich pracowników, współpracowników i wolontariuszy zaangażowanych do jakichkolwiek aktywności z udziałem małoletnich, w tym edukacji, wypoczynku, leczenia, świadczenia porad psychologicznych, rozwoju duchowego, uprawiania sportu lub realizacji innych zainteresowań przez małoletnich, albo opieki nad nimi.

Niedopełnienie opisanych w tej części poradnika obowiązków jest zagrożone karą aresztu, ograniczenia wolności albo grzywny nie niższej niż 1000 zł, niezależnie od tego, czy osoba niepoddana opisanej w ustawie weryfikacji ma na sumieniu jakiegokolwiek przestępstwa. Powyższe kary są niewielkim problemem w porównaniu z tym, jakie mogą być konsekwencje dla naszych podopiecznych i samej organizacji, jeśli niezwerfikowana przez nas osoba okaże się być karana z paragrafów, na które ustawodawca każe nam zwrócić szczególną uwagę.

Weryfikacja w „rejestrze pedofilów”

„Rejestr pedofilów” to potoczna nazwa prowadzonego przez Ministerstwo Sprawiedliwości (pod adresem www.rps.ms.gov.pl) Rejestru Sprawców Przestępstw na Tle Seksualnym. Sam rejestr składa się z 3 części:

- rejestru publicznego (dostępny dla każdego użytkownika internetu),
- rejestru z dostępem ograniczonym (dostępny tylko dla zarejestrowanych, uprawnionych użytkowników),
- rejestru osób, w stosunku do których państwowa komisja do spraw przeciwdziałania wykorzystaniu seksualnemu małoletnich poniżej lat 15 wydała postanowienie o wpisie do rejestru (dostępnego dla każdego użytkownika internetu).

Nas na użytek wdrażania innowacji z udziałem małoletnich interesują tylko dwie części rejestru – rejestr z dostępem ograniczonym oraz rejestr osób, w stosunku do których państwowa komisja wydała postanowienie o wpisie do rejestru. Ten drugi jest na razie pusty, a ponieważ państwowa komisja praktycznie nie działa, zapewne długo jeszcze pusty pozostanie. Przed dopuszczeniem osoby – pracownika, współpracownika, wolontariusza – do kontaktu z małoletnimi mamy bezwzględny obowiązek upewnienia się, że nie figuruje on w rejestrze z dostępem ograniczonym lub w rejestrze osób, w stosunku do których państwowa komisja do spraw przeciwdziałania wykorzystaniu seksualnemu małoletnich poniżej lat 15 wydała postanowienie o wpisie do rejestru. Rejestr komisji jest jawny i dostępny dla każdego, natomiast aby sprawdzić osobę w rejestrze z dostępem ograniczonym trzeba zarejestrować organizację i odczekać na przyznanie uprawnień przez sąd. Po uzyskaniu uprawnień dostępu będziemy mogli w czasie rzeczywistym weryfikować każdą osobę.

Ponieważ cała procedura uzyskania dostępu do rejestru wymaga, poza rejestracją elektroniczną przez internet, wysłania wydrukowanego i podpisanego zgłoszenia do sądu, uzyskanie dostępu do rejestru może potrwać nawet kilka tygodni. Nie zwalnia nas to bynajmniej z ustawowego obowiązku „prześwietlenia” kandydatów, których zamierzamy dopuścić do kontaktu z małoletnimi. W takim wypadku należy zażądać od każdej z tych osób przedstawienia wydruku z rejestru – każda osoba fizyczna może bezpłatnie i od ręki z niego

pobrać informacje jej dotyczące – które my następnie weryfikujemy, korzystając z opcji „sprawdź autentyczność wydruku”. To rozwiązanie jest także przydatne przy innowacjach realizowanych przez osoby fizyczne, które też mogą w ten sposób zweryfikować osoby zaangażowane do wdrażania innowacji.

Należy pamiętać, że system rejestruje każde złożone zapytanie o osobę, wraz z jego datą. Nie da się zatem „nadrobić” weryfikacji w rejestrze już po zaangażowaniu danej osoby i umożliwieniu jej kontaktu z małoletnimi, bo data dokonania weryfikacji odnotowana w rejestrze będzie późniejsza niż data na umowie czy innych dokumentach związanych z pracą danej osoby.

Weryfikacja w Krajowym Rejestrze Karnym

Do niedawna ustawa regulująca obowiązki związane z weryfikacją osób dopuszczanych do kontaktów z małoletnimi dotyczyła wyłącznie przeciwdziałania zagrożeniom przestępczością na tle seksualnym i wymagała jedynie sprawdzenia kandydatów do pracy z dziećmi w rejestrze pedofilów. Po niedawnej nowelizacji i rozszerzeniu nazwy o ochronę małoletnich, od 15 lutego 2024 roku, dochodzi obowiązek dużo szerszej weryfikacji kandydatów do pracy z dziećmi, musimy bowiem sprawdzać także, czy dana osoba nie dopuściła się innych przestępstw niż na tle seksualnym. Osoba, którą zamierzamy zaangażować – niezależnie od formy tego zaangażowania – do jakiegokolwiek pracy wiążącej się z kontaktem z małoletnim musi przedstawić zaświadczenie z Krajowego Rejestru Karnego dotyczące przestępstw z rozdziału XIX (przestępstwa przeciwko życiu i zdrowiu) i rozdziału XXV (przestępstwa przeciwko wolności seksualnej i obyczajności), a także art. 189a (przestępstwo handlu ludźmi) i art. 207 Kodeksu karnego (przestępstwa dotyczące znęcania się psychicznego lub fizycznego nad osobą najbliższą lub nieporadną) oraz ustawy o przeciwdziałaniu narkomanii. Zaświadczenie z Krajowego Rejestru Karnego można uzyskać samodzielnie, po założeniu konta w systemie (na stronie www.ekrk.ms.gov.pl) i uiszczeniu opłaty w wysokości 20 zł. Niestety czas oczekiwania może wynieść nawet 10 dni kalendarzowych, należy zatem dobrze zaplanować całą pracę, żeby uwzględnić czas potrzebny na dopełnienie formalności.

Weryfikacja w zagranicznych rejestrach karnych

W ramach procedury weryfikacyjnej przed przyjęciem do pracy lub wolontariatu wiążącego się z kontaktami z małoletnimi osoba, która ma być dopuszczona do takich kontaktów, musi złożyć oświadczenie o państwie lub państwach, w których zamieszkiwała w ciągu ostatnich 20 lat, innych niż Rzeczpospolita Polska i państwo obywatelstwa, oraz jednocześnie przedłożyć informację z rejestrów karnych tych państw uzyskiwaną do celów działalności zawodowej lub wolontariackiej związanej z kontaktami z dziećmi. Jeżeli prawo danego państwa nie przewiduje wydawania informacji do celów działalności zawodowej lub wolontariackiej związanej z kontaktami z dziećmi, należy zażądać przedstawienia informacji z rejestru karnego tego państwa. W przypadku, gdy prawo państwa, z którego ma być przedłożona informacja, nie przewiduje jej sporządzenia lub w danym państwie nie prowadzi się rejestru karnego, osoba mająca mieć kontakt z małoletnimi musi złożyć oświadczenie o tym fakcie wraz z oświadczeniem, że nie była prawomocnie skazana w tym państwie za czyny zabronione odpowiadające przestępstwu określonym w rozdziałach XIX i XXV Kodeksu karnego, w art. 189a i art. 207 Kodeksu karnego oraz w ustawie z dnia 29 lipca 2005 roku o przeciwdziałaniu narkomanii oraz że nie wydano wobec niej innego orzeczenia, w którym stwierdzono, iż dopuściła się takich czynów zabronionych, a także że nie ma obowiązku wynikającego z orzeczenia sądu, innego uprawnionego organu lub ustawy stosowania się do zakazu zajmowania wszelkich lub określonych stanowisk, wykonywania wszelkich lub określonych zawodów albo działalności związanych z wychowaniem, edukacją, wypoczynkiem, leczeniem, świadczeniem porad psychologicznych, rozwojem duchowym, uprawianiem sportu lub realizacją innych zainteresowań przez małoletnich lub z opieką nad nimi. Oświadczenie to musi zawierać klauzulę „Jestem świadomy odpowiedzialności karnej za złożenie fałszywego oświadczenia”.

Weryfikacja obcokrajowców

Jeśli osoba, którą zamierzamy dopuścić do kontaktu z małoletnim, ma obywatelstwo innego państwa niż Rzeczpospolita Polska, musi przedłożyć informację z rejestru karnego państwa obywatelstwa, uzyskiwaną do celów działalności zawodowej lub wolontariackiej związanej z kontaktami z dziećmi. Jeżeli prawo danego państwa nie przewiduje wydawania informacji do celów działalności zawodowej lub wolontariackiej związanej z kontaktami z dziećmi, należy zażądać przedstawienia informacji z rejestru karnego tego państwa.

3.3.2. Standardy ochrony małoletnich

Ustawa o przeciwdziałaniu zagrożeniom przestępczością na tle seksualnym i ochronie małoletnich nakłada na każdego organizatora działalności oświatowej, opiekuńczej, wychowawczej, resocjalizacyjnej, religijnej, artystycznej, medycznej, rekreacyjnej, sportowej lub związanej z rozwijaniem zainteresowań przez małoletnich obowiązek wprowadzenia standardów ochrony małoletnich i określa, co powinno zostać w takich standardach zawarte. Standardy muszą mieć formę pisemną i być zrozumiałe dla wszystkich zainteresowanych, a zatem nie tylko dla dorosłych mających kontakt z małoletnimi, lecz także dla samych małoletnich, dlatego szczególnie warto tu pochylić się nad formą i językiem tych standardów, a także opracować je dodatkowo w wersji uproszczonej dla małoletnich i ich rodziców. Podmioty zobowiązane do wprowadzenia standardów muszą je udostępnić na swojej stronie internetowej oraz wywiesić w widocznym miejscu w swoim lokalu, w wersji pełnej oraz skróconej, przeznaczonej dla małoletnich. Wersja skrócona zawierać powinna informacje istotne dla małoletnich.

Standardy muszą regulować:

- zasady zapewniające bezpieczne relacje między małoletnim a personelem i wolontariuszami innowacji, a w szczególności zachowania niedozwolone wobec małoletnich;
- zasady i procedurę podejmowania interwencji w sytuacji podejrzenia krzywdzenia lub posiadania informacji o krzywdzeniu małoletniego;
- procedury i osoby odpowiedzialne za składanie zawiadomień o podejrzeniu popełnienia przestępstwa na szkodę małoletniego, zawiadamianie sądu opiekuńczego;
- zakres kompetencji osoby odpowiedzialnej za przygotowanie personelu do stosowania standardów, zasady przygotowania tego personelu do ich stosowania oraz sposób dokumentowania tej czynności;
- osoby odpowiedzialne za przyjmowanie zgłoszeń o zdarzeniach zagrażających małoletniemu i udzielenie mu wsparcia;
- sposób dokumentowania i zasady przechowywania ujawnionych lub zgłoszonych incydentów lub zdarzeń zagrażających dobru małoletniego;

- wymogi dotyczące bezpiecznych relacji między małoletnimi, a w szczególności zachowania niedozwolone;
- zasady ustalania planu wsparcia małoletniego po ujawnieniu krzywdzenia.

Standardy ochrony małoletnich w innowacji społecznej nie mogą być jednym z dokumentów przepisanych od innych i odłożonych do segregatora, do którego nikt nie zagląda. Powinny stanowić zbiór wytycznych, procedur i praktyk, które mają na celu zapewnienie bezpieczeństwa, opieki oraz właściwej ochrony dzieci i młodzieży zaangażowanej w działalność danej organizacji. Dobrze, aby były opracowywane partycypacyjnie, co pozwoli wszystkim dobrze zrozumieć wagę i cel dokumentu, a przyjęte procedury dostosować do organizacyjnych realiów. Standardem powinny być też regularne szkolenia dla personelu i wolontariuszy na temat ochrony małoletnich w celu zwiększenia świadomości na temat zagrożeń, procedur postępowania i obowiązujących standardów.

Pomocne będzie korzystanie z doświadczeń innych organizacji i instytucji oraz podejmowanie działań w ramach sieci wspierających ochronę małoletnich.

Akty prawne:

- Ustawa o przeciwdziałaniu zagrożeniom przestępczością na tle seksualnym
- Kodeks karny (rozdziały XIX i XXV oraz art. 189a i art. 207)
- Ustawa o przeciwdziałaniu narkomanii

3.4. Bezpieczeństwo użytkowników

Jednym z przejawów odpowiedzialności za użytkowników innowacji jest zagwarantowanie im niezbędnego wsparcia na wypadek nieprzewidzianych zdarzeń, które mogą mieć miejsce podczas korzystania z niej. Bez względu na to, jak starannie przygotowujemy się do wszystkiego, co robimy, zawsze istnieje spory margines niewiadomego. Niezależnie

zatem od prawnych obowiązków (niektóre ubezpieczenia są obowiązkowe) warto znaleźć ubezpieczyciela, który zaoferuje nam spokój w najlepszej cenie, a użytkownikom naszej innowacji – najlepszą możliwą opiekę, gdy już coś się (odpukać!) stanie. Na rynku jest ogromny wybór ofert, nie są one też zazwyczaj bardzo kosztowne, szczególnie w zestawieniu z możliwymi problemami, gdy trzeba będzie sobie radzić we własnym zakresie.

3.4.1. Ubezpieczenie od następstw nieszczęśliwych wypadków (NNW)

Ubezpieczenie NNW to ubezpieczenie osobowe, w którego ramach ubezpieczamy siebie lub kogoś od – jak sama nazwa wskazuje – następstw nieszczęśliwych wypadków. Ochroną objęte jest zatem życie i zdrowie ubezpieczonego, a odszkodowanie wypłacane jemu lub uprawnionej osobie (uposażonemu) w przypadku wystąpienia nieszczęśliwego wypadku, na skutek którego poszkodowany doznał uszczerbku na zdrowiu, rozstroju zdrowia lub zmarł. Sto procent świadczenia wypłacane jest tylko w przypadku śmierci poszkodowanego lub trwałych zaburzeń psychoruchowych. Za uszkodzenie ciała wypłacane są niższe sumy, zależne od stopnia i rodzaju uszczerbku na zdrowiu.

- Ubezpieczenie jest obowiązkowe przy zaangażowaniu wolontariusza na okres krótszy niż 30 dni.
- Ubezpieczenie może być indywidualne lub grupowe, ubezpieczyć można np. wszystkich uczestników jakiegoś wydarzenia.

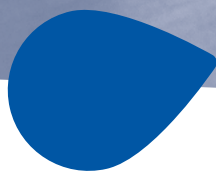
3.4.2. Ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej (OC)

Ubezpieczenie od odpowiedzialności cywilnej to rodzaj ubezpieczenia majątkowego, które daje ochronę ubezpieczeniową, gdy ubezpieczony będzie zobowiązany do naprawienia szkody wyrządzonej komukolwiek w następstwie czynu niedozwolonego (odpowiedzialność deliktowa) albo kontrahentowi wskutek niewykonania lub nienależytego wykonania zobowiązania (odpowiedzialność kontraktowa). Na mocy umowy ubezpieczenia OC zakład ubezpieczeń przejmuje na siebie ekonomiczne skutki szkód wyrządzonych osobom trzecim, pod warunkiem że ubezpieczony jest zobowiązany do ich naprawienia na podstawie

odpowiedzialności deliktowej (za czyny niedozwolone – art. 415 Kodeksu cywilnego) lub kontraktowej (za niewykonanie lub nienależyte wykonanie umowy – art. 471 Kodeksu cywilnego), w tym szkód wyrządzonych przez osoby, za które ubezpieczony ponosi odpowiedzialność przewidzianą przepisami prawa cywilnego. Ubezpieczenie OC może mieć różny zakres i obejmować:

- wydarzenie lub imprezę niemasową,
- imprezę masową (ubezpieczenie obowiązkowe),
- osoby fizyczne wykonujące zawód w służbie zdrowia,
- nauczycieli, wychowawców i innych pracowników pedagogicznych,
- członków władz organizacji,
- indywidualne osoby,
- działalność zawodową.

Każde z tych ubezpieczeń w różny sposób chroni użytkowników innowacji, organizację wdrażającą innowację oraz jej zarząd i zespół.



4. Prawa autorskie w innowacji

Prawo autorskie to bardzo obszerne zagadnienie, którego nie mam ambicji omawiać szczegółowo w tym skromnym poradniku. Chcę skupić się jedynie na zasygnalizowaniu najważniejszych z punktu widzenia realizatora innowacji kwestiach.

Przedmiotem prawa autorskiego jest każdy przejaw działalności twórczej o indywidualnym charakterze, ustalony w jakiejkolwiek postaci, niezależnie od wartości, przeznaczenia i sposobu wyrażenia (utwór). Jeśli w ramach naszej innowacji społecznej powstają produkty takie jak scenariusze zajęć, programy nauczania, publikacje na stronę WWW, materiały edukacyjne, zdjęcia, prototypy produktów, są one chronione prawem autorskim. Co więcej, nie ma żadnego znaczenia, że autor utworu, np. zdjęcia zrobionego podczas organizowanego przez nas wydarzenia, nie jest artystą, a sam utwór nie przedstawia żadnej artystycznej ani materialnej wartości, i jest publicznie dostępny w internecie – twórcy zawsze przysługują prawa autorskie do utworu. Co istotne, twórcą jest zawsze osoba fizyczna, a nie organizacja czy instytucja, która może być jedynie posiadaczem autorskich praw majątkowych.

4.1. Prawa autorskie osobiste

Autorskie prawa osobiste chronią nieograniczoną w czasie i niepodlegającą zrzeczeniu się lub zbyciu więź twórcy z utworem, a w szczególności jego prawo do:

- autorstwa utworu,
- oznaczenia utworu swoim nazwiskiem lub pseudonimem albo do udostępniania go anonimowo,
- nienaruszalności treści i formy utworu oraz jego rzetelnego wykorzystania,
- decydowania o pierwszym udostępnieniu utworu publiczności,
- nadzoru nad sposobem korzystania z utworu.

Nawet jeśli zatrudnimy fotografa do udokumentowania zdjęciowego organizowanego przez nas wydarzenia i zapłacimy mu za jego pracę oraz za same zdjęcia, nadal będziemy mieć

obowiązek podpisać jego nazwiskiem wykonane przez niego fotografie, nie możemy też swobodnie w nie ingerować, np. retuszować ich bez jego zgody. Te same prawa przysługują oczywiście autorowi – osobie związanej z naszą innowacją, nam samym oraz każdej osobie, która użyje nam wykonanych przez siebie zdjęć nieodpłatnie. Organizacje rzadko prawidłowo podpisują publikowane przez siebie zdjęcia, zakładając, że jeśli dostały je e-mailem od autora lub wykonał je ich wolontariusz, mają pełną swobodę w sposobie ich wykorzystania.

4.2. Prawa autorskie majątkowe

Co do zasady twórcy przysługuje wyłączne prawo do korzystania z utworu i rozporządzania nim na wszystkich polach eksploatacji oraz do wynagrodzenia za korzystanie z niego. W przeciwieństwie do autorskich praw osobistych autorskie prawa majątkowe są zbywalne i twórca może swobodnie nimi rozporządzać, sprzedać je lub przekazać nieodpłatnie.

Wyjątkiem od tej zasady jest sytuacja, w której utwór (zdjęcie z wydarzenia, artykuł na stronę internetową, scenariusz zajęć, materiały edukacyjne) został wykonany w ramach obowiązków zapisanych w umowie o pracę. W takim przypadku autorskie prawa majątkowe przysługują pracodawcy w granicach opisanych w tej umowie (dlatego bardzo ważne jest, jak zostanie sformułowana umowa o pracę). Zatrudnienie na innej podstawie (np. umowy o dzieło) powoduje przejście praw na zleceniodawcę tylko wtedy, gdy umowa jest zawarta w formie pisemnej i zawiera wyraźne postanowienie o przeniesieniu praw wraz ze wskazaniem pól eksploatacji.

4.3. Przeniesienie praw autorskich

Przeniesienie praw autorskich do powstałego w trakcie wdrażania innowacji utworu może mieć charakter odpłatny lub nieodpłatny, zawsze jednak musi mieć formę pisemną. W codziennej działalności możemy mieć do czynienia z różnymi sytuacjami, w których musimy zadbać o posiadanie prawa do korzystania z dzieła.

- Jeśli utwór ma stworzyć nasz pracownik, musimy zadbać, aby jego umowa o pracę wyraźnie wskazywała, że tworzenie tego rodzaju utworów należy do jego pracowniczych obowiązków.

- Jeśli utwór ma zostać odpłatnie stworzony przez twórcę niebędącego naszym pracownikiem (lub będącego pracownikiem, ale niemającym w swoich obowiązkach pracowniczych tworzenia tego rodzaju dzieł), musimy zadbać, aby w zawartej z nim umowie o dzieło znalazły się zapisy o przeniesieniu praw majątkowych.
- Jeśli utwór ma zostać wykonany bądź udostępniony nieodpłatnie, musimy zadbać o podpisanie z jego autorem (np. naszym wolontariuszem lub inną osobą nieodpłatnie udostępniającą nam swoje utwory) umowy przenoszącej prawa majątkowe do tego utworu.

4.4. Copyright trolling

Wbrew często pokutującemu przekonaniu sam fakt publikacji utworu w internecie nie oznacza wcale swobody korzystania z niego. Regularnie przekonują się o tym organizacje pozarządowe, szkoły, biblioteki, a nawet ministerstwa, które wykorzystują w swoich materiałach online i offline zdjęcia publikowane na stronie jednej z krakowskich fotografek. Artystka jest autorką licznych fotografii znanych osób, więc gdy wyszukuje się ich zdjęcia w internetowej wyszukiwarce, na górze w wynikach pojawiają się wysokiej jakości artystycznej i technicznej zdjęcia zrobione właśnie przez nią. Autorka zaś śledzi wykorzystanie jej dzieł przez inne osoby i podmioty, kierując do wszystkich, którzy nie zapłacili za wykorzystanie jej utworów pisma przedsądowe o zapłatę honorarium w wysokości kilku tysięcy złotych. Podobna niemiła „przygoda” może spotkać każdego, kto nawet na użytek własnej strony internetowej ściągnie cudze zdjęcie czy inny utwór.

4.5. Otwarte licencje

Podczas realizacji innowacji społecznych ich autorom często zależy na jak najszerszym wykorzystaniu tego, co udało się stworzyć, zwłaszcza jeśli korzystali przy tym z zewnętrznego finansowania i chcą w duchu odpowiedzialności za efektywne wykorzystanie powierzonych środków możliwie szeroko udostępniać to, co dzięki nim powstało. Z pomocą przychodzą licencje Creative Commons, pozwalające udostępniać własne dzieła na swoich zasadach.

Creative Commons (CC) to organizacja non profit, która opracowała zestaw różnych licencji, umożliwiających autorom udostępnianie swoich dzieł publiczności w sposób elastyczny i zgodny z ich preferencjami. Licencje Creative Commons pozwalają autorom zachować pewne prawa do dzieł, jednocześnie umożliwiając innym korzystanie z nich na określonych warunkach.

Kluczowe cechy licencji Creative Commons to:

- **Elastyczność.** Twórcy mogą wybrać z różnych kombinacji warunków licencji, aby dostosować sposób, w jaki inni mogą korzystać z ich dzieł. Na przykład mogą zdecydować, czy pozwalają na komercyjne wykorzystanie, wymagają podania autorstwa, zezwalają na tworzenie dzieł pochodnych czy też ograniczają dalsze modyfikacje.
- **Darmowy dostęp do treści.** Licencje Creative Commons pozwalają autorom na udostępnianie swoich dzieł publiczności i umożliwienie innym użytkownikom swobodne korzystanie z nich, o ile są przestrzegane warunki określone w licencji.
- **Jasność i prostota.** Licencje Creative Commons są oparte na jasnych, łatwych do zrozumienia zasadach, co ułatwia zarówno autorom, jak i użytkownikom zrozumienie zezwoleń i ograniczeń dotyczących wykorzystania utworów.

Przykłady różnych typów licencji Creative Commons:



CC BY (uznanie autorstwa) – pozwala na dowolne wykorzystanie dzieła, nawet w celach komercyjnych, pod warunkiem podania informacji o autorze.



CC BY-SA (uznanie autorstwa – na tych samych warunkach) – pozwala na tworzenie dzieł pochodnych pod warunkiem zachowania tej samej licencji.



CC BY-NC (uznanie autorstwa – użycie niekomercyjne) – pozwala na wykorzystanie dzieła wyłącznie w celach niekomercyjnych, z zachowaniem informacji o autorze.

W Polsce istnieje już kilka inicjatyw promujących udostępnianie dzieł na otwartej licencji. Są to:

- Koalicja na rzecz Otwartej Edukacji (<http://koed.org.pl>),
- Otwarta Kultura (www.otwartakultura.org),
- Otwarte Zasoby (www.otwartzasoby.pl).

Więcej na ten temat:

- <https://creativecommons.pl/pl/>
- <https://otwartzasoby.pl/darmowe-zdjecia-z-sieci-skad-brac-jak-korzystac/>



5. Odpowiedzialność za finanse

5.1. Pozyskiwanie środków

5.1.1. Etyka w fundraisingu

Etyczny fundraising, czyli zbieranie funduszy w sposób moralny i zgodny z określonymi zasadami, ma na celu zapewnienie uczciwego i przejrzystego procesu pozyskiwania środków. Kilka zasad etycznego fundraisingu obejmuje:

- Zgodność z prawem i normami. Fundraising powinien być zgodny z obowiązującymi przepisami prawa oraz normami etycznymi, takimi jak zasady uczciwości, prawo autorskie, ochrona danych osobowych i inne.
- Transparentność i rzetelność. Organizacja zbierająca fundusze powinna otwarcie informować o swoich celach, wydatkach, planach działania i sposobie wykorzystania zebranych środków. Odpowiedzialne zarządzanie funduszami i jasność w prezentowaniu informacji są kluczowe.
- Zachowanie zaufania darczyńców. Darczyńcy powinni być traktowani z szacunkiem, a ich prywatność i dane osobowe powinny być chronione. Obietnice wobec darczyńców powinny być dotrzymywane.
- Unikanie presji i manipulacji. Fundraising powinien być oparty na informacjach i zachętach, a nie na manipulacji emocjonalnej czy wywieraniu nieuzasadnionej presji na darczyńcach.
- Odpowiedzialność za efektywność. Organizacje zbierające fundusze powinny być odpowiedzialne za efektywność swoich działań i wydatkowanie środków zgodnie z przeznaczeniem. Regularne sprawozdawczości finansowe i działalność oparta na monitorowaniu i ewaluacji są istotne.

- Poszanowanie różnorodności. Fundraising powinien uwzględniać różnorodność kulturową, społeczną i etyczną. Komunikacja i działania powinny być dostosowane do różnych grup społecznych.

Podsumowując, etyczny fundraising opiera się na przejrzystości, uczciwości, poszanowaniu darczyńców i efektywnym wykorzystaniu środków. Kluczowe są budowanie zaufania i wspieranie wartościowych celów organizacji zbierających fundusze. Nieetyczny fundraising to praktyki, które naruszają zasady uczciwości, transparentności i szacunku w procesie pozyskiwania funduszy. Kilka przykładów nieetycznych praktyk w fundraisingu:

- Manipulacja emocjonalna. Celowe wykorzystywanie dramatycznych historii lub manipulacja emocjami darczyńców, aby uzyskać fundusze. Przykładem jest wyolbrzymianie sytuacji osób potrzebujących, aby wywołać silne emocje i zachęcić do wpłat.
- Niejasne przeznaczenie funduszy. Brak przejrzystości dotyczącej tego, jak dokładnie zostaną wykorzystane zebrane środki. Organizacja zbierająca fundusze powinna jasno informować, jakie cele są finansowane.
- Zbyt agresywne namawianie. Stosowanie nacisku, presji lub nachalnego namawiania darczyńców do wpłat oraz ignorowanie ich prywatności, granic i preferencji.
- Niedotrzymywanie obietnic. Obietnice lub zapewnienia, które nie są realizowane po zebraniu funduszy. Organizacja powinna dotrzymywać złożonych deklaracji i informować o postępach w realizacji celów.
- Wykorzystywanie funduszy na cele inne niż deklarowane. Zbieranie funduszy na określony cel, a następnie wydatkowanie ich na inne cele bez odpowiedniego poinformowania darczyńców.
- Naruszenie prywatności. Nielegalne lub nieetyczne pozyskiwanie danych osobowych darczyńców lub ich wykorzystywanie w sposób sprzeczny z ich oczekiwaniami.
- Działania oparte na stereotypach lub dyskryminujące. Wykorzystywanie stereotypów lub promowanie uprzedzeń w celu zachęcenia do wpłat, co może prowadzić do wykluczenia lub dyskryminacji określonych grup społecznych.

Nieetyczny fundraising nie tylko szkodzi zaufaniu społecznemu do organizacji zbierających fundusze, lecz także może naruszać prawa i wartości fundamentalne uczciwego

pozyskiwania środków na cele charytatywne czy społeczne. Dlatego ważne jest stosowanie transparentnych i etycznych praktyk w procesie zbierania funduszy.

5.1.2. Darowizny a „darowizny”

Darowizna jest jedną z najłatwiejszych i dość popularnych form pozyskiwania środków, ta forma pozwala finansować zarówno innowacje społeczne realizowane przez organizacje pozarządowe, jak i te realizowane przez osoby fizyczne. Aby otrzymywać darowizny, nie trzeba spełnić żadnych specjalnych warunków, każda osoba fizyczna i każda organizacja może otrzymać darowiznę, czy to na konto internetowe, czy w gotówce.

Jeśli chcecie swoją innowację społeczną finansować z darowizn, musicie pamiętać, kiedy takie wsparcie jest faktyczną darowizną, a kiedy może zostać uznane za darowiznę fikcyjną. Zgodnie z Kodeksem cywilnym – to właśnie tam sformułowane zostały najważniejsze przepisy dotyczące darowizn – darowizną jest nieodpłatne świadczenie darczyńcy na rzecz obdarowanego kosztem swojego majątku. „Nieodpłatne” oznacza, że nie ma ono charakteru świadczenia wzajemnego i jest faktycznie bezinteresowne, nawet jeśli darczyńca liczy na ładne podziękowania. Jeśli spotkaliście się – a nie są to wcale rzadkie przypadki – z apelami o wpłacanie darowizny w konkretnej wysokości w zamian za książkę, szkolenie czy inny produkt lub usługę, jest to właśnie darowizna fikcyjna, czyli świadczenie wzajemne, po prostu sprzedaż produktu lub usługi. Organizacje często nie mają świadomości tego, że nie wystarczy nazwanie czegoś „darowizną” w tytule przelewu, żeby to taką darowizną naprawdę było, i oferują własne produkty lub usługi nie w ramach ich sprzedaży, ale właśnie w zamian za darowizny konkretnej wysokości. Jeśli natomiast jakiś produkt lub usługa faktycznie są darmowe, a organizacja gorąco zachęca do „dorzucenia się” do kosztów, nie określając konkretnej kwoty ani nie uzależniając otrzymania tego produktu lub usługi od wpłacenia tej kwoty, jest to prawidłowa darowizna.

5.1.3. Zbiórki publiczne i zbiórki niepubliczne

Zbiórką publiczną jest zbieranie ofiar w gotówce lub w naturze w miejscu publicznym na określony, zgodny z prawem cel pozostający w sferze zadań publicznych – tak brzmi

definicja zbiórki publicznej zawarta w Ustawie o zasadach prowadzenia zbiórek publicznych. Każdy element tej definicji ma znaczenie dla ustalenia, czy gdy prosimy o pieniądze, mamy faktycznie do czynienia ze zbiórką publiczną. Zbiórką publiczną jest zatem tylko zbiórka gotówki (w znaczeniu – banknotów lub monet) lub darów rzeczowych, prowadzona tylko w miejscu publicznym (rozumianym jako miejsce ogólnodostępne). Nie są zatem zbiórką publiczną wpłaty przez internet (na platformach crowdfundingowych lub na konto), bez względu na to jak szeroko upublicznimy apel o wsparcie. Nie jest też zbiórką publiczną zbiórka gotówki prowadzona w miejscu, które nie jest ogólnodostępne, czyli np. podczas imprezy z zaproszeniami. Ustawa wymienia też kilka innych rodzajów zbiórek, które mimo że są zbiórkami gotówki, nie są ziórkami publicznymi. Są to m.in. zbiórki:

- wśród osób znajomych (np. do puszki podczas wesela, parapetówki czy innej imprezy towarzyskiej w zamkniętym gronie),
- wśród młodzieży szkolnej na terenach szkolnych, odbywające się na podstawie pozwolenia władz szkolnych,
- koleżeńskie, odbywające się w zakładzie pracy.

Takie zbiórki możemy zatem z powodzeniem przeprowadzać bez martwienia się o dodatkowe formalności i niezależnie od tego, czy jesteśmy organizacją, czy osobą prywatną, wykorzystywać pieniądze zgodnie z przeznaczeniem. Zbiórki takie nie podlegają omawianej ustawie.

Jeśli zdecydujemy się na prowadzenie zbiórki publicznej spełniającej ustawowe kryteria, musimy ją zgłosić. Jest to bezpłatne i bardzo proste, możemy to zrobić przez internet przez stronę www.zbiorki.gov.pl. Tam też znajdziemy wszystkie niezbędne informacje o ziórkach publicznych. Gdy mówimy o innowacjach społecznych, warto podkreślić, że jako grupa nieformalna czy osoba fizyczna wcale nie musimy sobie szukać organizacji, „pod którą” będziemy mogli prowadzić zbiórkę. Prawo do przeprowadzenia zbiórki publicznej mają bowiem nie tylko zarejestrowane organizacje, lecz także tzw. komitety społeczne założone do przeprowadzenia zbiórki. Komitet taki mogą utworzyć trzy osoby fizyczne, jest to bardzo proste, nie wiąże się z żadnymi opłatami ani nadmiernymi formalnościami. Przypominam o tym, bo wiele osób jest przekonanych, że do prowadzenia zbiórki potrzebują skorzystać z osobowości prawnej innej organizacji, a nie mając żadnej zaprzyjaźnionej i chętnej

pomóc nieodpłatnie, często muszą się dzielić określonym procentem uzbieranej kwoty z organizacją, która im użyczyła osobowości prawnej. Niepotrzebnie, wszystko jest łatwe do samodzielnego przeprowadzenia, a formalności ograniczone naprawdę do minimum.

5.1.4. Crowdfunding

Finansowanie społecznościowe, czyli crowdfunding, to dzisiaj jeden z bardziej popularnych sposobów pozyskiwania pieniędzy na działalność, którą z różnych powodów trudno sfinansować np. z grantów. Dotyczy to także innowacji społecznych, których wiele powstało właśnie dzięki serwisom crowdfundingowym. Nie zamierzam tu omawiać wszystkich dostępnych serwisów crowdfundingowych, skupię się na czterech, aby pokazać kluczowe różnice między nimi, zarówno jeśli chodzi o samo funkcjonowanie, jak i adekwatność do różnych rodzajów działań, które chcemy sfinansować.

Crowdfunding może mieć różny charakter, najprostsza zbiórka crowdfundingowa jest po prostu rodzajem zbiórki do wirtualnej puszkki, może ją oczywiście prowadzić zarówno organizacja, grupa nieformalna, jak i pojedyncza osoba. Zbierający nie oferuje niczego w zamian lub oferuje symboliczne nagrody, a wspierający niczego, poza realizacją zadeklarowanego przez zbierającego celu, nie oczekuje. Z prawnego punktu widzenia wspierający przekazuje zbierającemu darowizny, a zbierający nie ma wobec nich właściwie żadnych szczególnych zobowiązań – poza zrobieniem tego, co prosząc o wsparcie, zadeklarował. Co ważne, ponieważ taka forma internetowej zbiórki jest po prostu pozyskiwaniem darowizn, po stronie osoby fizycznej prowadzącej taką zbiórkę obowiązek podatkowy (z tytułu podatku od darowizny) pojawi się dopiero wtedy, jeśli wpłaty od jednej osoby przekroczą (w ciągu pięciu lat) 5733 zł, a opodatkowana zostanie tylko wpłata przekraczająca tę kwotę. Można zatem zebrać w ramach takiej zbiórki dowolnie wysoką kwotę i będzie ona wolna od podatku lub podatek będzie dotyczył tylko transakcji przekraczających kwotę wolną, zapewne nielicznych.

Platformy crowdfundingowe dają też często możliwość (a Polak Potrafi nawet tego wymaga) oferowania nagród za udzielone wsparcie, co oczywiście czyni zbiórkę bardziej atrakcyjną dla wspierającego. Gdy planujemy oferowanie nagród, należy bardziej uważać i upewnić się, czy wpłata, od której wspierającemu przysługuje nagroda, a także sam charakter nagrody, nie oznaczają, że de facto prowadzimy (przed)sprzedaż jakichś produktów lub usług, zatem

przychody będą przychodem z działalności gospodarczej, działalności odpłatnej pożytku publicznego (jeśli taką prowadzimy) lub sprzedaży w ramach tzw. czynności sporadycznych. Jak zawsze w przypadku wątpliwości, skonsultuj konkretny pomysł z doświadczoną osobą.

Polak Potrafi

Polak Potrafi jest największą platformą crowdfundingową o bardzo konkretnym profilu – pozwala zbierać środki na projekty kreatywne, nowatorskie, twórcze. Nie jest to serwis, przez który będziemy mogli zbierać np. na dożywianie dzieci, ale jeśli szukamy sposobu na sfinansowanie innowacji społecznej, może być najbardziej odpowiedni. Serwis zastrzega sobie bardzo precyzyjną selekcję pomysłów, na które pozwala zbierać. W początkowym etapie opisujemy cel naszej zbiórki, czyli projekt, który chcemy zrealizować. Jest to etap, na którym wielu zainteresowanych odpada, gdyż operatorzy serwisu uznają pomysł za mało ciekawy. Kolejny etap selekcji następuje już po zaakceptowaniu pomysłu na zbiórkę, samo zaakceptowanie zbiórki nie oznacza bowiem jeszcze zgody na publikację. Do tego często jeszcze daleka droga, bo ostateczne ogłoszenie musi być dobrze opracowane graficznie, obsługa serwisu bardzo tego pilnuje. Zbiórki na tym portalu są oparte na systemie nagród, które zbierający oferują za wsparcie o określonej kwocie, organizator musi więc dobrze opracować listę nagród. Nagrody to warunek, którego nie stawiają pozostałe portale. Z jedną organizacją pracowałam nad innowacją, na którą skutecznie zgromadziliśmy środki na Polak Potrafi, ale samo przygotowanie zbiórki od pomysłu w wersji ogłoszenia zaakceptowanej przez serwis trwało kilka tygodni. Podobnie jak większość portali serwis pobiera prowizję od zebranej kwoty, wynosi ona 9,9%.

Siepomaga

Siepomaga to również bardzo popularny serwis do prowadzenia internetowych zrzutek, ale jest on całkowitym przeciwieństwem poprzedniego. Jego profil jest przede wszystkim charytatywny, w dużej mierze poświęcony zdrowiu – to tu odbywają się najgłośniejsze zbiórki na ratowanie życia i zdrowia. Jeśli więc nasza innowacja jest bardzo kreatywna, ale niemająca nic wspólnego z takimi tematami, może się nie przebić przez pozostałe zbiórki,

ilustrowane wzruszającymi zdjęciami walczących o życie osób. Nie oznacza to wcale, że nie ma żadnych szans – ostatecznie wszystko zależy i tak głównie od tego, ile osób sami namówimy na wsparcie nas. Siepomaga nie jest jednak pierwszym wyborem w wypadku projektów bardziej kreatywnych. Portal nie wymaga oferowania nagród i pobiera prowizję od wpłaconych kwot, wynosi ona 6%.

Zrzutka

Serwis jest nie bez powodu bardzo popularny – zbiórkę można na nim założyć szybko, nie trzeba nawet szczególnie dbać o wizualną stronę samego ogłoszenia, nie są też wymagane żadne nagrody dla wspierających. Zebrane środki można wypłacać na bieżąco, a – co nie bez znaczenia – ewentualna prowizja jest dobrowolna. Zrzutka jest najprostsza w obsłudze i – jeśli można tak powiedzieć – mało wybredna, jeśli chodzi o zbierających, co zresztą przekłada się na jej nienajlepszą reputację, a kilka głośnych zbiórek zostało zamkniętych z powodu kontrowersji wokół nich.

Pozostałe popularne serwisy crowdfundingowe:

- www.patronite.pl
- www.pomagam.pl
- www.wspieram.to

Dla niektórych innowacji społecznych, tych mających charakter typowych startupów o dużym potencjalnym rozwoju i perspektywie stania się innowacją dochodową, ciekawą i wartą rozważenia opcją może być crowdfunding udziałowy. Jest on jednak dużo bardziej wymagający, bo w przeciwieństwie do wcześniej opisanego modelu w tym przypadku nie szukamy darczyńcy, a inwestora – kogoś, kto dofinansuje nasz projekt w jego wczesnej fazie, ale nie bezinteresownie, w zamian bowiem otrzyma udziały w nim. W Polsce najbardziej chyba popularnym serwisem crowdfundingu udziałowego jest www.beesfund.pl. Ten rodzaj

crowdfunding jest ciągle jeszcze mało popularny wśród organizacji pozarządowych, choć ma naprawdę spory potencjał w finansowaniu innowacji, także społecznych. Zachęcam do zapoznania się także z tą formą.

5.1.5 Współpraca z biznesem

Sektor prywatny może być atrakcyjnym źródłem finansowania innowacji społecznych, jeśli tylko dobrze do profilu naszej innowacji umiemy dobrać firmę, której odpowiednio atrakcyjnie i rzeczowo przedstawimy swoją ofertę i którą poprosimy o wsparcie. Gdy planuje się i rozwija współpracę z biznesem, trzeba dobrze rozumieć zarówno prawne, jak i etyczne jej aspekty.

Darowizny

Najprostszą formą wspierania innowacji społecznych przez firmy są darowizny finansowe lub rzeczowe. Podobnie jak w przypadku pozyskiwania środków od osób prywatnych należy jednak pamiętać, że darowizna co do zasady jest bezinteresowna i nie może być świadczeniem wzajemnym, firma nie może zatem od nas żądać czy oczekiwać żadnej szczególnej formy odwdziżenia się jej, np. poprzez zamieszczenie jej logo na naszej stronie czy w materiałach. Trzeba też pamiętać, że o charakterze umowy nie przesądza jej nazwa, a treść. Umowa może się więc nazywać umową darowizny, ale jeśli z treści wynika, że organizacja w związku z otrzymanym wsparciem ma jakieś zobowiązania promocyjne wobec firmy, może zostać uznana za umowę sponsoringu, czyli po prostu sprzedaży usługi reklamowej. Zdarzały się już przypadki organizacji, która była przekonana, że otrzymała darowiznę, bo tak właśnie zatytułowana była umowa, ale była to darowizna pozorna, bo otrzymana kwota miała być de facto zapłatą za promowanie firmy podczas wydarzenia organizowanego przez organizację. Należy zatem uważnie czytać umowy (niezależnie od ich nazw), w poszukiwaniu zapisów, które mogą świadczyć o wzajemnym charakterze nawiązywanej z firmą relacji.

Sponsoring

W przeciwieństwie do darowizny sponsoring jest umową o charakterze wymiany dóbr o porównywalnej wartości. Firma daje organizacji pieniądze lub dary rzeczowe, w zamian za

to organizacja promuje firmę, eksponując jej logo, nazwę czy w inny sposób ją wyróżniając. Dla firmy taka umowa nie jest odruchem serca tylko kontraktem biznesowym, na którym korzystają obie strony. A ponieważ firma kupuje w ramach tej umowy określone świadczenia promocyjne i reklamowe, które organizacja jej sprzedaje, musi ona prowadzić działalność gospodarczą, żeby takie usługi promocyjne świadczyć. Innowacje społeczne, z uwagi na ich nowatorski charakter i związaną z tym atrakcyjność, mogą być dla firm atrakcyjną formą budowania, utrwalania, ocieplania lub poprawiania wizerunku, a nic tak dobrze nie robi firmie jak promocja, która na pierwszy rzut oka nie wygląda na kupioną. Warto także wiedzieć, że o ile działalność dobroczynna nie jest podstawową działalnością żadnej firmy i jej budżet na darowizny będzie dość skromny, o tyle już sponsoring jako działalność promocyjna ściśle związana z działalnością gospodarczą firmy może liczyć na budżet dużo większy.

Dylematy etyczne

Choć podobno pieniądź nie śmierdzi, podczas realizacji innowacji społecznych musimy szczególnie uważać na szerszy kontekst korzystania ze środków od firm, nie zawsze bowiem nasze interesy będą zbieżne, a czasami możemy zostać wykorzystani do realizacji interesu firmy, który stoi w sprzeczności z interesami naszej innowacji, jej beneficjentów czy szerszej społeczności. Znane i opisane są praktyki niezastężonego promowania się firmy jako odpowiedzialnej społecznie poprzez wspieranie społecznie użytecznych inicjatyw, co ma im pomóc odwrócić uwagę od swojej nie tak bardzo społecznie odpowiedzialnej działalności. *Greenwashing, pinkwashing, rainbowwashing, social washing* – to coraz lepiej znane określenia na praktyki mające rozmydlić odpowiedzialność firm za swoją szkodliwą działalność poprzez wspieranie inicjatyw ekologicznych (*greenwashing*), prokobietych (*pinkwashing*), pro-LGBT (*rainbowwashing*) czy prospołecznych (*social washing*).

Niektóre firmy nie mają nic do ukrycia i żadnych win do zmazania, ale innowacje społeczne czy organizacje pozarządowe będą dla nich atrakcyjną formą reklamy w sytuacji jej prawnych ograniczeń. Szczególnie hojne bywają te branże, które z uwagi na rodzaj prowadzonej działalności mają prawnie ograniczone możliwości reklamowania swoich usług i produktów: alkoholowa, tytoniowa, hazardowa, farmaceutyczna. Dla każdej z nich ustawodawca wprowadził poważne ograniczenia w reklamowaniu się, to jeden z powodów, dla których mogą

dużo chętniej szukać sposobów na dotarcie do potencjalnych klientów. Innowacje społeczne mogą być jednym z atrakcyjnych nośników przekazów reklamowych, ale właśnie dlatego nawiązanie współpracy z taką firmą powinno zostać poprzedzone głębokim namysłem. Każdy innowator i każda innowatorka wyznacza własne zasady etyczne w prowadzeniu działalności, w tym także w korzystaniu z zewnętrznych środków. Czy chcemy prowadzić działalność na rzecz ofiar przemocy w rodzinie ze środków producenta wódki? Czy prowadzone przez nas kampanie prozdrowotne chcemy finansować z darowizny od producenta tytoniu? Czy chcemy zaprosić do sponsorowania konferencji producenta jednego z leków na chorobę, której konferencja dotyczy, gdy wiemy, że firma właśnie lobbuje za wpisaniem leku swojego produktu na listę leków refundowanych, lek nie jest ani jedynym, ani najlepszym na tę chorobę, a uczestniczący w konferencji pacjenci mogą go za taki uznać, widząc wszędzie logo sponsora? Innowatorzy muszą się zastanowić, czy i jakie skutki uboczne może przynieść nawiązanie relacji z daną firmą oraz czy pomoc firmie w budowaniu jej wizerunku nie popsuje ich własnego.

Przed świętami Bożego Narodzenia znane małżeństwo influencerów wzięło udział w kampanii piwa (oczywiście „bezalkoholowego”) jako nieodzownego na wigilijnym stole, a gdy podniosło się dość zrozumiałe oburzenie, tłumaczyli, że środki pozyskane z tej reklamy zostaną przeznaczone na akcję wspierającą najuboższych paczkami świątecznymi. Dla browaru taki sponsoring z wyeksponowaniem nazwy piwa jest idealnym sposobem na zaistnienie w mediach społecznościowych, co z uwagi na ustawowe ograniczenia reklamy alkoholu byłoby dużo trudniejsze w bardziej tradycyjnej formie. Oczywiście każdy może inaczej oceniać taką współpracę, chcę jedynie podkreślić, że przed jej nawiązaniem należy sobie zadać kilka trudnych pytań o przemyślane razem z tak niezbędnymi pieniędzmi wartości, które mogą być sprzeczne z tymi przez nas promowanymi.

5.2. Przekazywanie środków

Niektóre innowacje społeczne wiążą się z przekazywaniem środków – czy to finansowych, czy w postaci darów rzeczowych – osobom korzystającym z innowacji. Innowatorzy powinni zatem wiedzieć, w jaki sposób udzielać materialnego wsparcia tak, aby było zgodne z prawem i finansowo najbardziej korzystne dla użytkownika innowacji.

5.2.1. Wsparcie bez podatku

Każdej osobie fizycznej organizacja, grupa nieformalna czy osoba fizyczna może przekazać darowiznę, nie wiąże się to z żadnymi formalnościami, nie musi też mieć jakiejś szczególnej formy. Jeśli darowizna (a właściwie łączna kwota darowizn, jakie dana osoba otrzyma od nas na przestrzeni pięciu lat) nie przekroczy 5733 zł, obdarowany nie musi zapłacić od takiego wsparcia żadnego podatku. Zgodnie z wyjaśnieniami Ministerstwa Finansów sprzed kilku lat, jeśli to wsparcie jest większe, ale jego źródłem są liczne darowizny, z których żadna nie przekracza tej kwoty – również nie zapłaci podatku. Możemy zatem zbierać na nasze konto wpłaty na rzecz użytkownika naszej innowacji, a następnie przekazać mu całą kwotę i niezależnie od jej wysokości, jeśli żadna pojedyncza wpłata (lub suma wpłat od jednej osoby) nie przekroczy 5733 zł, nawet wyższa kwota nie zostanie opodatkowana. Jeśli natomiast prześlemy osobie fizycznej wsparcie, którego całość lub część podlega opodatkowaniu podatkiem od darowizn, podatek ten leży po stronie obdarowanego, o czym trzeba go poinformować. Zapewne też potrzebna mu będzie pomoc w dopełnieniu formalności z urzędem skarbowym.

Jeśli kwoty, jakie zamierzamy przekazywać osobom korzystającym z naszej innowacji, przekraczają wspomnianą wyżej kwotę wolną od podatku od darowizn, a przeznaczenie wsparcia wiąże się z zaspokojeniem najbardziej podstawowych potrzeb życiowych (dach nad głową, jedzenie, leczenie, rehabilitacja), organizacja może przekazywać je nie jako darowizny, a jako świadczenia pomocy społecznej. Zgodnie ze stanowiskiem Ministerstwa Finansów, jeśli organizacja ma w celach statutowych pomoc społeczną, wsparcie jest przeznaczone na te cele, które wchodzą w zakres pomocy społecznej, a organizacja opracowała publicznie dostępny regulamin udzielania takiej pomocy, można udzielane wsparcie traktować jako świadczenie pomocy społecznej, a świadczenia takie są wolne od podatku niezależnie od kwoty.

Jeśli innowacja adresowana jest do uczniów lub studentów i przewiduje udzielanie im materialnego wsparcia, można to zrobić poprzez wypłatę stypendiów, które do wysokości 3800 zł rocznie są również wolne od podatku dochodowego.



6. Odpowiedzialność za dane osobowe

Wdrażanie innowacji społecznej zawsze wiąże się z przetwarzaniem danych osobowych, nierzadko też są to dane wrażliwe, takie jak informacje o stanie zdrowia, pochodzeniu rasowym i etnicznym, seksualności i orientacji seksualnej, przekonaniach religijnych i światopoglądowych. Takie dane zgodnie z RODO podlegają szczególnej ochronie, ale nawet dane niemieszczące się w katalogu danych osobowych wrażliwych są w każdej innowacji społecznej przedmiotem odpowiedniej troski. I wbrew temu, co przyjęło się sądzić, zgodnie z RODO przetwarzanie danych osobowych nie jest tak trudne, by nie dało się samodzielnie tego robić, niezależnie od rodzaju innowacji, poziomu zaawansowania technologicznego i wysokości budżetu. Nie będę się tutaj rozwodzić nad szczegółami, skupię się na tym, co jest najbardziej kluczowe.

Niezastąpienie owiane złą sławą RODO gwarantuje osobom fizycznym maksymalną kontrolę nad ich danymi osobowymi, a podmiotom je przetwarzającym nakazuje zachowanie pełnej przejrzystości procesu przetwarzania danych i zapewnienie bezpieczeństwa stosownego do zidentyfikowanego ryzyka. To właśnie podmioty przetwarzające dane osobowe mają obowiązek przeanalizowania planowanych działań i określenia, czy i jakie dane osobowe będą niezbędne do ich przeprowadzenia, zapewnienia bezpieczeństwa tych danych oraz czytelnej komunikacji na ten temat z osobami, których to dotyczy. Osoba będąca podmiotem danych, czyli osoba, której dane są przetwarzane, na każdym etapie ma prawo wiedzieć, kto to robi, w jakim celu, skąd pozyskał dane i komu je udostępnia, jak długo zamierza je przechowywać, a także na jakiej podstawie prawnej je przetwarza.

6.1. Zasady przetwarzania danych w innowacji

Zasada zgodności z prawem, rzetelności i przejrzystości – dane osobowe muszą być przetwarzane zgodnie z prawem, rzetelnie i w sposób przejrzysty dla osoby, której dotyczą. Realizując innowację społeczną, mamy obowiązek przyłożyć szczególną wagę do takiego formułowania informacji (np. podczas realizowania obowiązku informacyjnego), aby były one zrozumiałe także dla osoby niewykształconej i nieobyczej z prawniczym językiem. RODO nie narzuca prawniczego języka, priorytetem jest zrozumiałość.

Zasada ograniczenia celu – dane osobowe mogą być zbierane tylko w konkretnych, wyraźnych i prawnie uzasadnionych celach i nie mogą być przetwarzane dalej w sposób niezgodny z tymi celami. Cele przetwarzania danych wyznacza administrator danych. Administratorem danych osób uczestniczących w innowacji będzie podmiot wdrażający innowację – organizacja lub osoba fizyczna. Zakres gromadzonych danych i sposób ich przetwarzania jest ściśle podporządkowany określonymu celowi. Cel ten będzie różny na różnych etapach, np. rekrutacja uczestników innowacji, czyli wybranie spośród wszystkich zgłoszeń tych osób, które do innowacji zaprosimy. Na kolejnym etapie celem będzie już ich udział w innowacji.

Zasada minimalizacji danych – zbierane dane osobowe muszą być adekwatne, stosowne oraz ograniczone do tego, co jest niezbędne do realizacji celów przetwarzania. Podstawową zasadą jest ograniczenie gromadzenia danych tylko do tych, bez których nie będziemy w stanie zrealizować założonego celu. Na przykład na etapie rekrutacji, kiedy nie wiemy, czy kandydat się zakwalifikuje i będzie uczestniczył w naszej innowacji, nie potrzebujemy jeszcze kompletnych danych, niezbędnych na dalszych etapach jego udziału w innowacji.

Zasada prawidłowości danych – przetwarzane dane muszą być prawidłowe i w razie potrzeby uaktualniane. Należy więc podjąć wszelkie rozsądne działania, aby dane osobowe, które są nieprawidłowe w świetle celów ich przetwarzania, zostały niezwłocznie usunięte lub sprostowane. Każda osoba, której dane dotyczą, ma prawo do ich sprostowania.

Zasada ograniczenia przechowywania – dane osobowe mogą być przechowywane w formie umożliwiającej identyfikację osoby, której dotyczą, przez okres nie dłuższy, niż jest to niezbędne do celów przetwarzania. Jeśli celem jest np. wybór najlepszych kandydatów do udziału w innowacji, po zakończeniu rekrutacji nie potrzebujemy już danych osób, które nie zostały wybrane, i powinniśmy je niezwłocznie usunąć.

Zasada integralności i poufności – dane osobowe muszą być przetwarzane w sposób zapewniający odpowiednie bezpieczeństwo, w tym ochronę przed niedozwolonym lub niezgodnym z prawem przetwarzaniem oraz przypadkową utratą, zniszczeniem lub uszkodzeniem. W tym celu należy zastosować odpowiednie środki techniczne, organizacyjne i informatyczne. RODO nie narzuca sposobu realizacji tej zasady, ale to administrator jest ostatecznie rozliczany z działania w zgodzie z nią i ewentualnie pociągany do odpowiedzialności za naruszenie integralności i poufności danych.

Zasada rozliczalności – administrator jest odpowiedzialny za przestrzeganie obowiązków wynikających z RODO i musi być w stanie wykazać, że się z nich wywiązał. W praktyce zasada rozliczalności jest realizowana przez gromadzenie dowodów poświadczających stosowanie się do odpowiednich przepisów, co niestety oznacza konieczność tworzenia dodatkowej dokumentacji. Dokumentowanie własnych działań na różnych etapach przetwarzania danych osobowych pozwoli wykazać, że faktycznie realizowaliśmy nałożone na nas przez RODO obowiązki.

6.2. Podstawy prawne przetwarzania danych

Do zgodnego z prawem przetwarzania danych osobowych, wbrew często spotykanej opinii, nie zawsze potrzebne jest podpisane przez osobę, której te dane dotyczą, oświadczenia o wyrażeniu zgody na ich przetwarzanie. RODO wskazuje różne przesłanki legalizujące przetwarzanie danych, a zgoda jest tylko jedną z nich i co więcej, nie zawsze powinna być stosowana.

6.2.1. Zgoda na przetwarzanie

Zgoda to konkretne, świadome, jednoznaczne i dobrowolne wyrażenie woli osoby, której dane dotyczą. Trzeba jednak pamiętać, że zgoda to tylko jedna z podstaw prawnych przetwarzania danych osobowych i zanim podsuniemy danej osobie formułkę „Wyrażam zgodę na przetwarzanie...”, należy sobie zadać pytanie, czy możemy jej obiecać, że będzie mogła w dowolnym momencie wycofać tę zgodę, a my wtedy usuniemy całkowicie jej dane. Jeśli odpowiedź na to pytanie jest negatywna, bo np. przepis prawa lub umowa o dofinansowanie naszej innowacji nakazuje nam przechowywanie tych danych przez ileś lat, to znaczy, że musimy powołać się na inną przesłankę. W innowacji społecznej zgoda będzie odpowiednią podstawą przetwarzania danych w następujących przypadkach:

- przetwarzanie danych na etapie rekrutacji do innowacji, do pracy itp.,
- przetwarzanie danych osób, które zapisały się na newsletter, jeśli taki wysyłamy,
- przetwarzanie wizerunku osób na potrzeby promocji innowacji.

RODO nie określa, w jaki sposób osoba powinna wyrazić zgodę na przetwarzanie danych, wystarczy, że miało miejsce „wyraźne działanie potwierdzające wolę”, czyli nawet ustne oświadczenie. Wyjątkiem są dane osobowe wrażliwe, bo w ich przypadku zgoda musi mieć zawsze formę pisemną. Zgodnie jednak z zasadą rozliczalności najbezpieczniej będzie, jeśli niezależnie od rodzaju danych potwierdzenie udzielonej zgody będziemy mieć na piśmie. Niekoniecznie jednak musi być to dokument podpisany odręcznie, wyrazić zgodę można za pośrednictwem profilu zaufanego, w treści e-maila albo poprzez zaznaczenie odpowiedniego okienka na stronie internetowej. Pozwoli to wykazać nie tylko fakt udzielenia zgody przez daną osobę, lecz także zagwarantuje prawidłowość samej zgody. Aby mogła zostać uznana za ważną, musi ona bowiem spełniać cztery kryteria: być konkretna, świadoma, jednoznaczna i dobrowolna. Podpisana zgoda pozbawiona którejsz z tych cech będzie nieważna.

6.2.2. Umowa z osobą, której dane dotyczą

Jeśli w ramach innowacji zawieramy z osobami fizycznymi umowy (np. o pracę, cywilnoprawną, porozumienie wolontariackie), podstawą przetwarzania ich danych nie jest ich zgoda, ale właśnie wiążąca nas z nimi umowa. Przetwarzanie jest bowiem niezbędne do realizacji umowy, której są stroną, a wcześniej do podjęcia działań przed zawarciem tej umowy. Umowa wiąże się też z możliwymi roszczeniami, a w przypadku umów o pracę, cywilnoprawnych, kupna lub sprzedaży, także z ustawowymi obowiązkami dotyczącymi przechowywania takich danych.

6.2.3. Prawny obowiązek

Jeśli istnieje przepis prawa, który nakazuje przetwarzać czyjeś dane osobowe, podstawą legalizującą to przetwarzanie będzie prawny obowiązek ciążyący na administratorze. W innowacji społecznej prawny obowiązek przetwarzania danych osobowych jest podstawą przetwarzania danych pracowników i zleceniobiorców już po zakończeniu umowy z nimi – prawo nakazuje bowiem przechowywać takie dane przez długi czas po ustaniu zatrudnienia bądź zlecenia. Zgodnie z przepisami o rachunkowości mamy też obowiązek

przetwarzać (przechowywanie jest także przetwarzaniem) dokumenty księgowe przez pięć lat po zakończeniu roku, którego dotyczą. Mamy też prawny obowiązek przetwarzania danych osobowych osób weryfikowanych w tzw. rejestrze pedofilów, o czym była mowa we wcześniejszych rozdziałach.

6.2.4. Prawnie uzasadnione interesy administratora

Przetwarzanie danych osobowych jest zgodne z prawem także, jeśli wymaga tego prawnie uzasadniony interes administratora. W przypadku innowacji społecznych realizowanych ze środków pochodzących z grantów, takim prawnie uzasadnionym interesem dla przetwarzania danych osobowych osób korzystających z innowacji jest konieczność rozliczenia projektu z grantodawcą, który często w umowie zastrzega sobie prawo wglądu w dokumenty merytoryczne projektu, w tym np. listy obecności. Prawnie uzasadniony interes jest także podstawą prawną przetwarzania danych w przypadku stosowania monitoringu wizyjnego dla zapewnienia bezpieczeństwa czy w przypadku dochodzenia roszczeń lub obrony przed nimi. Na prawnie uzasadniony interes można się też powoływać, gdy prowadzi się marketing produktów lub usług czy też kontaktuje się z osobami fizycznymi w ramach działań fundraisingowych. W każdym przypadku powoływania się na przesłankę prawnie uzasadnionego interesu należy ten interes nazwać i wskazać.

6.3. Obowiązki administratora danych

Niezależnie od formy prawnej podmiotu realizującego innowację społeczną, także wtedy, gdy jest ona realizowana przez osobę fizyczną, administrator danych (czyli podmiot lub osoba fizyczna) ma szereg obowiązków w związku z ich przetwarzaniem. Najważniejsze z nich to:

- wydawanie upoważnień do przetwarzania danych wszystkim osobom, które się do tych danych dopuszcza,
- zawieranie umów powierzenia przetwarzania danych osobowych przy okazji zlecenia podmiotom zewnętrznym jakichkolwiek operacji na tych danych,
- przeprowadzenie oceny ryzyka wiążącego się z przetwarzaniem danych,

- zastosowanie adekwatnych do wyników tej oceny środków bezpieczeństwa,
- prowadzenie rejestru czynności przetwarzania,
- udostępnienie osobom, których dane są przetwarzane pełnych informacji o tym przetwarzaniu (klauzula informacyjna),
- zgłaszanie prezesowi Urzędu Ochrony Danych Osobowych naruszeń przetwarzania danych, jeśli będą mieć miejsce.

6.4. Ujawnianie danych osobom trzecim

Innowacje społeczne finansowane ze środków grantowych bardzo często mają w umowach zapisy gwarantujące grantobiorcy prawo wglądu w dokumentację merytoryczną projektu w celu potwierdzenia kwalifikowalności wydatków czy po prostu merytorycznej oceny sposobu realizacji projektu. Jeśli innowacja jest finansowana z grantów i grantodawca ma prawo kontrolować dokumentację projektu, należy szczególnie zadbać, aby realizacja zobowiązań wobec niego nie naruszyła interesów i prawa do prywatności osób korzystających z innowacji. Innowator lub innowatorka bardzo rozważnie powinni zaplanować sposób prowadzenia dokumentacji projektu i starać się, aby grantodawca w ramach kontroli otrzymał tylko i wyłącznie dane niezbędne mu do oceny kwalifikowalności wydatku, czyli potwierdzenia, że usługa się odbyła. Przykładowo, jeśli umowa grantowa nakłada obowiązek dokumentowania udzielonych porad psychologicznych czy prawnych, na karcie poradniczej zawierającej oprócz daty wykonania usługi i danych osoby udzielającej porady także dane osoby, która z porady skorzystała, można ograniczyć się do bardzo ogólnego opisu usługi (np. „porada psychologiczna” czy „porada prawna”), bez rozpisywania się, czego konkretnie dotyczyła, nawet jeśli wydaje się, że dobrze mieć w dokumentacji bardziej szczegółowe informacje, żeby do nich wrócić na kolejnych etapach pracy z daną osobą. Szczegółowe notatki, jeśli są rzeczywiście potrzebne, można robić w innym dokumencie – takim, którego nie pokazuje się kontrolującemu. Sama pracuję jako doradczynie z organizacjami pozarządowymi i wiem, że grantodawca projektu, w którego ramach to robię, może zażądać wglądu w karty wykonanych usług poradniczych. Wobec tego na samej karcie odnotowuję wyłącznie temat konsultacji, bez wchodzenia w szczegóły. Gdybym każdorazowo wpisywała,

z jakim problemem zgłasza się organizacja, wiedząc, że kiedyś te dokumenty mogą trafić do urzędników kontrolujących projekt, mogłabym osobom korzystającym z mojego poradnictwa bardziej zaszkodzić niż pomóc.

W każdej innowacji społecznej zapewne przetwarzane są dane, które nigdy nie powinny trafić do osób trzecich, nawet tych, które przekazały środki na sfinansowanie innowacji. Jeśli więc z jakichś względów nie możemy poddać tych danych anonimizacji albo pseudonimizacji, musimy przynajmniej upewnić się, że zapewniamy maksymalny poziom dyskrecji. Oczywiście, jeśli dane osoby korzystającej z innowacji będą przekazywane grantodawcy, musimy o tym zawczasu poinformować osobę, której to dotyczy. Być może będzie to powód, dla którego ostatecznie nie zechce skorzystać z innowacji.

Więcej informacji:

- Katarzyna Sadło, „Rady na RODO. Poradnik dla zespołów inkubatorów innowacji społecznych” (<https://stocznia.org.pl/publikacje/rady-na-rod0-poradnik-dla-zespolowinkubatorow-innowacji-spoecznych/>)



7. Odpowiedzialność za komunikację

We wcześniejszych rozdziałach pisałam o konieczności używania języka dostosowanego do możliwości użytkowników innowacji. Język ma ogromną moc kształtowania rzeczywistości, wpływania na emocje i postawy – nikogo nie trzeba chyba do tego przekonywać. Język, jakiego używamy w komunikacji z użytkownikami naszych innowacji i w komunikacji ze światem zewnętrznym na temat użytkowników naszej innowacji, ma niebagatelne znaczenie. Może wspierać i pomagać zrozumieć, może też uprzedmiotowiać i utrwałać stereotypy.

Warto przeczytać:

- „Poradnik: jak mówić i pisać o grupach narażonych na dyskryminację. Etyka języka i odpowiedzialna komunikacja” (www.etykajęzyka.pl)
- Mateusz Adamczyk, Sylwia Czubkowska, „Jak pisać i mówić o uchodźcach. Poradnik dla dziennikarzy i dziennikarek” (<https://odpowiedzialnybiznes.pl/wp-content/uploads/2021/08/Poradnik-uchodzcy-.pdf>)
- Fundacja TAKpełnosprawni, „Słowa mają moc! Jak pisać (i mówić) o osobach z niepełnosprawnościami” (<https://takpelnosprawni.pl/wp-content/uploads/2022/03/Poradnik-Słowa-mają-moc.pdf>)
- Yga Kostrzewa, Marcin Dzierżanowski, Grzegorz Miecznikowski, Karolina Rogaska, „Jak pisać i mówić o osobach LGBT+” (<https://jakmowicolgbt.pl/wp-content/uploads/2021/10/Jak-mowic-i-pisac-o-osobach-darmowy-poradnik-wyd-2.pdf>)

O autorce



Katarzyna Sadło

Trenerka i konsultantka z 25-letnim stażem w pracy z organizacjami pozarządowymi oraz innowatorami i innowatorkami społecznymi. Szkoli, doradza i pomaga wdrażać. Trudne tematy przekłada na prosty język.

Specjalizuje się m.in. w kwestiach dotyczących RODO, które pomaga zrozumieć i zastosować w organizacji bez konieczności ponoszenia nadmiernych kosztów samego wdrożenia. Ma świadomość tego, że RODO jest demonizowane, a organizacje zazwyczaj przeceniają skalę trudności jego wdrożenia. Pomaga uporać się z wątpliwościami, przygotować niezbędne dokumenty i procedury, zarówno dla organizacji, jak i poszczególnych projektów.

www.innowacjespoleczne.pl

