



Strategia komunikacji z użyciem wizerunku dzieci

Ver. 3 / 30.05.2025

Spis treści

Cele strategii.....	2
Kontekst i dokumenty źródłowe	2
Jak Fairtrade dba o prawa dziecka w łańcuchach wartości?	3
Źródła pozyskiwania zdjęć	4
Zasady publikowania wizerunków dzieci.....	4
Przykłady właściwego użycia wizerunku dzieci w komunikacji	6



1. Cele strategii

- Chronić prawa dzieci, komunikować problem wykorzystywania dzieci do pracy, edukować konsumentów i firmy oraz pokazywać wpływ Fairtrade na respektowanie praw dziecka w globalnym handlu.
- Zabezpieczyć wizerunek nieletnich w Internecie.
- Ukazywać dzieci w sposób godny.
- Respektować prawo dzieci oraz ich rodziców do nierozprzestrzeniania ich wizerunku bez ich zgody.

2. Kontekst i dokumenty źródłowe

Karta Praw Dziecka w Biznesie to nowa inicjatywa w Polsce. Ma zachęcić biznes do konkretnych działań na rzecz ochrony praw dziecka w całym łańcuchu wartości przedsiębiorstw. Została przygotowana przez Forum Odpowiedzialnego Biznesu we współpracy z firmami i organizacjami społecznymi. Dokument został opublikowany 17 lipca 2023 roku.

21 maja 2024 r. oficjalnie złożyliśmy podpis na Karcie Praw Dziecka w Biznesie, tym samym włączając się w inicjatywę promowania praw dziecka oraz działania na rzecz ochrony nieletnich w łańcuchach wartości. Firmy oraz organizacje, które decydują się podpisać Kartę i wdrożyć ją u siebie, podejmują się promowania wiedzy na temat praw dziecka wśród różnych interesariuszy oraz angażowania się w działania na rzecz ich respektowania w biznesie i w polskim społeczeństwie.

Więcej informacji na stronie internetowej: odpowiedzialnybiznes.pl/prawadziecka

Niniejsza Strategia komunikacji powstała na podstawie dokumentów:

- [Kodeks w sprawie obrazów i wiadomości dotyczących krajów Globalnego Południa](#)
- [Jak mówić o większości świata. Rzetelna edukacja o krajach globalnego Południa, PAH, 2012](#)
- [Wizerunek dziecka w Internecie. Publikować czy nie?, Fundacja Orange, UODO, 2024](#)
- Fair Footage. A how-to guide for ethically gathering stories and images on the ground, Fairtrade International



**Fundacja „Koalicja Sprawiedliwego Handlu” –
Fairtrade Polska
Sygnatariuszem
KARTY PRAW DZIECKA W BIZNESIE**

aktywnie wdraża i przestrzega założeń Karty,
promuje wiedzę i dobre praktyki z zakresu przestrzegania praw
dziecka oraz angażuje się w działania na rzecz ich respektowania
w biznesie i w polskim społeczeństwie.

Maria Krawczyńska-Kaczmarek
Dyrektor Generalna
Forum Odpowiedzialnego Biznesu

3. Jak Fairtrade dba o prawa dziecka w łańcuchach wartości?

Według szacunków UNICEF oraz Międzynarodowej Organizacji Pracy około 160 mln dzieci na świecie zmuszanych jest do pracy. Spośród nich nawet 70% pracuje w rolnictwie.

System Fairtrade sprzeciwia się procederowi zatrudniania nieletnich. Standardy Fairtrade zakazują wykorzystywania dzieci do pracy, a znak FAIRTRADE umieszczony na opakowaniu oznacza, że produkcja była weryfikowana pod kątem bezwzględnego przestrzegania tego zakazu. Według Fairtrade głównym powodem występowania zjawiska jest ubóstwo wynikające z niesprawiedliwych praktyk handlowych oraz brak świadomości na temat praw dziecka. Organizacja Fairtrade odpowiada na to wyzwanie na cztery sposoby, angażując się w szczególności w:

- 1) zwalczanie pierwotnych przyczyn pracy dzieci, tj.: ubóstwa, wykorzystywania i dyskryminacji poprzez obowiązujące standardy i audyty,
- 2) zapewnienie uczciwych warunków handlowych: ceny minimalnej i premii Fairtrade, co pozwala rolnikom wyrwać się z kręgu ubóstwa,
- 3) zachęcanie spółdzielni rolniczych do wprowadzania polityk służących przeciwdziałaniu pracy dzieci oraz wdrażaniu systemów wewnętrznej kontroli i reagowania w przypadku wykrycia zagrożeń
- 4) informowanie i podnoszenie świadomości zarówno wśród ludności i rolników globalnego Południa, jak i konsumentów z całego świata.

Jako Fundacja „Koalicja Sprawiedliwego Handlu” – Fairtrade Polska współpracujemy z polskimi przedsiębiorstwami, by pozyskiwały surowce z krajów globalnego Południa wolne od pracy dzieci.

Dodatkowo staramy się promować odpowiedzialne postawy wśród konsumentów. W trakcie Miesiąca Fairtrade 2023 prowadziliśmy kampanię społeczną „Do szkoły czy do pracy? Ty wybierasz”, w ramach której poszerzaliśmy świadomość na temat problemu pracy dzieci na świecie.

Więcej informacji:

1. [Podejście Fairtrade do praw dziecka, sposoby identyfikowania i zapobiegania problemowi pracy dzieci >](#)
2. [Raport z kampanii społecznej Fairtrade Polska na temat problemu pracy dzieci >](#)
3. [Inne ważne dokumenty i informacje na stronie Fairtrade International >](#)

4. Źródła pozyskiwania zdjęć

- wewnętrzny portal Fairtrade International – (dalej: VI)
- ogólnodostępne zasoby, banki zdjęć
- Materiały własne Fairtrade Polska (zdjęcia z wydarzeń, sesje zdjęciowe)
- Materiały Partnerów Fairtrade Polska (zdjęcia z wydarzeń, sesje zdjęciowe)

Jako organizacja reprezentująca Fairtrade International w Polsce mamy pełne prawa do udostępnianych zdjęć w ramach współpracy z fotografami i za zgodą osób portretowanych.

5. Zasady publikowania wizerunków dzieci

Staramy się stosować niniejsze zasady zarówno do publikacji zdjęć, jak i materiałów video.

5.1. Ogólne zasady:

- Staramy się nie ujawniać wizerunku dziecka bez zgody dziecka, a także opiekuna lub rodzica
- Zamiast zdjęcia dziecka można wykorzystywać graficzne ikonki Fairtrade lub grafiki rysunkowe/wektorowe (w tym celu dopuszcza się użycie narzędzi AI do generowania abstrakcyjnych grafik)
- Zdjęcia dzieci nie mogą przedstawiać je w sposób uwłaczający, który może naruszać ich dobre imię lub godność (np. ukazujące je w ośmieszających pozycjach czy sytuacjach, płaczące, złościące się, załatwiające potrzeby fizjologiczne itp.)
- Nie publikujemy zdjęć seksualizujących dzieci (np. nagie lub w skąpych strojach, w białym itp.)
- Na ile to możliwe staramy się podpisywać zdjęcia, podając
 - imię dziecka (bez podawania nazwiska) oraz wiek w momencie zrobienia zdjęcia
 - dodajemy opis (kraj, nazwa spółdzielni rolniczej, inne informacje kontekstowe, np. uczeń szkoły, córka rolnika itp.).
 - Podajemy autorstwo zdjęcia oraz prawa do zdjęcia (copyright)
- Programy graficzne oraz narzędzia AI mogą być wykorzystywane do zamazania/rozmycia wizerunku dziecka
- Narzędzia AI mogą być wykorzystywane do zmiany wizerunku sportretowanego dziecka (w takich sytuacjach konieczne jest oznaczenie o ingerencji narzędzi AI)
- **Nie generujemy zdjęć lub video za pomocą AI** – zakaz dotyczy zarówno zdjęć rolników i pracowników, ich dzieci lub rodzin, społeczności lokalnych, plantacji, pejzaży itd.
- Nie używamy narzędzi AI w sposób, który sugeruje odbiorcom, że są one prawdziwe. Nie wprowadzamy w błąd odbiorców. Mamy bogate zasoby zdjęć prawdziwych osób i scenerii i staramy się z nich korzystać w sposób nienaruszający praw portretowanych osób.

5.2. Użycie zdjęć z wewnętrznego portalu Fairtrade International (VV):

1. Wszystkie zasoby dodawane na portalu VV powinny zawierać zgodę osoby będącej na zdjęciu zgodnie z wewnętrzną Polityką Fairtrade International: „Fair Footage. A how-to guide for ethically gathering stories and images on the ground”, która zawiera wskazówki etycznego pozyskiwania obrazów. Według wytycznych osoba fotografowana świadomie wyraża zgodę na użycie wizerunku i jest poinformowana o zakresie użycia, przysługujących jej prawach, w tym możliwości cofnięcia zgody.
2. Zwracamy uwagę, czy na VV jest dodana zgoda od rodziców/opiekunów na wykorzystanie wizerunku dziecka. Zdjęcia ze zgodą nadają się do publikacji, o ile zostały spełnione zasady z pkt. 5.1.
3. Dopuszczamy publikację zdjęć niezawierających pisemnej zgody na wykorzystanie wizerunku dziecka w następujących warunkach (przy spełnieniu zasad z pkt. 5.1):
 - Na zdjęciu dziecko występuje z rodzicami (zgoda rodzica obejmuje wykorzystanie wizerunku dziecka)
 - Zdjęcia opracowane przez platformę **Fairpicture** (oznaczenie w sekcji Copyright Holder na VV)
 - Zdjęcie dziecka, którego wizerunku nie da się rozpoznać (np. stojące tyłem lub zamazane, nieostre itp.)
 - Zdjęcia grupowe, co do których nie ma wątpliwości, że zostały wykonane w celu ich udostępniania (np. zdjęcie drużyny sportowej lub zespołu).
4. Sprawdzamy tagi określające zakres użycia (Agreed usage), zwłaszcza jeśli zdjęcie ma zostać udostępnione stronom trzecim (np. „Press” lub „Commercial use”)

6. Przykłady właściwego użycia wizerunku dzieci w komunikacji



Muskan Pandey uczy dzieci rolników w szkole sfinansowanej z premii Fairtrade, Indie, fot. Fairtrade



Sibiri Bakari Ibrahim ze swoją rodziną, Wybrzeże Kości Słoniowej, fot. Mohamed Aly Diabate / Fairtrade / Fairpicture [po prawej screen z dodanym dokumentem ze zgodą]



Szkolny zespół artystyczny, Kolumbia, fot. Dina Ramos / Fairtrade



Przykładowe grafiki ilustrujące problem pracy dzieci [grafika AI]



Dziewczynka trzymająca piłkę z certyfikatem Fairtrade, Indie, fot. Fairtrade / Funnelweb Media
[rozmycie wizerunku dziecka]