

KOMU PATRÍ VIZUÁL Z MIDJOURNEY A TEXT Z CHATGPT?

12.8.2026 - Štěpán Štarha, Róbert Gašparovič | HAVEL & PARTNERS

V prvom diele sme si prešli roly deployera a providera, pyramídu rizika aj harmonogram AI Actu. V nasledujúcom článku nadviažeme na tému autorských práv. Autorské právo totiž s generatívnou AI nedrží krok a na vzniknuté právne vákuum môžete doplatiť rýchlejšie, než možno čakáte.

Európske autorské právo stojí na princípe, že autorom môže byť len človek a dielo musí byť jeho vlastným duševným výtvorom, v ktorom sa odráža jeho tvorivá duševná činnosť. Obrázok, ktorý vznikne zadáním jedného promptu do Midjourney, túto podmienku nespĺňa: rozhodnutia o kompozícii, farebnosti či detailoch urobil stroj, nie človek. Výsledkom je obsah bez autora, a teda bez autorskoprávnej ochrany. Takýto obrázok nepatrí nikomu, ani vám, klientovi, ani poskytovateľovi nástroja.

Čo to znamená v praxi?

Praktický príklad: Agentúra vyhrá tender pre známy pivovar. Pre letné olympijské hry a digitálnu kampaň vygeneruje v Midjourney efektného kyberpunkového maskota. Kampaň je hit. O mesiac však takmer identický vizuál nasadí konkurenčný pivovar. Známy pivovar posiela predžalobnú výzvu a dostane nepríjemnú odpoveď: „Obrázok vygenerovala umelá inteligencia, autorskoprávnu ochranu nepožíva a stiahli sme si ho z verejnej galérie nástroja.“ A má pravdu, konkurenčný pivovar môže maskota pre svoju kampaň použiť. Ak vo vizuále nie je rozpoznateľný ľudský tvorivý vklad, klasická autorskoprávna ochrana sa neuplatní. Známy pivovar prichádza o exkluzivitu vizuálnej identity, do ktorej investoval mediálny budget, a agentúra o dôveru, najmä ak ho na toto riziko vopred neupozornila. Čiastočnú obranu ponúka registrácia ochrannej známky pre kľúčové prvky kampane či pravidlá proti nekalej súťaži, plnohodnotne však autorské právo nikdy nenahradia.

Cudzie dielo ako predloha: Skrytá pasca na vstupe

V agentúrnej praxi sa do AI nástrojov nevkladajú len textové prompty. Bežný workflow vyzerá napríklad takto: do AI nástroja nahráte fotografiu z fotobanky, mood board či dielo obľúbeného ilustrátora a necháte si vygenerovať „niečo v tomto duchu“ pre klienta. Práve tu vzniká najväčšie autorskoprávne riziko. Už samotným nahratím cudzieho chráneného diela do nástroja pravdepodobne vyhotovujete jeho rozmnoženinu, na ktorú potrebujete súhlas.

Licencie fotobánk použitie diel ako predlohy pre generatívnu AI spravidla nepokrývajú, alebo ich dokonca výslovne zakazujú. Rizikový je aj výstup. Ak vygenerovaný vizuál preberal rozpoznateľné tvorivé prvky predlohy, ide pravdepodobne o jej spracovanie, ktoré bez súhlasu autora predlohy komerčne nasadiť nemôžete. Ilustrácia „v štýle známeho slovenského ilustrátora“ je na tenkom ľade už pri textovom prompte; ak nástroju rovno predložíte jeho diela ako referenciu, z tenkého ľadu sa môže ľahko stať spor, vrátane parazitovania na povesti autora. Zodpovednosti sa nezbavíte poukazom na to, že „to urobil AI nástroj“, ponesie ju najmä ten, kto predlohu vložil alebo výstup nasadil.

Otázky, či poskytovatelia AI nástrojov smeli svoje modely trénovať na miliónoch cudzích diel, možno aj vašich, pokojne nechajte na Súdny dvor Európskej únie, prípadne sa k nim v správnom čase

pripojte. Pre agentúru sú podstatné dve veci: preferujte nástroje, ktorých poskytovateľ deklaruje legálny pôvod tréningových dát alebo ponúka odškodnenie za nároky tretích strán (IP indemnity v rôznej podobe ponúkajú napríklad Adobe Firefly, Microsoft Copilot, ChatGPT Enterprise, Gemini Enterprise či ďalší). Zároveň výstupy pred nasadením kontrolujte rovnako prísne ako ľudskú kreativitu.

Ľudský vklad rozhoduje: Kedy by AI výstup mohol byť chránený

Určitou nádejou je, že aj AI výstup by teoreticky mohol byť chránený, ak je v ňom dostatočný ľudský tvorivý vklad. Samotný prompt, hoci aj dlhý a dômyselný, spravidla nestačí na ochranu výsledného diela. Iná situácia by mohla nastať, keď kreatívec výstup iteratívne vedie, vyberá z desiatok variantov, zasahuje do kompozície, dopracúva ho v postprodukcii alebo ho zapája do väčšieho celku kampane. Platí jednoduché pravidlo: čím viac tvorivého zásahu človeka, tým väčšia šanca na autorskoprávnu ochranu, hoci judikatúra v tejto oblasti zatiaľ nie je ustálená.

Pre agentúru z toho plynie praktická rada: dokumentujte kreatívny proces. Uchovávajte verzie promptov, medzivýstupy, zásahy grafika či copywritera. V prípadnom spore je to práve agentúra, kto by musel ľudský podiel preukázať, pričom výsledok takéhoto sporu je v súčasnosti ťažko predvídateľný. Pozor na paradox: povinné označovanie AI obsahu, ktoré prináša AI Act (k tomu bližšie v niektorom z ďalších dielov), môže protistrana v spore použiť ako indíciu, že dielo autorskoprávnu ochranu nepožíva. O to dôležitejšie je vedieť preukázať, čo presne v ňom vytvoril človek.

AI kreatíva nie je právne bezcenná, je len inak cenná

Kto rozumie hraniciam ochrany a vie ich zmluvne ošetriť, ponúkne klientovi istotu, ktorú konkurencia možno negarantuje, a získa aj silnejšiu pozíciu pri obhajobe honorárov za skutočnú kreatívnu prácu. V budúcom dieli sa pozrieme na dáta: čo sa deje s citlivými briefmi, ktoré zamestnanci vkladajú do AI nástrojov, kde sa AI Act stretáva s GDPR a prečo je zásadný rozdiel medzi bezplatnou a firemnou verziou AI nástrojov.

Ako dielo bezpečne odovzdať klientovi? Odporúčame nasledujúce 4 kroky

Keďže autorské právo negarantuje pri AI obsahu exkluzivitu, musí ju nahradiť zmluva. Nasledujúce body by si mali osvojiť nielen account manažéri, ale mali by slúžiť aj ako „must-have“ podmienka pre marketingových riaditeľov a nákupcov (procurement) v klientskych tendroch (RFP).

1. Podiel AI

Zmluvne definujte, aké nástroje použijete či aká bude miera ľudského zásahu a v akej fáze tvorby. Klient, ktorý s využitím AI vopred súhlasil, nemôže dodatočne namietat jej použitie ani spochybňovať vlastníctvo práv; vyhlásenie mu zároveň pomôže splniť vlastné transparentnostné povinnosti podľa AI Actu. Rovnakú povinnosť prenášajte aj na freelancerov a subdodávateľov (tejto téme sa budeme bližšie venovať v samostatnom diele).

2. Licencujte, čo licencovať možno

Prevod či licencia práv sa má týkať ľudských tvorivých prvkov, know-how a zdrojových súborov; v preberacích protokoloch jasne oddelte surový AI výstup od chráneného ľudského vkladu. Práve táto zdokumentovaná „ľudská nadstavba“ ponúka dôkazy pri obhajobe svojich honorárov v dobe, kedy klienti tlačia na znižovanie budgetov s argumentom o generovaní obrázkov „na jeden klik“. Pri čisto AI častiach negarantujte výhradnosť, namiesto nej ponúknite záväzok, že rovnaký výstup opätovne

nepoužijete pre iného klienta.

3. Preverte podmienky nástrojov

Licenčné podmienky AI nástrojov sa líšia v tom, komu priznávajú práva na výstup, či dovoľujú komerčné použitie a či sú výstupy verejne dostupné v galérii nástroja, rozdiely bývajú aj medzi plánmi toho istého nástroja, napr. basic a enterprise. Bezplatné verzie bývajú zväčša pre klientsku prácu nevhodné. Sofistikovanejší klienti môžu požadovať používanie enterprise nástrojov, budte na to pripravení, alebo z ich používania spravte svoju konkurenčnú výhodu.

4. Dokumentujte a archivujte

Zavedte internú stupnicu označovania výstupov, napríklad „AI-generated/ human-refined/human-created“. Prompty, medziverzie a ľudské zásahy sú vašim dôkazom tvorivého vkladu aj poistkou pri klientskom audite, čoraz viac zadávateľov si túto dokumentáciu vyžaduje priamo v zmluvách.

Ak vo vizuále nie je rozpoznateľný ľudský tvorivý vklad, klasická autorskoprávna ochrana sa neuplatní.

<https://www.havelpartners.sk/komu-patri-vizual-z-midjourney-a-text-z-chatgpt>