

DARMOWY PORADNIK • WERSJA Z 25.10.2026

AI Act dla twórców i stron

Co obowiązuje od 2 sierpnia 2026 i co z tego wynika dla Ciebie

Krótki poradnik dla osób i małych firm, które robią z AI posty, grafiki, wideo, głos i strony. Sześć sytuacji z życia, checklista i gotowe wzory oznaczeń.

Spis treści

01	Kto jest kim w tych przepisach	str. 3
02	Co z terminami	str. 4
03	6 sytuacji z życia	str. 5
04	Art. 4 i checklista do odhaczenia	str. 8
05	Gotowe wzory oznaczeń	str. 9
06	Co dalej i dlaczego nie jestem prawnikiem	str. 10
07	Źródła	str. 11

W 1 minutę

1. Przepisy o przejrzystości (art. 50 AI Act) obowiązują od 2 sierpnia 2026. To nie jest nic, na co dopiero się szykujesz.
2. Techniczne znakowanie wyników AI (niewidoczne dla oka znaczki w pliku) to głównie zadanie firmy, która robi narzędzie. Dla generatywnych narzędzi, które były już na rynku przed 2 sierpnia 2026, ten obowiązek dostał czas do 2 grudnia 2026 (nowy art. 111 ust. 4).
3. Ty, jako ktoś, kto publikuje, masz dwa konkretne obowiązki. Pierwszy: ujawnić, że obraz, nagranie albo wideo to deepfake, czyli treść z AI, którą ktoś mógłby wziąć za prawdziwą. Drugi: oznaczyć tekst z AI, ale tylko taki, który informuje ludzi o sprawach interesu publicznego i nie przeszedł prawdziwej redakcji człowieka.
4. Czatbot na stronie ma jasno mówić, że to AI, chyba że to oczywiste. Ten obowiązek spoczywa głównie na tym, kto system stworzył, a nie na tym, kto go wstawił na stronę. Ale dla klienta różnicy nie ma, więc i tak daj jedno zdanie informacji.
5. Zwykły tekst na stronę, opis usługi czy post z pomocą ChatGPT nie wymaga etykiety z mocy art. 50. Platformy (TikTok, Meta, YouTube) mają swoje, osobne zasady i tu bywa ostrzej.

PODSTAWY

Kto jest kim w tych przepisach

AI Act dzieli ludzi na role. Ważne są dwie.

Dostawca to ten, kto stworzył system AI (albo zlecił jego stworzenie) i oddaje go do użytku pod własną nazwą lub marką, odpłatnie lub za darmo. W Twoim przypadku to na przykład OpenAI, ElevenLabs, Google, firma, która sprzedaje gotowego czatbota. (Art. 3 pkt 3)

Podmiot stosujący (w angielskiej wersji *deployer*) to ten, kto używa systemu AI pod własnym nadzorem, w ramach swojej działalności. Użycie czysto prywatne, niezawodowe, jest z tej definicji wyłączone. (Art. 3 pkt 4) Jeśli prowadzisz salon, sklep, agencję albo kanał, na którym zarabiasz, najpewniej jesteś podmiotem stosującym. Według Prawo.pl pracownik działający w ramach swoich obowiązków co do zasady nim nie jest, bo podmiotem jest jego firma.

Uwaga: jedna osoba może być w dwóch rolach. Jeśli sam zbudujesz czatbota i wystawisz go pod własną marką (np. złożysz go z modelu AI i podepniesz do swojej strony), to dla tego czatbota możesz być dostawcą. Takie przypadki warto sprawdzić z prawnikiem.

Podział obowiązków z art. 50 w skrócie

CO	KTO ODPOWIADA	PODSTAWA
Czatbot: użytkownik ma wiedzieć, że rozmawia z AI	dostawca systemu	art. 50 ust. 1
Techniczne znakowanie obrazów, dźwięku, wideo i tekstu z AI (do odczytu maszynowego)	dostawca systemu	art. 50 ust. 2
Ujawnienie, że deepfake jest sztuczny	podmiot stosujący, czyli Ty, gdy publikujesz	art. 50 ust. 4
Oznaczenie tekstu z AI o sprawach interesu publicznego, gdy nie było redakcji człowieka	podmiot stosujący	art. 50 ust. 4
Informowanie o rozpoznawaniu emocji i kategoryzacji biometrycznej	podmiot stosujący	art. 50 ust. 3

Ostatni wiersz (rozpoznawanie emocji) rzadko dotyczy twórców i małych stron, więc w poradniku go nie rozwijamy.

PODSTAWY

Co z terminami

Pakiet „digital omnibus” przesunął część AI Act, głównie obowiązki dla systemów wysokiego ryzyka: na 2 grudnia 2027 dla części samodzielnych systemów i na 2 sierpnia 2028 dla systemów w produktach regulowanych. W samym art. 50 odroczenie jest jedno, i nie wynika ono ze zmiany tego artykułu. Omnibus (rozporządzenie (UE) 2026/1744) zmienił w art. 50 tylko ust. 7, czyli kodeksy praktyk. Okres przejściowy daje nowy art. 111 ust. 4, który dodano tym rozporządzeniem: generatywne systemy AI wprowadzone do obrotu przed 2 sierpnia 2026 mają czas do 2 grudnia 2026 na techniczne znakowanie wyników (art. 50 ust. 2). Czatboty i ujawnianie deepfake'ów obowiązują bez przesunięcia.

Ważne rozróżnienie. To rozróżnienie jest w poradniku ważne, bo w sieci często czyta się, że „AI Act odroczone”. Odroczone część, a nie całość.

Daty w jednym miejscu

	2 lutego 2025	Art. 4: kompetencja w zakresie AI. Obowiązuje (po złagodzeniu przez omnibus nadal jest w mocy).
	2 sierpnia 2026	Art. 50 zaczyna obowiązywać. Czatboty, ujawnianie deepfake'ów, oznaczanie tekstów o sprawach publicznych: bez przesunięcia.
	2 grudnia 2026	Koniec okresu przejściowego dla znakowania maszynowego (art. 50 ust. 2) w generatywnych systemach wprowadzonych przed 2 sierpnia 2026. Podstawa: nowy art. 111 ust. 4.
	2 grudnia 2027	Systemy wysokiego ryzyka (część samodzielnych). Przesunięcie z omnibusu. Nie dotyczy zwykłych twórców i małych stron.
	2 sierpnia 2028	Systemy wysokiego ryzyka w produktach regulowanych. Przesunięcie z omnibusu. Nie dotyczy zwykłych twórców i małych stron.

PRAKTYKA

6 sytuacji z życia: musisz, nie musisz, dobra praktyka

Przy każdej sytuacji trzy rzeczy: co mówi przepis, co mówią platformy, co ja bym zrobił. Jeśli coś jest niejasne, piszę to wprost.

1

Grafika z AI na Instagram (salon fryzjerski)

Przykład: właścicielka salonu robi w generatorze grafikę „zimowe odświeżenie koloru” i wrzuca ją na Instagram.

Z ART. 50

Jeśli to ilustracja albo grafika w stylu, której nikt nie weźmie za prawdziwe zdjęcie z salonu, deepfake'em nie jest. Deepfake to według art. 3 pkt 60 treść z AI, która przypomina istniejące osoby, przedmioty, miejsca czy zdarzenia i mogłaby się wydawać prawdziwa. Wtedy ustawowego obowiązku ujawnienia nie ma.

PLATFORMA

Meta wymaga etykiety przy fotorealistycznym wideo i realistycznym dźwięku. Wedle jej strony pomocy to wymaganie nie obejmuje zdjęć, ale zdjęcie może dostać etykietę automatycznie, jeśli system rozpozna AI.

DOBRA PRAKTYKA

Jedno zdanie w opisie („Grafika wykonana z pomocą AI”). Kosztuje nic i nie zmniejsza zasięgu (TikTok mówi to wprost o swojej etykiecie).

GRANICA

Ta sama grafika, ale wygląda jak zdjęcie prawdziwej fryzjerki z prawdziwej pracy w Twoim salonie? Wtedy jesteś blisko deepfake'a i oznaczenie jest obowiązkiem, a poza tym to po prostu wprowadza klientki w błąd.

2

Głos z AI w rolce (twórca)

Przykład: twórca nagrywa rolkę z lektorem AI zamiast własnego głosu.

Z ART. 50

Lektor, który brzmi jak „jakiś głos”, nikogo konkretnego nie udaje, więc deepfake'iem nie jest. Jeśli jednak głos jest sklonowany od prawdziwej osoby (Ty, klient, znana osoba) i można go wziąć za jej autentyczną wypowiedź, to wchodzi art. 50 ust. 4 i musisz ujawnić, że to głos z AI. Zgoda osoby, której głos klonujesz, to osobna sprawa, nie z art. 50.

PLATFORMA

TikTok wymaga oznaczenia realistycznych treści z AI, a w swojej pomocy podaje mowę generowaną przez AI jako przykład istotnej edycji. Meta ma wymóg dla realistycznie brzmiącego dźwięku. YouTube pyta o sklonowany głos w lektorze.

**PRZYKŁAD
DOMINIKA**

Na TikToku, Reelsach, Shortsach i Facebooku zaznaczam, że w moich filmach jest głos albo ujęcie z AI.

DOBRA PRAKTYKA

Przełącznik „AI-generated” w aplikacji i jedno zdanie w opisie.

3

Awatar albo „twarz” z AI w reklamie (sklep internetowy)

Przykład: sklep internetowy robi reklamę, w której mówi awatar wyglądający jak prawdziwy człowiek, i zachwala produkt.

Z ART. 50

To najbardziej oczywisty przypadek deepfake'a: wideo z AI, które wygląda jak nagranie prawdziwej osoby. Jako podmiot stosujący masz ujawnić, że jest sztuczne. Informacja ma być jasna i podana najpóźniej przy pierwszym kontakcie widza z treścią (art. 50 ust. 5).

WYJĄTEK

Dla utworów „ewidentnie artystycznych, twórczych, satyrycznych, fikcyjnych” obowiązek jest lżejszy. Wystarczy ujawnienie w sposób, który nie przeszkadza w odbiorze dzieła. Reklama produktu nie jest zwykle takim utworem, więc na ten wyjątek bym się nie powoływał.

PLATFORMA

TikTok wymaga oznaczenia. Meta ma wymóg dla fotorealistycznego wideo. YouTube ma przełącznik „zmienione lub syntetyczne treści” w YouTube Studio.

DOBRA PRAKTYKA

Napis na ekranie przez cały film („Awatar AI”) i w opisie. Napis w rogu na dwie sekundy to za mało.

4

Tekst na stronę z ChatGPT (biuro rachunkowe)

Przykład: biuro rachunkowe prosi AI o opis usługi „Księgowość dla JDG”, poprawia go i wkleja na stronę.

Z ART. 50

Nie ma ogólnego obowiązku oznaczania każdego tekstu z AI (tak to objaśnia Prawo.pl). Obowiązek dotyczy tekstu publikowanego po to, żeby informować ludzi o **sprawach interesu publicznego**. Opis usług, wpis o cenach czy ogólny poradnik księgowy do tej kategorii zwykle nie należy, ale granica bywa niejasna: wpis o zmianach w przepisach podatkowych dla wszystkich już może do niej należeć.

WYJĄTEK

Jeśli człowiek tekst przejrzał, a odpowiedzialność redakcyjną ponosi osoba fizyczna lub prawna, oznaczenia nie trzeba. Prawo.pl zaznacza, że chodzi o prawdziwe sprawdzenie treści merytorycznej, a nie tylko poprawę językową.

DOBRA PRAKTYKA

Tekst o prawie i pieniądzu czytaj i sprawdzaj sam. Jeśli publikujesz coś w rodzaju wiadomości lub komentarza o sprawach publicznych, ustal, kto jest odpowiedzialny redakcyjnie i napisz to w stopce.

5 Czatbot na stronie (gabinet, sklep, agencja)

Przykład: gabinet kosmetyczny wstawia na stronę czatbota, który odpowiada na pytania o terminy i ceny.

Z ART. 50 System, który rozmawia z ludźmi, ma być zaprojektowany tak, żeby osoba wiedziała, że ma do czynienia z AI, chyba że jest to oczywiste dla rozsądnie poinformowanego człowieka. Ten obowiązek spoczywa na dostawcy. Jeśli kupisz gotowego czatbota, zapytaj firmę, jak to jest załatwione.

GRANICA Jeśli sam złożyłeś czatbota pod własną marką, możesz być jego dostawcą i obowiązek jest Twój. To zależy od szczegółów, więc w razie wątpliwości zapytaj prawnika.

DOBRA PRAKTYKA Pierwsza wiadomość czatbota mówi: „Cześć, jestem asystentem AI. Odpowiadam na pytania o terminy, a w sprawach trudniejszych przekażę Cię człowiekowi.” Napisz do czatbota jak klient i sprawdź, czy tak jest.

6 Realistyczne zdjęcia z AI w reklamie (sklep internetowy)

Przykład: sklep wrzuca do reklamy zdjęcia „klientów” w salonie, którzy nie istnieją, i zdjęcie wnętrza, które nigdy nie powstało.

Z ART. 50 Niejasne. Jeśli zdjęcie pokazuje coś, co udaje prawdziwe miejsce, zdarzenie lub osobę, mamy deepfake'a i trzeba ujawnić. Jeśli to czysta wizualizacja bez udawania rzeczywistości, deepfake'iem być nie musi. Art. 50 nie rozstrzyga każdego takiego przypadku, więc przy realistycznych obrazach lepiej oznaczyć.

PLATFORMA TikTok i Meta wymagają oznaczenia realistycznych treści z AI. Meta nie wymaga etykiety dla zdjęć, ale może ją nałożyć sama. TikTok ma zasady szczególne dla reklam i sklepu.

POZA ART. 50 Wprowadzanie klienta w błąd w reklamie regulują inne przepisy. W tym poradniku ich nie omawiamy.

DOBRA PRAKTYKA Jeśli zdjęcie ma pokazywać prawdziwy efekt Twojej usługi, użyj prawdziwego zdjęcia. Obrazek z AI oznacz jako ilustrację.

KOMPETENCJE

Czy muszę to wiedzieć i szkolić zespół? Krótko o art. 4

Od 2 lutego 2025 obowiązuje art. 4 AI Act, czyli tak zwana „kompetencja w zakresie AI”. Dostawcy i podmioty stosujące mają dbać o to, żeby osoby, które pracują z AI, wiedziały, jak z niej korzystać. Pakiet omnibus złagodził brzmienie tego artykułu (wedle opracowań prawniczych z „zapewnij poziom” na „podejmij działania”), ale go nie usunął. To nie oznacza rejestru narzędzi ani stanowiska „AI officera”. W praktyce wystarczy: lista narzędzi, które ma zespół, zasada „czego nie wklejamy” i krótka rozmowa o tym, jak sprawdzać wyniki.

DO WYDRUKU

Checklista do odhaczenia

- ☐ Wiem, jakich narzędzi AI używam do treści i do strony.
- ☐ Wiem, w której roli jestem: dostawca (sam zbudowałem narzędzie), czy podmiot stosujący (tylko używam).
- ☐ Zdjęcia, wideo i głos z AI, które mogą wyglądać na prawdziwe, mają oznaczenie w filmie i w opisie.
- ☐ Włączam przełącznik AI w aplikacji (TikTok, Meta, YouTube Studio), gdy platforma tego wymaga.
- ☐ Awatary i sklonowane głosy mają napis przez cały film, a nie tylko przez chwilę.
- ☐ Czatbot na stronie mówi w pierwszej wiadomości, że to AI. Sprawdziłem to, pisząc do niego jak klient.
- ☐ Jeśli chatbot jest od innej firmy, zapytałem ją, jak spełnia art. 50 ust. 1.
- ☐ Teksty o sprawach interesu publicznego czytam i sprawdzam merytorycznie sam albo oznaczam jako AI.
- ☐ Zespół wie, czego nie wklejać do narzędzi AI (dane klientów, umowy, hasła).
- ☐ Mam zapisaną krótką notatkę: jakie narzędzia, kto za co odpowiada, kto sprawdza.
- ☐ W razie wątpliwości umówiłem rozmowę z prawnikiem.

DO SKOPIOWANIA

Gotowe wzory oznaczeń

DO OPISU POSTA, ROLKI, FILMU

„Grafika wykonana z pomocą AI.”

„Głos w tym filmie wygenerowała AI.”

„Postać w tym filmie to awatar wygenerowany przez AI.”

„Część ujęć w tym filmie powstała z pomocą AI.”

„Ilustracja wygenerowana przez AI, nie zdjęcie z naszego salonu.”

NAPIS NA EKRANIE (PRZEZ CAŁY FILM ALBO W WIDOCZNYM MIEJSCU)

„Awatar AI”

„Głos: AI”

„Ujęcie wygenerowane przez AI”

PIERWSZA WIADOMOŚĆ CZATBOTA

„Cześć, jestem asystentem AI. Mogę odpowiedzieć na pytania o terminy i ceny. W trudniejszych sprawach połączę Cię z człowiekiem.”

STOPKA TEKSTU O SPRAWACH PUBLICZNYCH (GDY NIE BYŁO PEŁNEJ REDAKCJI CZŁOWIEKA)

„Tekst przygotowany z pomocą AI.”

STOPKA TEKSTU PRZEJRZANEGO PRZEZ CZŁOWIEKA

„Tekst przygotowany z pomocą AI i sprawdzony przez [imię i nazwisko / nazwa firmy].”

NA KONIEC

Co dalej, i dlaczego nie jestem prawnikiem

Jestem technikiem informatykiem, a nie prawnikiem. Ten poradnik to streszczenie przepisów w prostych słowach, a nie porada prawna. Zasady mogą się zmieniać: Komisja Europejska wydała wytyczne do art. 50 i opublikowała kodeks praktyk dotyczący oznaczania treści AI, który jest dobrowolny, ale może stać się punktem odniesienia przy ocenie, czy firma spełnia przepisy. Zasady platform też się zmieniają, na przykład TikTok ma aktualizację wytycznych społeczności, więc zajrzyj do ich bieżących wersji.

Kary

Naruszenie art. 50 podlega górnej granicy kar z art. 99 ust. 4: do 15 mln euro albo 3% rocznego światowego obrotu, zależnie od tego, która kwota jest wyższa. Dla małych i średnich firm (MŚP), także start-upów, obowiązuje zasada odwrotna: stosuje się tę niższą z dwóch kwot (art. 99 ust. 6). To są górne granice, a nie typowe stawki, i nie wiem, jak dokładnie będą stosowane w Polsce. Nie sprawdziłem, który organ będzie je nadzorował u nas. Nie straszę. Podaję tylko, że ta granica istnieje.

Co możesz zrobić w ten weekend

- 1 Przejdź po checkliście powyżej.
- 2 Napisz do swojego czatbota jak klient.
- 3 Dodaj jedno zdanie o AI do opisów filmów, w których jest AI.

Szczegółowy przypadek Twojej firmy? Zapytaj prawnika albo księgową, zwłaszcza gdy sam budujesz czatbota lub robisz reklamy z awatarem.

SPRAWDZONE 25.10.2026

Źródła

AKTY PRAWNE

Rozporządzenie (UE) 2024/1689 (AI Act): [EUR-Lex](#). Art. 3 pkt 3, 4 i 60, art. 4, art. 50, art. 99.
<https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1689/oj>

Art. 50 (ujęcie z objaśnieniami): [artificialintelligenceact.eu](https://artificialintelligenceact.eu/article/50/)
<https://artificialintelligenceact.eu/article/50/>

Art. 3 (definicje): [artificialintelligenceact.eu](https://artificialintelligenceact.eu/article/3/)
<https://artificialintelligenceact.eu/article/3/>

Art. 99 (kary, MŚP): [artificialintelligenceact.eu](https://artificialintelligenceact.eu/article/99/)
<https://artificialintelligenceact.eu/article/99/>

OMNIBUS I PRZESUNIĘCIA TERMINÓW

[EU AI Act: Digital Omnibus on AI](#) (nowy art. 111 ust. 4, zmiana art. 50 ust. 7)
<https://www.euaiact.com/digital-omnibus-ai>

Dominik Ropela, [Prawo.pl: AI Act, jakie obowiązki mają firmy od sierpnia 2026](#), 11.08.2026
<https://www.prawo.pl/biznes/ai-act-jakie-obowiazki-maja-firmy-od-sierpnia-2026,1550271.html>

[Cuatrecasas: Digital Omnibus on AI, key changes](#)
<https://www.cuatrecasas.com/en/spain/intellectual-property/art/key-aspects-ai-omnibus-regulation>

[Get Act Ready: Article 50 watermarking grace period](#)
<https://getactready.com/blog/eu-ai-act-watermarking-grace-period-misread>

[ECIJA: Parliament and Council approve the Digital Omnibus on AI](#)
<https://www.ecija.com/en/news-and-insights/the-european-parliament-and-the-council-approve-the-digital-omnibus-package-on-ai/>

[KI-Campus: AI Omnibus recalibrates Article 4](#)
<https://ki-campus.org/en/blog/eu-ai-act-ai-omnibus-recalibrates-article-4-ai-literacy-remains-mandatory>

KODEKS PRAKTYK

[Jones Day: Commission publishes final Code of Practice on marking and labelling AI-generated content](#), czerwiec 2026
<https://www.jonesday.com/en/insights/2026/06/european-commission-publishes-final-code-of-practice-on-marking-and-labelling-ai-generated-content>

ZASADY PLATFORM

[TikTok: AI-generated content labeling](#)
<https://support.tiktok.com/en/using-tiktok/creating-videos/ai-generated-content>

[Meta: How to identify AI content](#)
<https://www.meta.com/en-gb/help/artificial-intelligence/1783222608822690/>

[YouTube: Disclosing use of altered or synthetic content](#)
<https://support.google.com/youtube/answer/14328491>



Chcesz więcej takich konkretów?

Co tydzień wysyłam krótki newsletter o AI i automatyzacjach dla firm i twórców: jedna historia z tygodnia, jedna lekcja i jedna rzecz do zrobienia. Zapisujesz się na stronie dgailabs.com.

A jeśli masz firmę lokalną

Możesz napisać »AUDYT«. Zrobię Ci darmowy audyt wizytówki Google i powiem, co poprawić, żeby klienci Cię znajdowali.

dgailabs.com