



## **WYTYCZNE MKOI DOTYCZĄCE MEDIÓW SPOŁECZNOŚCIOWYCH I CYFROWYCH DLA ZAWODNIKÓW UCZESTNICZĄCYCH W IGRZYSKACH OLIMPIJSKICH PARYŻ 2024**

### **Często zadawane pytania**

#### **- Kiedy obowiązują te Wytyczne?**

Niniejsze Wytyczne mają zastosowanie od dnia otwarcia wioski olimpijskiej (18 lipca 2024 r.) do dnia zamknięcia wioski olimpijskiej (13 sierpnia 2024 r.) podczas udziału zawodników w Igrzyskach Olimpijskich Paryż 2024 (zwanymi dalej „Igrzyskami”). Korzystanie z wszelkich treści wytworzonych zgodnie z niniejszymi Wytycznymi musi być zawsze zgodne z niniejszymi Wytycznymi i wszelkimi innymi odpowiednimi wytycznymi wydanymi przez MKOl dla Igrzysk.

#### **- Co wchodzi w zakres tych Wytycznych?**

Zdjęcia, materiały wideo i nagrania audio wykonane przez zawodników chcących dzielić się swoimi doświadczeniami z Igrzysk. Zawodnicy nie mogą jednak występować w charakterze przedstawicieli mediów.

Wszelkie postaci treści dotyczących Igrzysk przekształcone w animowane formaty graficzne, takie jak animowane pliki GIF, będą uznawane za równoważne z materiałami wideo w rozumieniu niniejszych Wytycznych.

#### **- Kogo dotyczą te Wytyczne?**

Niniejsze Wytyczne mają zastosowanie wyłącznie do zawodników biorących udział w Igrzyskach (w ramach akredytacji Aa lub Ap). Mają również zastosowanie do tych zawodników, którzy uczestniczą w Igrzyskach w charakterze publiczności.

Wszystkie inne osoby akredytowane do udziału w Igrzyskach, w tym trenerzy, personel techniczny, osoby towarzyszące, pozostali członkowie reprezentacji, wolontariusze, personel narodowych komitetów olimpijskich, federacji międzynarodowych lub Komitetu

Organizacyjnego oraz inni pracownicy reprezentacji, którzy biorą udział w Igrzyskach, muszą przestrzegać „Wytycznych MKOl dotyczących mediów społecznościowych i cyfrowych dla niebędących zawodnikami akredytowanych osób uczestniczących w Igrzyskach Olimpijskich Paryż 2024”.

- **Czy zawodnicy mogą korzystać z mediów społecznościowych lub aktualizować swoje strony internetowe podczas udziału w Igrzyskach?**

MKOl zachęca wszystkich zawodników do dzielenia się swoimi doświadczeniami z Igrzysk z innymi za pośrednictwem osobistych kont w mediach społecznościowych i stron internetowych (np. Facebook, X <dawniej Twitter>, Instagram, TikTok) zgodnie z niniejszymi Wytycznymi.

Zawodnicy nie mogą tworzyć specjalnych stron internetowych związanych z Igrzyskami ani kont w mediach społecznościowych korzystających z dóbr olimpijskich (np. [www.nazwiskozawodnikaigrzyska.com](http://www.nazwiskozawodnikaigrzyska.com)), ale w miarę możliwości mogą utworzyć podkatalog w ramach swojej strony internetowej / konta w mediach społecznościowych (np. [www.nazwiskozawodnika.com/igrzyska](http://www.nazwiskozawodnika.com/igrzyska)).

Wszystkie posty muszą być zgodne z wartościami olimpijskimi, nie mogą mieć charakteru dyskryminującego ani obscenicznego oraz muszą szanować prywatność innych osób. Wszelka aktywność online podlega obowiązującym przepisom prawa (np. dotyczącym zniesławienia).

- **Czy zawodnicy mogą publikować zdjęcia lub materiały wideo wykonane na terenie wioski olimpijskiej?**

Zawodnicy mogą robić zdjęcia oraz nagrywać materiały audio i wideo na terenie wioski olimpijskiej. Można je udostępniać na osobistej stronie internetowej zawodników i na kontach w mediach społecznościowych. Należy jednak pamiętać, że jeśli wizerunek innej osoby jest umieszczony lub oznaczony w poście, należy wcześniej uzyskać zgodę takiej osoby. Zawodnicy przebywający w wiosce olimpijskiej są również zobowiązani do poszanowania chronionej atmosfery oraz prywatności wioski olimpijskiej i nie mogą informować o działaniach innych mieszkańców, chyba że wcześniej uzyskali zgodę takich innych osób.

Prosimy pamiętać, że zabronione jest robienie zdjęć lub nagrywanie materiałów audio lub wideo w strefach zastrzeżonych, w tym między innymi w strefach medycznych lub na stanowiskach kontroli antydopingowej.

Post nie może zostać udostępniony, jeśli: (i) ma charakter komercyjny, (ii) dotyczy obszarów medycznych, (iii) wykorzystuje sztuczną inteligencję lub wygenerowane przez nią treści lub dane wyjściowe, lub (iv) stanowi materiał wideo kręcony na żywo lub trwa dłużej niż 2 minuty.

- **Czy zawodnicy mogą publikować zdjęcia lub materiały wideo innych osób?**

Należy szanować prywatność zawodników. Jeśli w poście jest uwzględniona inna osoba, należy wcześniej uzyskać zgodę takiej osoby. Na przykład zawodnicy przebywający w wiosce

olimpijskiej nie mogą informować o działaniach innych mieszkańców, chyba że wcześniej uzyskali na to od nich zgodę.

- **Czy zawodnicy mogą udostępniać zdjęcia zrobione w obiektach olimpijskich?**

Tak, zawodnicy mogą udostępniać zdjęcia zrobione w obiektach olimpijskich na swoich osobistych stronach internetowych i kontach w mediach społecznościowych. Post ze zdjęciem (zdjęciami) nie może zostać udostępniony, jeśli: (i) ma charakter komercyjny, (ii) dotyczy obszarów medycznych lub stanowisk kontroli antydopingowej lub (iii) wykorzystuje sztuczną inteligencję lub wygenerowane przez nią treści lub dane wyjściowe. Wszelkie komunikaty z podziękowaniami dla sponsorów muszą być zgodne z postanowieniami dokumentu MKOl pt. „Możliwości podejmowania działań o charakterze komercyjnym przez uczestników” (zob. podsumowanie w załączniku do Wytycznych dotyczących mediów społecznościowych dla zawodników).

- **Czy zawodnicy mogą wysyłać lub autoryzować dystrybucję zdalnych wywiadów z obiektów olimpijskich i wioski olimpijskiej?**

Zawodnicy mogą dzielić się swoimi osobistymi doświadczeniami z Igrzysk, ale nie mogą publikować ani autoryzować dystrybucji wywiadów medialnych (w tym podcastów) z osobami trzecimi, z wyjątkiem wywiadów odbywających się w autoryzowanych obszarach obiektów olimpijskich (tj. w strefie mieszanej, na konferencji prasowej zorganizowanej po starcie, w centrum medialnym obiektu), w Głównym Centrum Prasowym i w wiosce olimpijskiej (tj. w centrum medialnym wioski olimpijskiej i na placu głównym wioski olimpijskiej, ale nie w strefie mieszkalnej) lub w inny sposób dozwolony przez MKOl.

- **Czy zawodnicy mogą nagrywać i publikować materiały wideo z ceremonii otwarcia lub zamknięcia?**

Tak, zawodnicy mogą nagrywać i publikować swoje doświadczenia podczas ceremonii otwarcia lub zamknięcia, z zastrzeżeniem, że takie posty nie mogą być udostępniane, jeśli: (i) mają charakter komercyjny, (ii) wykorzystuje sztuczną inteligencję lub wygenerowane przez nią treści lub dane wyjściowe, lub (iii) materiał wideo jest nagrywany na żywo lub trwa dłużej niż 2 minuty na każdy post.

- **Czy zawodnicy mogą publikować w mediach społecznościowych materiały wideo nagrane przez trenerów (lub jakiegokolwiek inne osoby) podczas treningu lub rozgrzewki?**

Nie, zawodnicy mogą publikować jedynie treści zarejestrowane przez siebie podczas treningu lub rozgrzewki pod warunkiem, że spełniają wymagania dotyczące czasu trwania.

- **Czy zawodnicy mogą wyrazić zgodę na wykorzystanie ich zdjęć i materiałów wideo przez inne osoby?**

Nie, zdjęcia i materiały wideo zawodników są przeznaczone do ich użytku osobistego zgodnie z niniejszymi Wytycznymi. Obejmuje to brak zezwolenia na wykorzystanie zdjęć lub materiałów wideo zawodników przez ich sponsorów osobistych (w tym, w stosownych przypadkach, sponsorów olimpijskich) lub jakąkolwiek firmę medialną (inną niż oficjalni posiadacze praw medialnych w kraju zawodnika). Oficjalni posiadacze praw medialnych w kraju zawodnika mogą wspierać i pomagać zawodnikom w dalszym angażowaniu się w kontakt z kibicami i obserwatorami poprzez dystrybucję takich zdjęć i materiałów wideo.

Zawodnicy mogą poinformować swoich kibiców, aby oglądali ich starty na oficjalnym kanale posiadacza praw medialnych w ich kraju (np. „oglądajcie mój mecz dziś wieczorem na kanale X”) i mogą oznaczyć posiadacza praw medialnych w poście.

Ponadto, zawodnicy nie mogą „współtworzyć” lub w inny sposób rozpowszechniać swoich treści na kontach w mediach społecznościowych osób trzecich (innych niż posiadacz praw medialnych w kraju zawodnika).

- **Czy zawodnicy mogą nagrywać swoje materiały wideo przy użyciu profesjonalnego sprzętu?**

Nie, zawodnicy mogą korzystać tylko ze swojego prywatnego telefonu komórkowego.

- **Czy zawodnicy mogą udostępniać materiały wideo z areny sportowej w obiektach olimpijskich?**

Tak, zawodnicy mogą publikować materiały wideo (o długości do 2 minut na post) nagrane do godziny przed startem i zarejestrowane po opuszczeniu strefy mieszanej oraz stanowiska kontroli antydopingowej. Zawodnicy nie mogą zamieszczać materiałów wideo nagranych w ciągu godziny od startu zawodów lub nagranych przed opuszczeniem strefy mieszanej i stanowiska kontroli antydopingowej.

- **W jakim czasie przed startem mogę opublikować post?**

Zawodnicy mogą publikować materiały wideo, które nagrali wcześniej niż na godzinę przed startem. Może to obejmować dojazd do obiektów olimpijskich, przygotowania i rozgrzewkę.

Zawodnicy nie mogą zamieszczać materiałów wideo nagranych podczas przerw w zawodach.

- **Czy zawodnicy mogą udostępnić materiał wideo ze swoją reakcją bezpośrednio po swoim starcie na Igrzyskach na arenie sportowej?**

Zawodnicy mogą nagrywać i udostępniać swoje reakcje po opuszczeniu strefy mieszanej oraz stanowiska kontroli antydopingowej.

Zawodnicy nie mogą udostępniać materiałów wideo z areny sportowej związanych z zawodów sportowych (w tym z odtwarzania hymnów narodowych, losowania sędziowskiego i uroczystości).

- **Czy zawodnicy mogą nagrać materiał wideo na podium podczas odbierania medali?**

Nie.

- **Czy zawodnicy mogą nagrywać i publikować materiały wideo z Parku Mistrzów?**

Tak, zawodnicy mogą nagrywać i publikować swoje wrażenia z Parku Mistrzów, z zastrzeżeniem, że takie posty nie mogą być udostępniane, jeśli: (i) mają charakter komercyjny, (ii) wykorzystują sztuczną inteligencję lub wygenerowane przez nią treści lub dane wyjściowe, lub (iii) materiał wideo jest nagrywany na żywo lub trwa dłużej niż 2 minuty na każdy post.

- **Czy zawodnicy mogą publikować najważniejsze informacje o swoich startach w mediach społecznościowych?**

Nie, zawodnicy nie mogą publikować najważniejszych informacji o swoich startach w mediach społecznościowych.

Zawodnik może repostować lub udostępniać najważniejsze informacje opublikowane przez oficjalnego posiadacza praw medialnych w kraju zawodnika.

- **Czy zawodnicy mogą publikować treści innych zawodników trenujących lub startujących podczas Igrzysk?**

Nie, zawodnicy nie mogą publikować żadnych materiałów wideo z występów innych zawodników, czy to podczas treningów, czy zawodów sportowych.

- **Czy zawodnik może zawrzeć umowę z platformą mediów społecznościowych lub posiadaczem praw innych niż medialne, na mocy której może dzielić się treściami wytworzonymi zgodnie z niniejszymi Wytycznymi?**

Zawodnicy mogą zawierać wcześniejsze umowy z platformami mediów społecznościowych lub posiadaczami praw innych niż medialne, ale taka umowa nie może obejmować jakichkolwiek treści tworzonych przez zawodników na mocy niniejszych Wytycznych lub zobowiązywać go do działania w charakterze dziennikarza, reportera lub w innej roli o charakterze medialnym.

- **Czy zawodnicy mogą udostępniać zdjęcia i materiały wideo nagrane zgodnie z niniejszymi Wytycznymi w ramach gier, cyfrowych działań angażujących kibiców, środowisk immersyjnych i platform metaverse (w tym Roblox, Fortnite, Decentraland, portali gier fantasy)?**

Nie. Gry, cyfrowe działania angażujące kibiców, środowiska immersyjne i platformy metaverse nie są objęte zakresem pojęcia „mediów społecznościowych” w rozumieniu niniejszych Wytycznych. Zdjęcia i materiały wideo zawodników są przeznaczone do ich użytku osobistego, który nie obejmuje gier, cyfrowych działań angażujących kibiców, środowisk immersyjnych i platform metaverse. Obejmuje to brak zezwolenia na wykorzystywanie ich zdjęć i materiałów wideo w charakterze cyfrowych przedmiotów kolekcjonerskich, NFT lub innych produktów wirtualnych (niezależnie od tego, czy są one generowane w systemie blockchain).

- **Czy zawodnicy mogą podpisać umowę z oficjalnym posiadaczem praw medialnych do Igrzysk w ich kraju, aby wesprzeć promocję Igrzysk?**

Tak, ale zawodnicy nie mogą działać w charakterze dziennikarzy, reporterów ani w innej roli o charakterze medialnym (w tym w imieniu odpowiedniego posiadacza praw medialnych).

- **Czy zawodnicy mogą podpisywać umowy dotyczące udzielania rekomendacji (endorsement) ze SPONSORAMI olimpijskimi?**

Tak. Jakikolwiek użycie zdjęć musi być zgodne z postanowieniami dokumentu MKOl pt. „Możliwości podejmowania działań o charakterze komercyjnym przez uczestników” (patrz podsumowanie w załączniku do Wytycznych dotyczących mediów społecznościowych dla zawodników), przy czym wykorzystanie materiałów wideo jest niedozwolone.

- **Czy zawodnicy podczas Igrzysk mogą zamieszczać posty o swoich sponsorach?**

Tak, ale dotyczy to wyłącznie komunikatów z podziękowaniami, zgodnie z postanowieniami dokumentu MKOl pt. „Możliwości podejmowania działań o charakterze komercyjnym przez uczestników”.

Komunikaty z podziękowaniami nie mogą zawierać żadnych materiałów wideo ani rekomendować jakichkolwiek produktów ani usług.

- **Czy zawodnicy mogą używać kół olimpijskich lub innych obrazów logo olimpijskiego w swoich postach w Internecie i mediach społecznościowych?**

Tak, pod warunkiem, że koła olimpijskie lub inne obrazy logo olimpijskiego (np. logo Igrzysk, maskotki, flagi, pochodnie) nie są używane do celów komercyjnych, do promowania lub

tworzenia nieautoryzowanych powiązań z jakąkolwiek inicjatywą, organizacją lub jakimkolwiek produktami lub usługami. Należy zachować integralność kół olimpijskich i innych obrazów logo olimpijskiego, a koła olimpijskie i obrazy logo nie powinny być zniekształcane, zmieniane ani wykorzystywane w kontekście, który nie jest bezpośrednio związany z Igrzyskami.

- **W jaki sposób zawodnicy mogą się chronić przed niepożądanym zainteresowaniem w sieci?**

Aby zgłosić przypadki dotyczące nękania i molestowania podczas Igrzysk, zawodnicy mogą odwiedzić specjalną strefę zdrowia psychicznego w wiosce olimpijskiej, gdzie będą znajdować się specjaliści bezpieczeństwa (safeguarding officers) MKOl, którzy udzielą wskazówek i wsparcia. Więcej informacji i zasobów można znaleźć na stronie <https://olympics.com/athlete365/safe-sport/>.

W celu uzyskania dalszych informacji dotyczących ochrony przed molestowaniem i wykorzystywaniem online, zawodnicy mogą korzystać z kursu e-learningowego Athlete365 pt. „Świadome korzystanie z mediów społecznościowych” (Mindful Social Media).

Nowy środek ochrony przed cyberprzemocą został proaktywnie wprowadzony dla wszystkich zawodników biorących udział w Igrzyskach. Usługa ta monitoruje i zgłasza w czasie rzeczywistym nadużycia online wobec zawodników publikowane za pośrednictwem Instagrama i X (dawniej Twitter), często zanim zawodnik ma okazję je zobaczyć.

- **Co oznacza określenie „komercyjny”?**

Na osobistych kontaktach w mediach społecznościowych i stronach internetowych zawodników posty (z materiałami wideo lub zdjęciami) wykonane zgodnie z niniejszymi Wytycznymi nie mogą być udostępniane, jeśli mają charakter komercyjny, co oznacza m.in.:

- zezwalanie na reklamy związane ze zdjęciami i materiałami wideo oraz
- prowadzenie odpłatnej działalności marketingowej,
- dokonywanie ustaleń z platformą mediów społecznościowych lub inną firmą medialną (poza oficjalnymi posiadaczami praw medialnych w kraju zawodnika) lub
- rekomendowanie lub promocję osób trzecich lub produktów/usług.

Zawodnicy mogą zawierać wcześniejsze umowy z platformami mediów społecznościowych lub posiadaczami praw innych niż medialne, ale taka umowa nie może obejmować jakichkolwiek treści tworzonych przez zawodników na mocy niniejszych Wytycznych lub zobowiązywać go do działania w charakterze dziennikarza, reportera lub w innej roli o charakterze medialnym.

Wszelkie komunikaty z podziękowaniami dla sponsorów muszą być zgodne z postanowieniami dokumentu MKOl pt. „Możliwości podejmowania działań o charakterze komercyjnym przez uczestników” (zob. podsumowanie w załączniku do Wytycznych dotyczących mediów społecznościowych dla zawodników).

- **Jak wyłączyć reklamy na platformach mediów społecznościowych?**

Dla każdej platformy mediów społecznościowych obowiązywać będą zasady określające, które konta kwalifikują się do monetyzacji (np. minimalna liczba obserwujących, zweryfikowane konto itp.).

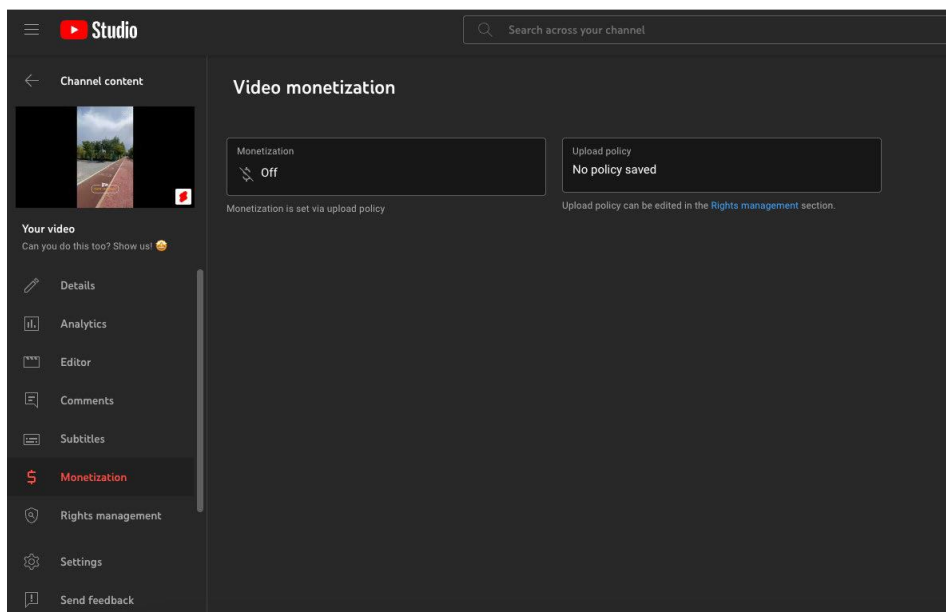
Poniżej znajduje się kilka zasobów umożliwiających wyłączenie monetyzacji w czasie Igrzysk na kluczowych platformach mediów społecznościowych, w sytuacji, gdy konto zawodnika kwalifikuje się do monetyzacji.

W zależności od kraju mogą występować różnice w zakresie monetyzacji i dostępnych narzędzi.

### **Pomoc YouTube - Wyłączanie reklam dla poszczególnych filmów**

Możesz wyłączyć monetyzację dla dowolnych przesłanych już materiałów wideo.

1. Zaloguj się do YouTube.
2. Kliknij swoje zdjęcie profilowe > YouTube Studio.
3. W lewym menu kliknij „Treści”.
4. Wybierz film, dla którego chcesz wyłączyć reklamy.
5. W lewym menu kliknij „Zarabianie”.
6. W górnym polu „Zarabianie” kliknij „Wyłącz” > „Zastosuj”.
7. W prawym górnym rogu kliknij „Zapisz”.



### **Facebook - Wyłączanie reklam in-stream**

W jaki sposób wyłączyć reklamy in-stream dla materiału wideo?

1. Przejdź do **Meta Business Suite** > Zawartość.
2. Kliknij kartę „**Opublikowane**” u góry.
3. Wybierz post, dla którego chcesz wyłączyć reklamy in-stream.
4. Kliknij „**Edytuj post**” na lewym pasku bocznym.
5. Na prawym pasku bocznym kliknij „**Reklamy in-stream**”.
6. Facebook – Wyłączanie reklam in-stream.



7. Kliknij „Zapisz”.

### **Instagram – Wyłączanie monetyzacji**

Jeśli kwalifikujesz się do i korzystasz z monetyzacji **Reklam w kanale profilu** (Ads in profile feed) lub reklam na rolkach (Ads on Reels), możesz ją wyłączyć, wybierając **Reklamy w kanale profilu** lub **Reklamy na rolkach** na profesjonalnym pulpicie nawigacyjnym, a następnie wybierając „Zarabiaj”, aby wyłączyć monetyzację.

### **X - Wyłącz monetyzację na Amplify**

W przypadku wszystkich kategorii reklam przed opublikowaniem należy odznaczyć przycisk „Monetyzuj ten materiał wideo” w Media Studio.

### **TikTok**

Wszystkie treści publikowane na TikToku zgodnie z niniejszymi Wytycznymi powinny być „organiczne” i wolne od powiązań komercyjnych, w tym między innymi nie powinny podlegać monetyzacji z tytułu Płatnego Partnerstwa lub publikacji Treści promocyjnych lub innych formatów, takich jak Fundusz dla twórców TikTok, Creator Marketplace i napiwki/prezenty.

\*\*\*

### **Pytania**

- Jeśli zawodnicy mają jakiegokolwiek pytania w przedmiocie Wytycznych dotyczących mediów społecznościowych, prosimy o kontakt z szefem misji ich narodowego komitetu olimpijskiego.