

# Prawo do wizerunku w nauce i orzecznictwie sądów polskich – analiza wybranych problemów\*

**Maria Łoszevska-Ołowska**

## **P** przedmiot ochrony

Wizerunek to jedno z dóbr osobistych w szczególnie sposób narażone na bezprawne ingerencje w toku działalności prasowej. Ochronę tej wartości zapewnia nie tylko kodeks cywilny<sup>1</sup>. Czyni to także ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych<sup>2</sup>, statuując w art. 81 ust. 1 wyraźny zakaz rozpowszechniania wizerunku osoby portretowanej bez jej zgody. O ile więc prawo autorskie odnosi się tylko do kwestii publicznego udostępnienia portretu – w szczególności poprzez jego publikację, to kodeks cywilny chroni go przed innymi jeszcze naruszeniami, do których zalicza się między innymi sporządzenie wizerunku mimo wyraźnego sprzeciwu osoby na nim przedstawionej. Często podkreśla się, iż umieszczenie odpowiedniej regulacji w prawie autorskim stanowi wynik istniejącej w tym zakresie tradycji, wszystkie dotychczasowe ustawy (z 1926 i 1952 r.) zawierały bowiem w tej kwestii podobne przepisy. Jest to jednak tylko jedna z przyczyn.

W dziedzinie dóbr osobistych za zjawisko typowe uznaje się istniejącą konkurencyjność między należącymi do tej grupy dobrami a innymi wartościami, także chronionymi przez obowiązujący system prawny. Tak się dzieje

i w odniesieniu do wizerunku, którego regulację należy postrzegać przez pryzmat dwojakiego rodzaju konfliktów. Pierwszy z nich zachodzi między prawem autora do stworzonego przezeń utworu a prawem osobistym przedstawianego i, jak się wydaje, stanowi rzeczywisty powód umieszczenia przepisów dotyczących rozpowszechniania wizerunku w prawie autorskim<sup>3</sup>. Kolejny, równie ważny, konflikt rysuje się na tle zetknięcia, w toku działalności prasowej, omawianej wartości z konstytucyjnie zagwarantowanym prawem do informacji. Art. 81 pr. aut.<sup>4</sup> niewątpliwie rozstrzyga ów spór, określając sytuacje, w których podmiotowe prawo do wizerunku doznaje ograniczeń i to właśnie ze względu na wspomnianą wartość.

Pierwszą kwestią wymagającą wnikliwszej analizy jest próba ustalenia zakresu omawianego pojęcia. W dziedzinie dóbr osobistych dostrzegalna jeszcze szczególna trudność w definiowaniu poszczególnych dóbr. Wizerunek wydaje się jednak wymykać tej regule, nie stwarzając tak istotnych problemów terminologicznych. Zdaniem Stefana M. Grzybowskiiego wizerunek i portret są w istocie tylko podobiznami tego dobra osobistego, które nazywa on inaczej obrazem fizycznym. Rozumieć należy

\* Ze względu na wynikłe z przyczyn technicznych błędy w numeracji przypisów artykuł Marii Łoszevskiej-Ołowskiej opublikowany w numerze 4/2011 „Studiów Medioznawczych” drukujemy w bieżącym numerze ponownie. Autorkę i czytelników przepraszamy – redakcja.

<sup>1</sup> Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r., Dz.U. 1964, nr 16, poz. 93 ze zm.

<sup>2</sup> Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r., Dz.U. 1994, nr 24, poz. 83 ze zm.

<sup>3</sup> Na temat przeniesienia przepisów o wizerunku z ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych do kodeksu cywilnego patrz J. Sieńczyło-Chlabicz, *Prawo do wizerunku a komercjalizacja dóbr osobistych*, „Państwo i Prawo” 2007, nr 6, s. 19 i n.

<sup>4</sup> Pr. aut. – ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

przez to nie tylko rysy twarzy, ale też wszelkie cechy fizyczne, które indywidualizują osobę, pozwalając ją rozpoznać<sup>5</sup>. Jak jednak zauważyła Elżbieta Wojnicka, pewne pojawiające się trudności terminologiczne dotyczące poprawności pojęcia „wizerunek” schodzą na plan dalszy, wobec faktu, iż przedmiot ochrony jest nie-sporny<sup>6</sup>. Analiza pojawiających się w doktrynie definicji wskazuje na daleko idącą zbieżność w jego ujmowaniu. I tak, Wojnicka pod pojęciem wizerunku rozumie dostrzegalne, fizyczne cechy człowieka, tworzące jego wygląd i pozwalające na identyfikację osoby wśród innych ludzi, a pod pojęciem portretu – nośnik materialny, w którym zostaje utrwalony wizerunek<sup>7</sup>. Teresa Grzeszak ujmuje omawiane dobro jako skonkretyzowane ustalenie obrazu fizycznego człowieka, zdadne do zwielokrotnienia i do rozpowszechniania<sup>8</sup>. Zdaniem Janusza Barty i Ryszarda Markiewicza termin ten oznacza wytwór niematerialny, który za pomocą środków plastycznych przedstawia rozpoznawalną podobiznę danej osoby lub osób<sup>9</sup>. Wśród przedstawicieli nauki panuje również jednomyślność co do tego, że rodzajem wizerunku jest karykatura<sup>10</sup>.

Kwestie definicyjne zajmują też szczególne miejsce w orzecznictwie. W wyroku Sądu Najwyższego z dnia 20 maja 2004 r. (II CK 330/03) czytamy:

wizerunek poza dostrzegalnymi dla otoczenia cechami fizycznymi, tworzącymi wygląd danej jednostki i pozwalającymi – jak się określa – na jej identyfikację wśród innych ludzi, może obejmować dodatkowe utrwalone elementy związane

z wykonywanym zawodem, jak charakteryzacja, ubiór, sposób poruszania się i kontaktowania z otoczeniem<sup>11</sup>.

W konsekwencji tak rozumiane dobro prawne w opinii wyrażonej przez ten sam sąd w innym rozstrzygnięciu

zbliża je do wyróżnianego we współczesnym piśmiennictwie pojęcia „persony” i „prawa na personie”, przez co należy rozumieć przyznanie ochrony skonkretyzowanemu interesowi osoby sprzeciwiającej się rozpowszechnianiu skojarzeń z nią związanych, w tym nie tylko jej podobizny, ale i nazwiska, charakterystycznego powiedzenia, głosu, itp.<sup>12</sup>

W orzeczeniu tym Sąd Najwyższy nadto podkreśla, iż

wizerunek oznacza obraz fizyczny człowieka, jako przedstawienie jego postaci, a zwłaszcza twarzy, w rozumieniu przenośnym może odnosić się także do takich cech człowieka, których ujawnienie umożliwi jego identyfikację.

Ten aspekt definiowania omawianego pojęcia jawi się jako szczególnie istotny, bo poszerzający krąg sytuacji, w których może zostać udzielona ochrona. Słusznie zostaje zauważone, że taki sposób ujmowania wizerunku ma niezwykle znaczenie w kontekście materiałów reklamowych, wykorzystujących niekiedy podobieństwo aktorów do znanych osób – zwłaszcza celebrytów, popularnych aktorów, czy innych osób z życia publicznego<sup>13</sup>.

Kwestią kluczową, wyłaniającą się na tle wszystkich budowanych definicji, pozostaje rozpoznawalność podmiotu, decydująca o jego

<sup>5</sup> S. M. Grzybowski, *Ochrona dóbr osobistych wg przepisów ogólnych prawa cywilnego*, Warszawa 1957, s. 96.

<sup>6</sup> Tak: E. Wojnicka, *Prawo do wizerunku w ustawodawstwie polskim*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego”. Prace Instytutu Prawa Własności Intelektualnej Z. 56 (1990), s. 106–107.

<sup>7</sup> Tamże, s. 107.

<sup>8</sup> Tak w: T. Grzeszak, *Reklama a ochrona dóbr osobistych (naruszenie praw osobistych wykorzystanych w reklamie żyjących osób fizycznych)*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2000, nr 2, s. 10.

<sup>9</sup> Definicja J. Barty i R. Markiewicza zob. w: *Komentarz do ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych*, aut. J. Barta i in., red. nauk. J. Barta, R. Markiewicz, Warszawa 1995, s. 386.

<sup>10</sup> Tak: tamże, s. 386 i 388; J. Sobczak, *Prawo autorskie i prawa pokrewne*, Warszawa–Poznań 2000, s. 207; K. Stefaniuk, *Naruszenie prawa do wizerunku przez rozpowszechnienie podobizny*, „Państwo i Prawo” 1970, nr 1; E. Wojnicka, *Prawo do wizerunku...*, s. 117.

<sup>11</sup> Wyrok zamieszczony w systemie informacji prawnej Legalis, C.H. Beck.

<sup>12</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z 15 października 2009 r., I CSK 72/09, System Informacji Prawnej LEX Omega, Wolters Kluwer Polska, nr 533565 [dalej: LEX].

<sup>13</sup> Patrz na ten temat m.in. J. Sieńczyło-Chlabicz, *Prawo do wizerunku...*, s. 19–34. Także J. Barta, R. Markiewicz, *Media a dobra osobiste*, Warszawa 2009, s. 114 i n.

identyfikacji, nieutożsamiana wyłącznie z rysami twarzy<sup>14</sup>. Na tym tle ciekawe wydaje się rozstrzygnięcie wydane przez sąd apelacyjny w Warszawie 26 listopada 2003 r. (VI Ca 348/03). Sprawa dotyczyła publikacji w programie telewizyjnym materiału zrealizowanego w więzieniu, na którym utrwalono pokazaną z oddalenia sylwetkę przebywającego w zakładzie karnym skazanego. Między sądami pierwszej i drugiej instancji pojawiła się wyraźna rozbieżność w zakresie oceny tego, czy twarz skazanego jest rozpoznawalna. Sąd okręgowy uznał, że nie, bo „natychmiast od momentu jej pokazania jest oddalona”. Sąd nie wykluczył przy tym tego, że osoby najbliższe mogły po tej migawce zorientować się, kim jest osoba z materiału. Przyjął jednak, iż stanowi ona szczegół całości, w materiale pokazano bowiem serię kolejnych zdjęć ukazujących budynek więzienia, jego otoczenie i wnętrze – celem zilustrowania reportażu. Zdania odmiennego był sąd drugiej instancji, w opinii którego więzień jest rozpoznawalny, a dla rozstrzygnięcia sprawy bez znaczenia pozostaje to, czy zidentyfikowały go jedynie osoby najbliższe oraz że jego twarz była w zbliżeniu przez około 10 sekund. Co więcej, właśnie owe 10 sekund w zbliżeniu decyduje o tym, że nie ma mowy o przyjęciu, iż zachodzi wyłączająca bezprawność publikacji wizerunku okoliczność, iż portretowany stanowi jedynie szczegół większej całości. Tezę tą umacnia także to, iż twarz powoda nie była

fragmentem tła ilustrującego funkcjonowanie zakładu karnego, jak np. oddalone zdjęcie okien więziennych czy ogólny rzut na dziedziniec, na którym przebywaliby w tym momencie osadzeni. Stanowiła podkład filmowy odnoszący się do treści reportażu i specjalnie w tym celu wyeksponowany.

Nie mniej interesujący w analizowanym kontekście jest wyrok Sądu Najwyższego z 27 lutego 2003 r. (IV CKN 1819/00)<sup>15</sup>. Sprawa dotyczyła publikacji zdjęcia powoda, którego można było rozpoznać po kurtce, torbie i sylwetce. Zdjęcie to stanowiło ilustrację do publikacji zatytułowanej

*W centrum Gdańska biją i okradają*, poświęconej napadom na zagranicznych turystów, kradzieżom samochodów, libacjom i związanym z tym lękiem mieszkańców. W ocenie sądu apelacyjnego (rozpoznającego sprawę w drugiej instancji) postać, przedstawiona na fotografii tyłem, nie podlega rozpoznaniu, co w konkluzji przesądza o stwierdzeniu, iż nie opublikowano wizerunku powoda. Jak czytamy dalej,

nie jest zatem rozpowszechnieniem wizerunku opublikowanie fotografii, na której brak jest cech mogących służyć identyfikacji osoby fizycznej, a osoby bliskie i znajomi uzyskują z innych źródeł (w szczególności na podstawie informacji uzyskanych od pozostałych uczestników sfotografowanego zdarzenia) wiedzę, co do tego kogo dana fotografia przedstawia.

Zgadając się z tym zdaniem, Sąd Najwyższy dodał, iż

znaczenie wtórne w tym względzie miałyby już cechy pozwalające na identyfikację przez czytelników prasy osoby sfotografowanej. Nie miałby zatem znaczenia sposób fotograficznego ujęcia danej osoby fizycznej (np. przedstawienie jej sylwetki z przodu, z tyłu lub z profilu; fotografia całej postaci lub tylko niektórych jej fragmentów, sfotografowanie charakterystycznych cech ubioru lub zachowania się osoby fizycznej i in.). Rozpoznawalność (możliwość identyfikacji osoby fizycznej) na opublikowanej w prasie fotografii musiałaby mieć charakter bardziej uniwersalny (powszechny) w dwojakim przynajmniej znaczeniu. Po pierwsze, nie mogłaby się ograniczać tylko do wąskiego kręgu osób najbliższych i znajomych rozpoznanej osoby. Po wtóre, źródłem takiego rozpoznania powinien być już sam sposób fotograficznego ujęcia, pozwalający na identyfikację (ustalenie tożsamości) osoby sfotografowanej.

W kontekście definicyjnym warto też zauważyć, że o ile w samym języku prawniczym słowo „wizerunek” rozumiane w sposób zaprezentowany powyżej utożsamiane jest z podobną i niekiedy innymi elementami identyfikującymi daną osobę, to w znaczeniu potocznym termin ten jest dość często utożsamiany z reno-

<sup>14</sup> Odnośnie do rozpoznawalności patrz m. in. wyrok sądu apelacyjnego w Warszawie z 10 czerwca 2008 r., VI ACa 1648/07.

<sup>15</sup> OSP 2004/6/75.

mą, dobrą sławą, czyli czią w jej zewnętrznym aspekcie. Kwestia ta miewa swoje reminiscencje w orzecznictwie. W wyroku Sądu Najwyższego z 7 października 2009 r. (III CSK 39/09)<sup>16</sup> czytamy, iż

jest oczywiste, że wizerunek, który został wymieniony w art. 23 [kodeksu cywilnego] jako jedno z dóbr osobistych człowieka, oznacza podobiznę człowieka utrwaloną jako portret, fotografia lub w innej postaci. Wizerunku w tym znaczeniu nie posiada osoba prawna, która jest bytem abstrakcyjnym i nonsensem byłoby przypisanie takiego znaczenia pojęciu „wizerunek” w odniesieniu do osoby prawnej.

Nie ulega wątpliwości, iż choć art. 43 k.c. nakazuje odpowiednie stosowanie przepisów o ochronie dóbr osobistych osób fizycznych do osób prawnych, wobec tej drugiej kategorii podmiotów ochrona wizerunku w sensie dosłownym, czyli takim, w jakim mowa jest o nim w art. 23 k.c., jest nieaktualna. Przywołany wyrok tezę tę potwierdza. Wizerunek jest więc typowym przykładem wartości przynależnej wyłącznie człowiekowi.

## Naruszenie prawa do wizerunku

### *Zgoda jako okoliczność uchylająca bezprawność jego rozpowszechnienia*

Jak wspomniano wcześniej, iż wizerunek chroniony jest zarówno przepisami kodeksu cywilnego, jak i ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Pierwszy z aktów normatywnych zapewnia ochronę przed wszelkimi naruszeniami; drugi zaś ogranicza ją do rozpowszechniania podobizny bez zgody portretowanego. Jeśli więc dojdzie do bezprawnego publicznego udostępnienia wizerunku, podstawą do dochodzenia roszczeń może być każda z re-

gulacji, przy czym pokrzywdzony winien dokonać wyboru.

Jako najczęstsze przypadki naruszenia omawianego prawa wskazuje się: bezprawne sporządzenie portretu oraz jego rozpowszechnienie, głównie w postaci fotografii. W kontekście działalności prasy zwłaszcza druga z sytuacji zasługuje na głębszą analizę.

Jeśli chodzi o utrwalanie czyjejs podobizny, przyjmuje się, iż jest ono niedozwolone, jeśli nastąpiło pomimo wyraźnego sprzeciwu danej osoby. Analogicznie sprawa kształtuje się, gdy portretowanie odbywa się w sytuacjach objętych sferą prywatną. Pojawiło się jednak pytanie, czy bezprawne jest także sporządzenie wizerunku bez wiedzy portretowanego, poza wskazanymi wyżej przypadkami? I tu doktryna opowiedziała się za dopuszczeniem takiej możliwości<sup>17</sup>.

W działalności prasowej naruszenie prawa do wizerunku następuje zwykle w wyniku jego rozpowszechnienia. Zgodnie z przyjętymi poglądami, już sam fakt udostępnienia portretu szerszemu gronu osób bez zgody zainteresowanego stanowi ingerencję w sferę przysługującego mu prawa podmiotowego. Zarówno nauka, jak i orzecznictwo podkreślają przy tym, iż ochrona przysługuje w takiej sytuacji niezależnie od tego, czy doszło do naruszenia innych dóbr osobistych, takich jak dobre imię, godność czy prywatność<sup>18</sup>. Oznacza to, iż tak jak przy prawie do odosobnienia, samo podjęte działanie bez zgody uprawnionego winno przesądzać o naruszeniu. Dodatkowe zaś konsekwencje, jakie w związku z tym faktem zaistniały, mogą wskazywać na to, że także inne dobra osobiste doznały uszczerbku. Potwierdza to zresztą tezę, iż wzajemnie krzyżujące się zakreśły dóbr osobistych to kolejne typowe zjawisko,

<sup>16</sup> LEX nr 532155.

<sup>17</sup> *Komentarz do ustawy...*, s. 358; M. Czajkowska-Dąbrowska, *Glosa do wyroku sądu apelacyjnego w Warszawie z 13 stycznia 1999 r.*, „Orzecznictwo Sądów Polskich” 2000, nr 9, s. 470; A. Kopff, *Koncepcja praw do intymności i do prywatności życia osobistego (zagadnienia konstrukcyjne)*, „Studia Cywilistyczne” T. 20 (1972), s. 37; E. Wojnicka, *Prawo do wizerunku...*, s. 108–109. Sytuacja ta wydaje się o tyle ciekawa, że dość powszechnie przyjmuje się, iż naruszenie lub zagrożenie prawa do wizerunku może mieć miejsce tylko wtedy, gdy działania zostają podjęte bez zgody uprawnionego. W tym jednak konkretnym przypadku nie uznaje się za bezprawne sporządzenie wizerunku bez wiedzy (a więc i bez zgody) danej osoby, tak jakby domniemywano przyzwolenie lub braku wiedzy w tym zakresie nie utożsamiano ze sprzeciwem.

z jakim spotykamy się w dziedzinie dóbr osobistych, do których zaliczamy także wizerunek.

W doktrynie dominuje pogląd, że o naruszeniu prawa do wizerunku możemy mówić dopiero wtedy, gdy jego rozpowszechnienie następuje bez zezwolenia portretowanego. Zatem zgoda traktowana jest jako okoliczność wyłączająca nie tyle bezprawność, co sam fakt naruszenia<sup>19</sup>, a ustalając warunki, jakim powinna odpowiadać, podkreśla się, iż ma być niewątpliwa, wyraźna i szczegółowa. Wszystkie wymienione określenia, choć nie są tożsame, pozostają jednak w bliskim związku. Rozważmy, co oznaczają w praktyce. Przede wszystkim poza sporem musi pozostać fakt, że doszło do udzielenia zgody. Stąd też uczynienie tego w formie pisemnej czy nawet aktu notarialnego – choć za wystarczające uznaje się już ustne zezwolenie – będzie ze względów dowodowych rozwiązaniem korzystnym<sup>20</sup>. W razie procesu o ochronę wizerunku, naruszonego bezprawną publikacją, to na pozwanych (zwykle wydawcy i redaktorze naczelny) spoczywa ciężar wykazania, iż działali za aprobatą portretowanego. W jednej ze spraw prasowych powód zwrócił nawet uwagę, iż od dziennikarza jako profesjonalisty należy oczekiwać podjęcia starań o uzyskanie zgody pisemnej (sąd nie zajął się jednak tą kwestią bliżej). Niewątpliwość udzielenia zgody oznacza coś więcej. Powszechnie przyjmuje się, iż uprawniony winien znać i akceptować warunki rozpowszechnienia. Przyzwolenie odnosi się bowiem do publikacji wizerunku w określonych okolicznościach obejmujących czas, miejsce publikacji, towarzyszący jej komentarz itp.<sup>21</sup> W tym kontekście szczególnie ciekawe wydaje się orzeczenie sądu apelacyjnego w Katowicach z 14 marca 2001 r.<sup>22</sup> W jednym z miesięczników zajmujących się problematyką inwestycji, finansów i nieruchomości, w specjalnym dziale promocyj-

nym, w którym umieszczane są teksty przybliżające konsumentom zagadnienia związane z usługami i towarami, pojawiło się zdjęcie powodów, odpoczywającego na ławce w Łazienkach starszego małżeństwa. Reporterka, zanim je wykonała, spytała o zgodę, informując jednocześnie, że wizerunek będzie stanowił ilustrację artykułu o emerytach. Ostatecznie stało się inaczej – zdjęcie umieszczono wraz z materiałem reklamującym ubezpieczenia na życie. W tej sytuacji małżeństwo wystąpiło o ochronę prawa do wizerunku. W przedmiotowej sprawie bezsporne było, iż zgody na sfotografowanie i publikację udzielono, a wątpliwości dotyczyły zakresu zezwolenia. Sąd pierwszej instancji powództwo oddalił, tym samym uznając roszczenia powodów za nieuzasadnione. Odmiennie ustosunkował się do tego zagadnienia sąd apelacyjny. Przede wszystkim podkreślił, iż istnienia zgody i jej zakresu nie domniemywa się. Pozwany ma obowiązek wykazać, że uzyskał zgodę uprawnionego na rozpowszechnianie i to w oznaczonych warunkach. Zdaniem sądu, zdjęcie wykorzystano w sposób odmienny, niż wynikało z ustaleń, a zgoda na samą publikację jest niewystarczająca. Dla uwolnienia się od odpowiedzialności konieczne jest udowodnienie, iż istniała aprobata na wykorzystanie zdjęć dla celów reklamowych. Tego jednak pozwani nie uczynili. W tej sprawie jeszcze jedno wymaga podkreślenia. Jak wynika z ustaleń, reporterka od początku wiedziała, jakie będzie przeznaczenie zdjęcia i nie poinformowała o tym powodów w należyty i zrozumiały sposób. Jej zachowanie dalece odbiegło od zachowania wymogu szczególnej staranności i rzetelności przy zbieraniu i wykorzystaniu materiałów prasowych. Z przywołanego rozstrzygnięcia można więc wnioskować aprobatę sądu dla lansowanej coraz powszechniej tezy, iż art. 81 pr. aut. daje osobie portretowanej

<sup>18</sup> Patrz między innymi wyrok Sądu Najwyższego z 13 stycznia 1999 r., I ACa 1089/98, LEX nr 39415.

<sup>19</sup> S. Grzybowski, *Ochrona dóbr...*, s. 96; K. Stefaniuk, *Naruszenie prawa...*, s. 66; A. Szpunar, *Ochrona dóbr osobistych*, Warszawa 1979, s. 106; E. Wojnicka, *Prawo do wizerunku...*, s. 109.

<sup>20</sup> Patrz: R. Golać, *Ochrona wizerunku w prawie cywilnym*, „Gazeta Prawna” 1996, nr 10; J. Sobczak, *Prawo autorskie...*, s. 204.

<sup>21</sup> *Komentarz do ustawy...*, s. 387; K. Grzybczyk, *Naruszenie dobra osobistego w reklamie*, „Rejent” 1999, nr 9, s. 128; T. Grzeszak, *Reklama...*, s. 11; K. Kurosz, *Glosa do wyroku sądu apelacyjnego w Warszawie z 14 marca 2001*, „Rejent” 2000, nr 1, s. 104; E. Wojnicka, *Prawo do wizerunku...*, s. 110 i n.

<sup>22</sup> „Orzecznictwo Sądów Apelacyjnych” 2001, nr 5, poz. 27.

uprawnienie do decydowania o każdym – a więc nie tylko pierwszym – rozpowszechnieniu wizerunku<sup>23</sup>. Jak sugeruje Teresa Grzeszak, zaprezentowane stanowisko może wiązać się z faktem, iż kolejne rozpowszechniania mają zwykle miejsce w innym kontekście<sup>24</sup>.

Nad problemem tym warto zatrzymać się na dłuższą chwilę. W przypadkach naruszenia czci w działalności prasowej wielokrotnie przewija się wątek umieszczenia wypowiedzi, która rzeczywiście miała miejsce, w zupełnie innym, nowym kontekście, co w konsekwencji może przesądzać o bezprawności ingerencji w dobre imię uprawnionego podmiotu. Analiza problematyki wizerunku może zatem dowieść, iż zagadnienie to jest aktualne także w odniesieniu do omawianego dobra i wiąże się ze szczególnością zgody. Zaczniemy jednak od wyjaśnienia, czy wyrażona aprobatą uprawnia do kolejnej publikacji. I tu należy odróżnić dwa przypadki. Pierwszy z nich dotyczy następnego rozpowszechnienia, przy czym dokonanego w tych samych warunkach. W wyroku Sądu Najwyższego z 2 lutego 1967 r. czytamy, iż

z chwilą, gdy została wyrażona zgoda na publikację, a samo zdjęcie opublikowane, dopuszczalna jest dalsza publikacja czy to przez to samo, czy też przez inne czasopisma. [...] Jednakże dalsza publikacja jest dopuszczalna pod warunkiem wskazania źródła oraz bez wprowadzania zmian w przedrukowanej fotografii. Wynika więc stąd, że cudze zdjęcie raz opublikowane może być dalej publikowane tylko z powołaniem okoliczności, w jakich zostało wykonane i opublikowane po raz pierwszy<sup>25</sup>.

Zaprezentowane stanowisko, podobnie jak uzasadniająca je argumentacja, spotkało się jednak ze sprzeciwem części przedstawicieli nauki<sup>26</sup>. I tak, między innymi, Elżbieta Wojnicka pod-

kreślała, iż powoływanie się na dozwolony użytek, uprawniający do kolejnego rozpowszechnienia, nie jest w tej sytuacji jasne. Nawet jeśli mielibyśmy na uwadze przedruk prasowy, konieczne byłoby ustalenie, czy zasadne jest rozpowszechnianie wizerunku bez ponownej zgody. Jeśli nie zachodzą okoliczności wskazane w art. 24 § 2 pr. aut. (obecnie 81 ust. 2 pr. aut.)<sup>27</sup> uzyskanie zezwolenia należy więc uznać za niezbędne. Ten tok rozumowania wydaje się przekonujący. Dalsza publikacja oznacza bowiem ingerencję nie tylko w uprawnienia autora podobizny, ale i osoby portretowanej. O ile w pierwszym przypadku istnieje możliwość powołania się na przepisy o dozwolonym użytku, stanowiące w istocie ustawowe ograniczenie praw autorskich, o tyle w odniesieniu do portretowanego jest to chybione i niejasne. Zgoda osoby portretowanej okaże się niezbędna, chyba że zajdą okoliczności wyłączające konieczność jej uzyskania, tj. fotografia przedstawia osobę powszechnie znaną w związku z pełnieniem funkcji publicznych lub też chodzi o wizerunek osoby stanowiącej jedynie szczegół całości, takiej jak krajobraz, publiczna impreza czy zgromadzenie (art. 81 ust. 2 pr. aut.)<sup>28</sup>. Nie może przy tym umknąć regulacja art. 25 ust. 1 pkt 1 pr. aut., z której wynika, iż dopuszczalne jest bez zgody autora dalsze rozpowszechnianie w celach informacyjnych w prasie drukowanej, radiu i telewizji aktualnej fotografii reporterskiej, która jakże często jest wizerunkiem jakiejś osoby. W moim przekonaniu należy stanąć na stanowisku, iż stanowi to przypadek, w którym dozwolone jest dalsze publikowanie, bez konieczności uzyskiwania zgody portretowanego, o ile fotografia ma charakter reporterski<sup>29</sup>, spełnia wy-

<sup>23</sup> Patrz m.in.: *Komentarz do ustawy...*, s. 386–387; T. Grzeszak, *Reklama...*, s. 11; E. Wojnicka, *Ochrona autorskich dóbr osobistych*, Łódź 1997, s. 112.

<sup>24</sup> T. Grzeszak, *Reklama...*

<sup>25</sup> I CR 496/66, OSNC 1967, nr 9, poz. 161.

<sup>26</sup> *Komentarz do ustawy...*, s. 386–387; T. Grzeszak, *Reklama...*, s. 11; E. Wojnicka, *Ochrona autorskich...*, s. 112.

<sup>27</sup> Orzeczenie to było wydane pod rządami poprzedniej ustawy o prawie autorskim, w której odpowiednikiem dzisiejszego art. 81 ust. 2 był art. 24 § 2.

<sup>28</sup> Odmiennie stanowisko zajął K. Stefaniuk, *Naruszenie prawa...*, s. 69.

<sup>29</sup> R. Sarbiński, *Fotografia reporterska w prawie autorskim – pojęcie, przesłanki ochrony i ewolucja uregulowania*, „Przeгляд Ustawodawstwa Gospodarczego” 2002, nr 1, s. 14 i n.

móg aktualności, a jej dalsze upublicznianie ma wyłącznie charakter informacyjny (w szczególności nie obejmuje więc celów reklamowych). Portretowany mógłby zatem zgłaszać swoje ewentualne roszczenia jedynie przeciwko autorowi (gdy ten nie uzyskał zezwolenia), nie zaś przeciwko pozostałym podmiotom rozpowszechniającym zdjęcie. Wobec faktu, że dozwolony użytek stanowi ograniczenie praw twórcy (tym zaś nie jest osoba fotografowana) należy żałować, iż ustawodawca nie odniósł się do poruszonej kwestii w art. 81 pr. aut., zwłaszcza, że jest to jeden i ten sam akt prawny, a powstająca kolizja dotyczy już nie tylko relacji twórca a portretowany; konflikt obejmuje bowiem i prawo do informacji.

Kwestia kolejnego rozpowszechnienia wizerunku, w odmiennych niż przy pierwszym upublicznieniu okolicznościach, to kolejne istotne, rozważane w orzecznictwie zagadnienie. Było ono między innymi przedmiotem, cytowanego powyżej, wyroku Sądu Najwyższego z 2 lutego 1967 r. (I CR 496/66) wydanego na tle następującej sytuacji. Powódka została sfotografowana podczas zabawy sylwestrowej. Zdjęcie przedstawiało ją i jej męża. Kilka lat później ta sama fotografia ukazała się na okładce czasopisma wraz z załączonym do niej cytatem z wiersza Majakowskiego *będzie miłość czy nie, wielka czy maleńka*. Kobieta, której małżeństwo właśnie się rozpadło, wniosła powództwo o ochronę wizerunku, argumentując, iż udzieliła zgody w przekonaniu, że będzie to publikacja jednorazowa, dotycząca ogółu bawiących się osób. Decyzja sądu pierwszej instancji nie była dla niej pomyślna, uznał on bowiem, iż zgody nie obwarowano żadnymi warunkami i oddalił powództwo. Odmiennie stanowisko zajął Sąd Najwyższy, podkreślając, iż cel publikacji uległ zasadniczej zmianie. Wizerunek został użyty jako szata graficzna czasopisma, a więc jako swego rodzaju „ozdobnik”.

W tym kontekście ciekawe wydają się także te rozstrzygnięcia sądowe, które dotyczyły wykorzystania wizerunku dla celów reklamowych. Jeden z takich wyroków został wydany przez sąd apelacyjny w Katowicach 14 marca 2001 r. (I ACa 51/01) i był już wcześniej przywołany

(publikacja zdjęcia pary starszych ludzi w piśmie wraz z materiałem reklamującym ubezpieczenia na życie). Wyrażając zgodę na rozpowszechnienie fotografii, małżonkowie byli przekonani, iż – jak ich zapewniono – będzie ona stanowiła ilustrację artykułu o emerytach. Upřednio podkreślałam, że fakt udzielenia zgody był zdaniem sądów obu instancji niewątpliwy. Przedmiotem sporu stał się jednak jej zakres. Sąd okręgowy, zasadniczo przychylając się do twierdzenia, iż udział w reklamie wymaga wyraźnej aprobaty (zainteresowany ma świadomość, iż portret będzie wykorzystany w takim celu i aprobuje go), nie uznał, aby w tym konkretnym przypadku zdjęcie posłużyło jako reklama firm ubezpieczeniowych. W konkluzji czytamy:

zdjęcia, tak jak i logo firm służyło przekazowi graficznemu treści artykułu, stanowiło symboliczny przekaz zawartej w nim treści słownej. Skoro pozwani rozpowszechnili wizerunek powodów za ich zezwoleniem (art. 81 ust. 1 pr. aut.) – powództwo podlegało oddaleniu.

Od wyroku wniesiono apelację. Rozpatrując ją sąd drugiej instancji wyraźnie podkreślił – za Bartą i Markiewiczem – iż zgoda nie dotyczy „abstrakcyjnego” rozpowszechniania, lecz odnosi się do konkretnych, znanych portretowanemu warunków rozpowszechniania, obejmujących czas, miejsce, towarzyszący komentarz, itp. W tym konkretnym przypadku powodowie wyrazili swoją aprobatę, żywiąc przekonanie, iż fotografia ukaże się, zgodnie z zapewnieniem dziennikarki, razem z materiałem o życiu emerytów. Tak się jednak nie stało. Zatem rozpowszechnienie nastąpiło poza granicami przyzwolenia i to niezależnie od uznania, iż publikacja miała charakter reklamowy. Jednak i tą kwestią zajął się sąd apelacyjny, stwierdzając, iż reklamą jest rozpowszechnianie wiadomości o usługach i towarach w celu wpływania na kształtowanie się popytu. W tym znaczeniu zdjęcie starszego małżeństwa, wzbudzające pozytywne skojarzenia i umieszczone przy nazwach towarzystw ubezpieczeniowych (oferujących między innymi ubezpieczenia na życie), stanowiło materiał promocyjny. Konkludując, należy stwierdzić, iż uprawnione jest następu-

jące wnioski: po pierwsze – zarówno przy pierwszej, jak i kolejnej publikacji konieczne jest, co do zasady, uzyskanie zgody; po drugie – rozpowszechnienie winno nastąpić w granicach udzielonego zezwolenia, a więc między innymi w celu wiadomym osobie portretowanej; po trzecie – zmiana celu czy kontekstu publikacji wymaga odrębnej zgody; po czwarte – w razie wątpliwości ciężar udowodnienia (zarówno uzyskania zgody, jak i jej zakresu) spoczywa na rozpowszechniającym. Okoliczności tych się nie domniemywa. Dziennikarze muszą więc pamiętać, że ryzyko rozpowszechniania wizerunku spada na nich i w razie sporu będą udawadniać, iż na działanie w oznaczonych granicach mieli wyraźne przyzwolenie. Stąd już płynie prosty wniosek – nie należy zatajać przed fotografowanym rzeczywistego przeznaczenia wizerunku, a warto natomiast zabiegać o uzyskanie zgody, w której będą wyraźnie i jednoznacznie określone warunki publicznego udostępniania.

Do podobnych wniosków prowadzi analiza wyroku Sądu Najwyższego z 16 kwietnia 2004 r. (I CK 495/03)<sup>30</sup>. Orzeczenie to zapadło na tle następującej sprawy. W jednym z numerów czasopisma „Marie Claire” opublikowano wywiad ze znaną aktorką. Był on opatrzony pozowanymi zdjęciami, które zamieszczono także na okładce. W ramach akcji reklamowej, zachęcającej do nabycia tego numeru magazynu, okładka z fotografią (w formie plakatu) została wywieszona na przystankach autobusowych. Jak ustalił sąd, z kobietą nie podpisano umowy na wykorzystanie wizerunku, sesja zdjęciowa oparta była na ustnych ustaleniach, które nie dotyczyły wykorzystania zdjęć na okładce. Co więcej, zgoda udzielona na opatrzenie nimi wywiadu, po wstępnej akceptacji, została wycofana, co zdaniem sądu wiązało wydawcę. W orzeczeniu tym Sąd Najwyższy zwraca także uwagę na to, iż umieszczenie zdjęć na okładce stanowi „odrębną postać rozpowszechnienia, ze wzglę-

du na dostępność dla odbiorców przed nabyciem egzemplarza czasopisma”. Także w orzeczeniu Sądu Najwyższego z 8 stycznia 2004 r. (I CK 40/03)<sup>31</sup> pojawia się kwestia wyrażenia zgody na konkretne rozpowszechnienie. Sprawa dotyczyła wykorzystania zdjęcia powódki w szczególnym, nieznanym jej w chwili pozwania i otrzymywania za nie wynagrodzenia, kontekście. Wprawdzie powódka udzieliła przyzwolenia na publikację bez ograniczeń, ale zgodą tą nie objęto opatrywania zdjęć napisami. Dodać należy w tym miejscu, iż zdjęcie wykorzystano do reklamy tzw. sekstelefonu, umieszczając przy nim napisy zachęcające do korzystania z usług audiotekstowych.

W świetle tych rozstrzygnięć dość zaskakujące wydaje się orzeczenie sądu apelacyjnego w Łodzi z 28 sierpnia 1996 r.<sup>32</sup> Sprawa dotyczyła następującej sytuacji. Powód będący lekarzem pełniącym dyżury w pogotowiu, uczestniczył w różnych szkoleniach i pozorowanych akcjach z zakresu ratownictwa. Jedną z nich odbyła się z udziałem fotografów i kamer filmowych. Podczas tej akcji pewna firma udostępniła nieodpłatnie i w celach promocyjnych swój sprzęt. Był to system łączności, instalowany pod hełmami. Następnie redakcja pisma „Ratownictwo Polskie” umożliwiła wspomnianej firmie publikację artykułu sponsorowanego, którego ilustracją było zdjęcie powoda zrobione podczas opisanej akcji. Pomijając w tej chwili kwestię tego, czy ów wizerunek stanowił szczegół całości (co zdaniem sądu pierwszej instancji nie budziło wątpliwości i stanowiło wystarczającą podstawę do wykorzystania fotografii w celach reklamowych), sąd apelacyjny z samego uczestnictwa w akcji wywodził, iż roszczenia powoda są bezzasadne. Jednak szczególnie niepokojące wydaje się podtrzymane twierdzenie sądu, iż skoro wizerunek stanowił szczegół całości „strona pozwana nie miała obowiązku uzyskania zezwolenia powoda na publikację zdjęcia w celach reklamowych”<sup>33</sup>.

<sup>30</sup> Glosa 2005/1/54.

<sup>31</sup> LEX nr 560838.

<sup>32</sup> I ACr 341/96; „Orzecznictwo Sądów Polskich” 1997, nr 2, poz. 42.

<sup>33</sup> Patrz na ten temat: T. Grzeszak, *Glosa do wyroku sądu apelacyjnego w Łodzi z 28 sierpnia 1996 r.*, „Monitor Prawniczy” 1997, nr 8, s. 318 i n.



Ani z kodeksu cywilnego, ani z prawa autorskiego nie można wywodzić domniemania zgody na rozpowszechnianie wizerunku (chyba że portretowany uzyskał zapłatę za pozowanie). Domniemania takiego nie stwarza tym bardziej fakt, iż portretowany nie sprzeciwiał się uprzednio publikacji jego wizerunku w różnego rodzaju czasopismach<sup>34</sup>. Za interesujące należy zatem orzeczenie sądu apelacyjnego w Warszawie z 3 kwietnia 1997 r.<sup>35</sup> odnoszące się między innymi do sposobu udzielania zgody. Powództwo w tej sprawie zostało wytoczone w związku z publikacją artykułu prasowego, przygotowanego z okazji Dnia Ludzi Bezdomnych. Dwójka dziennikarzy, zbierających materiały, udała się do jednego z ośrodków, w którym przebywają osoby borykające się z tym problemem. Tam przedstawiono im kobietę, której fakty z życia osobistego znalazły się następnie w artykule, opatrzonym nadto zdjęciami powódki. Według ustaleń sądu pierwszej instancji, dziennikarze nie uzyskali zgody na wspomnianą publikację. Jej istnienie nie powinno budzić wątpliwości. Przy czym osoba zainteresowana nie musi wyrażać głośno swojego sprzeciwu, a jego braku nie należy utożsamiać z przyzwoleniem. Pomijając w tej chwili okoliczności, w których doszło do fotografowania, sama teza wydaje się niezwykle trafna. Od wspomnianego wyroku sądu, uwzględniającego powództwo w całości, wniesiono apelację. Sąd odwoławczy zwrócił uwagę, iż istnienie oraz sposób wyrażenia zgody stanowią w przytoczonej sprawie punkt sporny. Z zebranego materiału dowodowego wynika, iż powódka wiedziała, że rozmawia z dziennikarzami, co więcej, miała świadomość, w jakim celu robione są zdjęcia. Dlatego też starała się wyglądać jak najlepiej. Wskazuje na to między innymi poprawianie fryzury i pozowanie do części zdjęć. W konsekwencji sąd doszedł do wniosku, iż poprzez czynne uczestnictwo w fotografowaniu, świadomość celu tej czynności

i przyszłego wykorzystania, powódka wyraziła zgodę. Nie stało się to wprawdzie wprost, ale pośrednio – poprzez tzw. czynności konkludentne. Istnienie przyzwolenia jest jednak niewątpliwe, co w relacjach z prasą może okazać się niebywale ważne.

Reasumując, należy przyjąć, że zgoda – nietraktowana jako czynność prawna – może przybrać różnorodną formę<sup>36</sup>. Na pewno, jeśli jest pisemna, upraszcza wykazanie tego, że została udzielona. Wydaje się jednak, że nie potrzeba do tego jakiegoś szczególnego oświadczenia sporządzonego na kartce papieru; taki charakter może mieć na przykład przyzwolenie wyraźnie wnioskowane z korespondencji mailowej. Zgodnie z orzecznictwem przyjąć także należy, że kontekst sytuacyjny, w jakim dochodzi do udzielenia zgody (np. spotkanie na ulicy dziennikarza przedstawiającego się i informującego, dla jakiej stacji telewizyjnej lub radiowej robi sondę uliczną), także wyczerpuje przesłanki jej uzyskania, jeśli po takiej informacji rozmówca przystępuje do udzielenia odpowiedzi na zadane pytanie, a rozpowszechnienie wizerunku następuje w celu informacyjnym. W końcu, w części przypadków, zgoda stanowić będzie element umowy, która wówczas określa, poza innymi kwestiami, także warunki rozpowszechniania wizerunku i wypłatę wynagrodzenia<sup>37</sup>.

Należy też dodać, iż przyzwolenie może zostać cofnięte. Kwestii tej szczególną uwagę poświęcił Sąd Najwyższy w przywołanym już kilkakrotnie wyroku z 16 kwietnia 2004 r. (I CK 495/03). Czytamy w nim między innymi, iż zgodę jako rodzaj zezwolenia traktuje się w sposób zbliżony do oświadczeń woli, z tym że może być ono cofnięte: „Motywy tego sprzeciwu nie są decydujące dla jego skuteczności, skoro decydowanie o wykorzystaniu dobra osobistego należy do uprawnionego”. W sprawie tej, co ciekawe, nie doszło do zawarcia, typowej dla sytuacji udzielania wywia-

<sup>34</sup> Wyrok SN z 27 kwietnia 1977 r., I CR 127/77, niepublikowany.

<sup>35</sup> I ACa 148/97, „Wokanda” 1998, nr 4.

<sup>36</sup> Na ten temat także wyrok Sądu Najwyższego z 16 grudnia 2009 r. I CSK 160/09, LEX nr 566088.

<sup>37</sup> Wniosek taki można sformułować na podstawie przywoływanego wcześniej wyroku Sądu Najwyższego z 16 kwietnia 2004 r., I CK 495/03, dotyczącego publikacji zdjęcia na okładce czasopisma „Marie Claire”.

dów dla magazynów kobiecych, umowy na wykorzystanie wizerunku, a zgoda na pozwanie oraz późniejsza autoryzacja zdjęć dotyczyła ich wykorzystania jako ilustracji do artykułu, nie było zaś mowy o okładce. W świetle ustaleń i opinii sądów przyzwolenie to zostało zresztą skutecznie cofnięte<sup>38</sup>.

Art. 24 kodeksu cywilnego chroni nie tylko przed bezprawnym naruszeniem wizerunku, ale także przed jego zagrożeniem. Kwestii tej dotyczyły rozważania zawarte w orzeczeniu Sądu Najwyższego z 3 września 1998 r.<sup>39</sup> Zdaniem sądu okoliczności, na tle których doszło do wytoczenia powództwa, są niesporne. Do domu powoda – artysty rzeźbiarza, przybyła dziennikarka wraz z redakcyjnym fotografem. Wykonał on 14 zdjęć przedstawiających powoda w otoczeniu rzeźb jego autorstwa. Fotografie miały stanowić ilustrację do przygotowywanego o powodzie materiału prasowego. Dziennikarka nie zapewniła jednak powoda, że artykuł wraz ze zdjęciami, na których także on się znajduje, zostanie na pewno wydrukowany. Do publikacji istotnie nie doszło, a mężczyzna wystąpił o ochronę prawa do wizerunku, zagrożenia dla tego dobra upatrując w fakcie pozostawiania zdjęć w archiwum redakcji. Zdaniem Sądu Najwyższego, brak jest podstaw do takiego twierdzenia. Art. 81 ustawy o prawie autorskim wymaga zgody na rozpowszechnianie wizerunku. Dowody wskazywały, że została ona udzielona – powód zgodził się na publikację przedstawiających go zdjęć jedynie razem z artykułem. Zatem opublikowanie ich w innym kontekście stanowiłoby naruszenie prawa powoda do wizerunku. Ponieważ jednak do publikacji nie doszło, nie ma mowy o naruszeniu prawa do wizerunku, a

z samego faktu pozostawiania zdjęć w archiwum redakcji nie wynika zagrożenie naruszenia prawa powoda do wizerunku przez opublikowanie przedstawiających go zdjęć w okolicznościach nie objętych jego zgodą. [...] Zagrożenie naruszenia

dobra osobistego wymaga skonkretyzowania. Ogólnikowe wskazanie hipotetycznej jedynie możliwości naruszenia danego dobra nie wystarcza.

### ***Pozostałe okoliczności wyłączające bezprawność rozpowszechniania wizerunku***

W jednym z orzeczeń Sądu Najwyższego czytamy: „opublikowanie zdjęcia w prasie może stanowić naruszenie prawa do wizerunku. Publikacja fotografii określonej osoby jest dopuszczalna tylko za jej zgodą”<sup>40</sup>. Teza ta wyraża ogólną zasadę, od której przewidziano wyjątki, przede wszystkim w art. 81 ust. 2 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych. W istocie stanowią one kompromis między omawianą wartością a obywatelskim prawem do informowania, urzeczywistnianym za pośrednictwem środków masowej komunikacji. Podobny charakter ma regulacja zawarta w art. 13 prawa prasowego. Prawo do informacji to jednak nie jedyna racja, która przemawia za tym, aby ustawodawca przewidział i inne sytuacje dopuszczające rozpowszechnienie wizerunku bez zgody portretowanego. Należą do nich nadto przypadki przewidziane ustawą o sporcie kwalifikowanym oraz ustawą o Policji.

Bezspornie, mówiąc o okolicznościach wyłączających bezprawność naruszenia wizerunku, należy rozpocząć od regulacji pomieszczonej w ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Pierwsza, określona w art. 81 okoliczność, z którą nie wiąże się konieczność uzyskiwania zgody portretowanego, dotyczy osób powszechnie znanych, o ile wizerunek wykonano w związku z pełnieniem przez nie funkcji publicznych, w szczególności: politycznych, społecznych czy zawodowych. W doktrynie dość często podkreśla się, iż pojęcie „osoby powszechnie znanej” nie jest wystarczająco precyzyjne; istotna rola przypadacie więc będzie w tym zakresie orzecznictwu. Na podstawie istniejących rozstrzygnięć można pokusić się o tezę, iż orzecznictwo podążyło

<sup>38</sup> Patrz na ten temat polemicznie T. Grzeszak, *Gwiazda na okładce*, „Głosa” 2005, nr 1, s. 63–64.

<sup>39</sup> I CKN 818/87, „Orzecznictwo Sądu Najwyższego”. Izba Cywilna 1999, nr 1, poz. 21.

<sup>40</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z 26 stycznia 1982 r., I CR 411/81, LEX nr 8392.

drogą wskazaną przez Bartę i Markiewicza, którzy, formułując swój pogląd w tej materii w roku 1995, nie wykluczali, iż sądy będą dokonywać relatywizacji, mając na uwadze krąg odbiorców rozpowszechnionego wizerunku<sup>41</sup>. W konsekwencji akceptacja tego stanowiska miała oznaczać, iż umieszczenie w prasie lokalnej zdjęcia osoby powszechnie znanej na danym obszarze pozostaje w granicach dozwolenia, ale już opublikowanie go w gazecie o zasięgu ogólnopolskim może stanowić bezprawną ingerencję<sup>42</sup>. Należy też dodać, iż pojęcie „osoba powszechnie znana” nie jest synonimiczne wobec pojęcia „funkcjonariusza publicznego” czy „osoby pełniącej funkcję publiczną”. Zakresy pojęciowe tych terminów mogą, ale nie muszą się pokrywać<sup>43</sup>. W szczególności osobą powszechnie znaną są funkcjonariusze tacy jak Prezes Rady Ministrów czy Marszałek Sejmu, wiele innych jednak nie jest znanych szerszej opinii publicznej. Podobnie część aktorów czy sportowców niebędących funkcjonariuszami publicznymi jest powszechnie znana. W jednym z wyroków Sądu Najwyższego czytamy, iż

w wyniku realizacji zadań przez związki sportowe członkowie kadry narodowej mogą występować w reprezentacji kraju, przez co stają się osobami powszechnie znanymi, a dzięki temu ich wizerunki nie tylko nie doznają uszczerbku, ale przeciwnie, zyskują na popularności<sup>44</sup>. [W innym zaś], że do osób powszechnie znanych można zaliczyć takie osoby, które wprost lub w sposób dorozumiany godzą się na podawanie do publicznej wiadomości wiedzy o swoim życiu, w tym także osoby prowadzące działalność gospodarczą lub społecz-

ną. Są to osoby, które uczestniczą w życiu publicznym. Uczestnictwem w życiu publicznym jest branie udziału w charakterze eksperta w posiedzeniach komisji sejmowych, skoro relacje z takich posiedzeń przekazywane są do publicznej wiadomości<sup>45</sup>.

Ten ostatni wyrok zdaje się sugerować, iż pojęcie „osoby powszechnie znanej” może podlegać interpretacji rozszerzającej w związku z wykonywaną aktywnością publiczną.

Do tego, aby można było udostępnić szerszemu gronu wizerunek osoby powszechnie znanej, konieczne jest nadto spełnienie dodatkowych przesłanek. Pierwszą z nich jest to, aby podobizna przedstawiała wspomnianą osobę w związku z pełnieniem przez nią funkcji publicznych, w szczególności politycznych, społecznych czy zawodowych. Tym samym rozwiązanie to wyklucza publikację zdjęć bez zgody uprawnionego między innymi w warunkach objętych sferą prywatności. W nauce zgłaszane są jednak postulaty, aby ze względu na jawność życia publicznego dopuszczać publikację wizerunków osób powszechnie znanych także wtedy, gdy nie występują one w charakterze osób urzędowych (ale z wykluczeniem sytuacji intymnych)<sup>46</sup>. Zatem samo ustalenie, iż jakaś osoba jest powszechnie znana, nie stanowi wystarczającej podstawy do tego, aby opublikować jej podobiznę. Ustawodawca wyraźnie stanowi, iż wizerunek ma być wykonany w związku z pełnioną przez ten podmiot funkcją publiczną. W każdym przypadku należy rozważyć, czy zostały spełnione obydwie przesłanki, unikając w tej kwestii nadmiernego generalizowania. Na tym tle ciekawy pozostaje wyrok Sądu Najwyż-

<sup>41</sup> Tak *Komentarz do ustawy...*, s. 387–388 oraz J. Barta, R. Markiewicz, *Media a dobra...*, s. 110. Patrz także wyrok Sądu Najwyższego z 12 września 2001 r. V CKN 440/00; OSNC 2002, nr 5, poz. 68; wyrok sądu apelacyjnego z Poznaniu z 30 kwietnia 2008 r., I ACa 245/08, LEX nr 466419.

<sup>42</sup> Patrz na ten temat: *Komentarz do ustawy...*, s. 387–388. Porównaj J. Sobczak, *Prawo autorskie...*, s. 206. Dopuszcza on rozpowszechnienie takiego wizerunku także w prasie centralnej, oczywiście przy spełnieniu pozostałych kryteriów przewidzianych w art. 81 ust. 2 pr. aut.

<sup>43</sup> Na ten temat patrz: J. Sobczak, *Prawo autorskie...*, s. 205–206.

<sup>44</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z 16 grudnia 2009 r., I CSK 160/09, „Orzecznictwo Sądu Najwyższego”. Izba Cywilna 2010, nr 7/8.

<sup>45</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z 5 czerwca 2009 r., I CSK 465/08, LEX nr 510611.

<sup>46</sup> Tak: J. Sobczak, *Prawo autorskie...*, s. 207. W sytuacji tego rodzaju zachodzi bowiem przesłanka bezpośredniego związku między sferą prywatną a wspomnianą działalnością, która zgodnie z art. 14 ust. 6 prawa prasowego wyłącza bezprawność naruszenia prawa do prywatności.

szego z 12 września 2001 r. (V CKN 440/00)<sup>47</sup> zapadły na kanwie następującej sprawy. W jednej z gazet, obok artykułu zatytułowanego *Co chce prezes ukryć przed spółdzielcami*, zamieszczono zdjęcie prezesa spółdzielni mieszkaniowej. Wizerunek powoda (opublikowany bez jego zgody) stanowił fragment wykonanej przed laty fotografii, na której był on uwidoczniiony w towarzystwie dwóch innych mężczyzn podczas dostępnego dla prasy posiedzenia Komitetu Obywatelskiego „Solidarność”. Dla Sądu Najwyższego kwestią podstawową było rozważenie, czy w przedmiotowej sprawie nie zachodzi jedna z okoliczności wyłączających bezprawność, a konkretnie, czy zdjęcie nie zostało wykonane osobie powszechnie znanej w związku z pełnieniem przez nią funkcji publicznych (art. 81 ust. 2 pkt 1 pr. aut.). Zdaniem sądu

krąg osób powszechnie znanych zależał będzie od takich okoliczności, jak sprawowanie – na różnych szczeblach – funkcji politycznych, społecznych, zawodowych, popularności poza własnym środowiskiem ze względu na działalność zawodową, sportową, amatorską. Nie jest też wykluczone, wiązanie „powszechnego znania” danej osoby z kręgiem odbiorców, do których adresowana jest forma rozpowszechniania wizerunku, np. gazeta lokalna. Są zatem różne zakresy pojęcia „powszechnego znania”, związane z jednej strony z terytorium, na którym żyją ludzie, znający określoną osobę [...], a z drugiej – z rodzajem funkcji publicznej, pełnionej przez tę osobę.

W konkluzji sąd doszedł do przekonania, iż powód jako prezes Spółdzielni Mieszkaniowej, w zasobach której mieszka połowa miasta, jest osobą powszechnie znaną dla odbiorców gazety, w której opublikowano zdjęcie. Organ orzekający nie odnalazł jednak drugiej, koniecznej przesłanki kontratypu. Z okoliczności sprawy jednoznacznie wynika, iż zdjęcia nie wykonano w związku z pełnieniem przez powoda funkcji prezesa Spółdzielni (dzięki której stał się osobą powszechnie znaną i z którą związany był artykuł), a zrobiono je wiele lat wcześniej, w czasach, kiedy był członkiem Prezydium Komitetu

Obywatelskiego „Solidarność”. Wobec niespełnienia kolejnego, ustawowego wymogu, publikację, zdaniem Sądu Najwyższego, należało więc uznać za bezprawną. Na wyrok ten powoływał się pozwany wydawca, w procesie o naruszenie prawa do wizerunku, innego prezesa spółdzielni mieszkaniowej, podnosząc, iż także ten prezes, *per analogiam*, jak w poprzedniej sprawie, jest osobą powszechnie znaną. Sąd apelacyjny w Poznaniu w wyroku z 30 kwietnia 2008 r. (I ACa 245/08)<sup>48</sup> pogląd ten uznał za nietrafny. Czytamy w nim:

powoda, jako prezesa zarządu Spółdzielni Mieszkaniowej „K” w Z. nie można uznać za osobę powszechnie znaną w rozumieniu powołanego przepisu [tj. art. 81 ust. 2 pkt 1 pr. aut.] w sytuacji, gdy kierowana przez niego spółdzielnia jest jedną z wielu spółdzielni mieszkaniowych na terenie miasta.

Dalej sąd podkreśla, iż pozwany wydawca, powołując się na wyrok Sądu Najwyższego z 12 września 2001 r.

pomija fakt, że pogląd ten został odniesiony do osoby, która pełniła funkcję w jedynej spółdzielni na terenie miasta, do której bez mała należała połowa jego mieszkańców. Tymczasem w niniejszej sprawie jak to już wykazano wyżej powód jest prezesem jednej z wielu spółdzielni mieszkaniowych położonych na terenie dużego miasta. Skarżący pomija nadto fakt, że opublikowany wizerunek nie został wykonany w związku z pełnioną przez niego funkcją prezesa.

Kolejne, ostatnie już kryterium rozpowszechniania wizerunku osoby powszechnie znanej bez jej zgody stanowi informacyjny cel publikacji. Warunek ten nie jest wprawdzie zapisany w ustawie, ale zdaniem przedstawicieli doktryny wynika z wykładni celowościowej omawianej regulacji<sup>49</sup>. W konsekwencji jego brak (nawet przy zaistnieniu pozostałych przesłanek) skutkować będzie bezprawnością wszelkich działań, które wiążą się z rozpowszechnianiem podobizny osoby powszechnie znanej, zwłaszcza jeśli wizerunek wykorzystano dla celów

<sup>47</sup> OSNC 2002/5/68.

<sup>48</sup> LEX nr 466419.

<sup>49</sup> Tak: *Komentarz do ustawy...*, s. 388; T. Grzeszak, *Reklama...*, s. 12; E. Wojnicka, *Ochrona autorskich...*, s. 116.

czysto handlowych czy reklamowych<sup>50</sup>. Dzisiaj podejście to, w związku z dokonującą się komercjalizacją dóbr osobistych, zyskuje coraz bardziej na znaczeniu<sup>51</sup>.

Podobnie sytuacja kształtuje się w odniesieniu do drugiej z okoliczności wyłączających bezprawność naruszenia, wskazanej w art. 81 ust. 2 pr. aut. Zgodnie z przywołaną regulacją, zezwolenia nie wymaga upublicznienie podobizny osoby stanowiącej jedynie szczegół całości, takiej jak zgromadzenie, krajobraz, publiczna impreza. Biorąc pod uwagę działalność mediów zajmujących się relacjonowaniem i sprawozdawczością różnego rodzaju wydarzeń, rozwiązanie to wydaje się całkowicie oczywiste i uzasadnione. Trzeba jednak pamiętać o dwóch warunkach. Pierwszym z nich jest to, aby osoba znajdująca się na fotografii rzeczywiście stanowiła fragment jakiegoś szerszego spektrum, co wyklucza takie zabiegi, jak kadrowanie<sup>52</sup>, wyeksponowanie czy powiększenie podobizny. Na pewno jednak realizacja tego zapisu nie wymaga przedstawienia postaci w sposób całkowicie uniemożliwiający jej rozpoznanie. Wracając do sprawy, już wyżej przywołanej, związanej z publikacją wizerunku skazanego, osadzonego w zakładzie karnym, sąd apelacyjny w Warszawie podkreślił, iż twarz

powoda właśnie ze względu na 10 sekundowe zbliżenie nie może być uznana za element krajobrazu, szczegół całości. Nie była ona bowiem fragmentem tła ilustrującego funkcjonowanie zakładu karnego, jak np. oddalone zdjęcie okien więziennych czy ogólny rzut na dziedziniec, na którym przebywaliby w tym momencie osadzeni. Stanowiła podkład filmowy odnoszący się do treści reportażu i specjalnie w tym celu wyeksponowany. Takie ujęcie twarzy powoda za kratami nie jest efektem działalności dokumentalnej, sprawozdawczej, czy informacyjnej. Powód nie

został sfilmowany niejako przy okazji utrwalenia, np. akcji ratunkowej, pracy zakładu karnego, szpitala, czy krajobrazu przyrody – jako element, który trudno byłoby pominąć, ale jako osoba osadzona w tym konkretnym zakładzie karnym<sup>53</sup>.

Drugą przesłankę stanowi informacyjne lub artystyczne przeznaczenie wizerunku<sup>54</sup>. Tezę tę wyraźnie potwierdził sąd apelacyjny w Warszawie w wyroku z 13 stycznia 1999 r.<sup>55</sup>, podkreślając, iż nawet wtedy, gdy osoba stanowi szczegół całości, zezwolenie będzie konieczne, jeśli wizerunek wykorzystuje się nie w celach informacyjnych, a jako czołówkę programu (zresztą wykonaną przez firmę zewnętrzną wobec emitującego audycję). W tym kontekście niezrozumiałe wydaje się, przywołane uprzednio, orzeczenie sądu apelacyjnego w Łodzi z 28 sierpnia 1996 r., w którym uznano, iż użycie w celach reklamowych wizerunku osoby stanowiącej szczegół całości mieści się w granicach dozwolenia przewidzianego art. 81 ust. 2 pr. aut<sup>56</sup>.

Art. 81 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych jest powszechnie przyjmowany jako podstawowy zapis regulujący dopuszczalne wyjątki, uprawniające do dozwolonego rozpowszechnienia wizerunku osoby portretowanej. Nie jest to jednak jedyna regulacja, jaką w kontekście omawianego tematu powinno się przywołać. Podobne znaczenie ma bowiem art. 13 ustawy o prawie prasowym, który w ust. 3 na ręce prokuratora prowadzącego postępowanie przygotowawcze lub sądu prowadzącego postępowanie sądowe przekazuje możliwość udzielenia zgody na publikację wizerunku podejrzanego lub oskarżonego, tworząc tym samym kolejną okoliczność wyłączającą bezprawność naruszenia

<sup>50</sup> Patrz: wyrok Sądu Najwyższego z 27 kwietnia 1977 r., I Cr 127/77, niepublikowany.

<sup>51</sup> Patrz na ten temat: M. Czajkowska-Dąbrowska, *Glosa do wyroku...*; T. Grzeszak, *Glosa do wyroku...*; teźże, *Reklama...*

<sup>52</sup> T. Grzeszak, *Reklama...*, s. 12; J. Sobczak, *Prawo autorskie...*, s. 209–210. Patrz także wyrok Sądu Najwyższego z 12 września 2002 r., V CKN 440/00.

<sup>53</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z 26 listopada 2003 r., VI ACa 348/03.

<sup>54</sup> Patrz: T. Grzeszak, *Glosa do wyroku...*, s. 318 oraz teźże, *Reklama...*, s. 12.

<sup>55</sup> I ACa 1089/98, „Wokanda” 2000, nr 3.

<sup>56</sup> Patrz: T. Grzeszak, *Glosa do wyroku...*, s. 318.

wizerunku<sup>57</sup>. Przepis ten stanowi bowiem uzupełnienie listy sytuacji, w których, przy braku zgody osoby przedstawionej na wizerunku, publikacja jest legalna. Racje przemawiające za wprowadzeniem tego, kolejnego już, wyjątku od ogólnej reguły zakładającej zakaz publikacji wizerunku bez przyzwolenia portretowanego, nie ograniczają się do celu informacyjnego publikacji. Mają też związek z dobrem wymiaru sprawiedliwości, niekiedy bowiem, zwłaszcza na etapie postępowania przygotowawczego, opublikowanie zdjęcia podejrzanego może być pomocne w ustaleniu świadków czy kolejnych ofiar.

Szczególny charakter mają także regulacje zawarte w ustawie o Policji, odnoszące się do wykonywania i umieszczania w tzw. albumach policyjnych zdjęć sygnalitycznych – utrwalających podobizny podejrzanych<sup>58</sup>, oraz zapisy zawarte w ustawie o sporcie kwalifikowanym<sup>59</sup>. Ten ostatni akt normatywny w art. 33 ust. 1 zawiera następujący zapis:

członek kadry narodowej udostępnia na zasadach wyłączności, swój wizerunek w stroju reprezentacji kraju polskiemu związkowi sportowemu, który jest uprawniony do wykorzystania tego wizerunku do swoich celów gospodarczych w zakresie wyznaczonym przez regulaminy tego związku lub międzynarodowej organizacji sportowej działającej w danej dyscyplinie sportu. Z ustępu drugiego wynika zaś, iż zawodnik przed zakwalifikowaniem do kadry narodowej wyraża zgodę na rozpowszechnianie swojego wizerunku w stroju reprezentacji kraju w rozumieniu art. 81 ust. 1 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.

Wykładnia cytowanego przepisu stała się przedmiotem rozważań Sądu Najwyższego w wyroku z 16 grudnia 2009 roku (I CSK 160/09)<sup>60</sup> wydanym w związku ze sporem między piłkarzem wchodzącym w skład reprezentacji Polski a Telewizją Polską, która wykorzystała jego wizerunek do kampanii reklamowej

własnych produktów, na mocy umowy zawartej między Telewizją Polską a Polskim Związkiem Piłki Nożnej. Zdaniem sądu

ze spełnieniem hipotezy tego przepisu, tj. zakwalifikowaniem zawodnika do kadry narodowej, ustawodawca powiązał powstanie na rzecz polskiego związku sportowego prawa do wykorzystania wizerunku kadrowicza w stroju reprezentacji kraju. Treścią tego prawa jest więc możliwość samodzielnego wykorzystywania przez polski związek sportowy wizerunku zawodnika w stroju reprezentanta do własnych celów gospodarczych. Korelatem tego uprawnienia jest obowiązek znoszenia przez kadrowicza sytuacji, w której jego wizerunek w stroju reprezentanta kraju może być przedmiotem wykorzystania przez jego federację sportową na zasadach wyłączności.

Dalej czytamy, iż

udostępnianie wizerunku jest czymś więcej niż wyrażeniem zgody w rozumieniu art. 81 pr. aut., zatem wola zawodnika przynależności do reprezentacji kraju jest równoznaczna z jego zgodą na wykorzystanie wizerunku w granicach określonych w art. 33 ust. 1 ustawy [o sporcie kwalifikowanym]. Z wykładni językowej tego przepisu wynika, że zawodnik udostępnia na zasadach wyłączności polskiemu związkowi sportowemu, swój wizerunek w stroju reprezentacji kraju, przy czym zakres jego wykorzystania ustawodawca pozostawił do określenia związkowi sportowemu w wewnętrznych aktach organizacyjnych. Oznacza to, że zawodnik nie może bez zgody polskiego związku sportowego upoważnić osób trzecich do wykorzystywania wizerunku w stroju reprezentacyjnym.

Ten obszerny cytat pozwala na wyprowadzenie kilku wniosków. Po pierwsze – wraz z przynależnością do reprezentacji powstaje domniemanie zgody na wykorzystanie wizerunku w stroju reprezentacyjnym. Jeśli nawet kwestie te nie są regulowane aktem powołania do reprezentacji, taki wniosek Sąd Najwyższy wyprowadza z treści art. 33 ustawy o sporcie kwalifikowa-

<sup>57</sup> Szerzej na ten temat M. Łoszevska-Ołowska, *Relacje prasowe z przebiegu procesu karnego – wybrane aspekty prawne*, „Studia Medioznawcze” 2010, nr 2, s. 129 i n.

<sup>58</sup> Patrz na ten temat wyrok Sądu Najwyższego z 4 czerwca 2003 r., I CKN 480/01, LEX nr 137619.

<sup>59</sup> Ustawa z dnia 29 lipca 2005 r., Dz.U. 2005, nr 155, poz. 1298 ze zm.

<sup>60</sup> LEX nr 566088.

nym. Po drugie – zgoda na publikację, tożsama ze zgodą na bycie członkiem kadr narodowej, nie wymaga żadnej formy szczególnej i odrębności w zakresie jej wyrażania. Po trzecie – przepis ten dotyczy jedynie wizerunku zawodnika, będącego członkiem reprezentacji, w stroju reprezentacji. Po czwarte – eliminuje możliwość sprzeciwu zawodnika w zakresie dysponowania jego wizerunkiem we wspomnianym stroju. Analizując treść przywołanego przepisu, można zastanawiać się, czy stanowi on kolejną okoliczność wyłączającą bezprawność naruszenia wizerunku. Niezależnie od zajętogo stanowiska w tej materii, bezsprzecznie rozszerza on krąg sytuacji, w których pomimo braku jednoznacznie wyrażonej zgody osoby portretowanej prawo pozwala na rozpowszechnienie jej wizerunku i to także w celach typowo gospodarczych<sup>61</sup>.

Podsumowując te niekiedy wybiórcze uwagi na temat tego, czym jest wizerunek i jakie okoliczności uchylają bezprawność jego rozpowszechnienia (zwłaszcza zaś publikacji), należy zwrócić uwagę na sam, dość skomplikowany, sposób postrzegania tego szczególnego dobra osobistego. Choć stanowi on wartość stwarzającą stosunkowo najmniejsze problemy definicyjne (w zestawieniu z innymi dobrami osobistymi), są to jednak pozory. Dobro to możemy bowiem postrzegać w kilku dość charakterystycznych aspektach. *Sensu stricto* – wizerunek stanowi rozpoznawalną podobiznę danej osoby fizycznej i w takim też znaczeniu był on traktowany w niniejszej publikacji. *Sensu lato* – bywa on utożsamiany z renomą, dobrą sławą, czyli z innym dobrem osobistym, jakim jest cześć człowieka. Ten sposób posługiwania się analizowanym terminem pozostaje właściwy dla języka potocznego i innych niż prawo dziedzin nauki.

Jeśli z pojęciem wizerunku utożsamiamy rozpoznawalną podobiznę danej osoby fizycznej, to ochronę można ograniczyć wyłącznie do sytuacji, kiedy zawiera ona rozpoznawalne rysy

twarzy (czy sylwetki), ale też można spojrzeć na to szerzej i uznać, iż ochroną objęte jest wszystko to, co służy identyfikacji osoby i ma związek nie tylko z jej wyglądem, ale też sposobem poruszania się, mimiką twarzy, gestami itp.

W końcu, mówiąc o wizerunku, musimy sobie zdawać sprawę z tego, iż z jednej strony jest to samodzielnie chronione dobro, doznające uszczerbku różnorodnymi publikacjami, bez związku z naruszaniem innych wartości<sup>62</sup>, z drugiej zaś – fakt samego naruszenia prawa do wizerunku (poprzez publikację zdjęcia bez zgody przedstawianego podmiotu) schodzi niekiedy na plan dalszy w sytuacjach, w których zdjęcie jest tym, co odsłania personalia (jest jak podanie imienia i nazwiska w formie graficznej), ale istotę naruszenia prawa stanowi rozbudowana reszta publikacji lub nawet krótki komentarz o charakterze pomawiającym lub ingerującym w prywatność<sup>63</sup>. W takich sytuacjach, gdyby nie zdjęcie, mogłoby niekiedy, z braku identyfikacji, nie dojść do naruszenia dobrego imienia konkretnego podmiotu. Powodowie, występując wówczas do sądów, zwykle na kwestię naruszenia prawa do wizerunku zwracają uwagę w dalszej kolejności, skupiając się przede wszystkim na naruszeniu czci. Po wtóre – bywa też niekiedy tak, że sama fotografia zawiera treść, która ma charakter dyskredytujący lub ingerujący w prywatność. Obraz służy zatem zilustrowaniu np. okoliczności z życia osobistego lub rodzinnego, stanowiąc płaszczyznę, za pośrednictwem której uszczerbku doznają pozostałe wartości. Oglądając fotografię, ocenia się, czy to, co na niej jest przedstawione, stanowi naruszenia innych jeszcze dóbr. Może więc to być cykl zdjęć, właściwie pozbawiony komentarza.

Niniejsza publikacja nie wyczerpuje niezwykle bogatej problematyki związanej z ochroną wizerunku w polskim prawie i orzecznictwie sądów krajowych. Jest jedynie próbą odniesienia się do kilku, istotnych z punktu widzenia ochrony tego dobra, kwestii.

<sup>61</sup> Por. J. Barta, R. Markiewicz, *Media a dobra...*, s. 113–114.

<sup>62</sup> Patrz między innymi wyrok Sądu Najwyższego z 16 kwietnia 2004 r., I CK 495/03.

<sup>63</sup> Patrz między innymi wyrok Sądu Najwyższego z 24 stycznia 2008 r., I CSK 319/07, wyrok Sądu Najwyższego z 8 stycznia 2004 r., I CK 40/03, wyrok sądu apelacyjnego w Poznaniu z 30 kwietnia 2008 r. (I ACa 245/08).

Między innymi, poza zakresem rozważań pozostało istotne zagadnienie szczególnego statusu wykorzystywanych w kampaniach wyborczych wizerunków polityków. Celem opracowania było przede wszystkim przedstawienie tego, jak postrzegane (definiowane) jest to dobro, co stanowi jego naruszenie, czym jest zgoda i jakie inne okoliczności mogą usprawiedliwiać sięgnięcie po cudzy wizerunek bez obawy naruszania prawa. Kwestie te nie mogą być omawiane z pominięciem, jakże istotnego, ale niekiedy zawierającego sprzeczności, orzecznictwa sądów polskich. Stąd też uwaga została

skupiona w głównej mierze na aktualnym dorobku judykatury. Warto też podkreślić, iż w omawianej dziedzinie zyskiwać będzie coraz bardziej na znaczeniu postępująca komercjalizacja prawa do wizerunku, związana z możliwościami jego gospodarczej eksploatacji. Problem ten nie został może dostatecznie mocno wyeksponowany w opracowaniu, co nie oznacza umniejszania jego rangi na tle analizowanego tematu. Poza obszarem rozważań pozostała też kwestia roszczeń zgłaszanych przez podmioty, których prawo do wizerunku zostało naruszone.