

## Glosa do wyroku Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 19 kwietnia 2000 r. I ACa 1455/99\*

**W procesie o ochronę dóbr osobistych, pozwany ma obowiązek wykazać, że jego działanie nie było bezprawne. Bezprawność działania, zgodnie z art. 81 ust. 1 prawa autorskiego, wyłącza zgoda uprawnionego. Istnienia zgody uprawnionego ani jej zakresu nie domniemywa się. Pozwany ma obowiązek wykazać, że uzyskał zgodę uprawnionego na rozpowszechnianie jego wizerunku w oznaczonych warunkach.**

1. Orzecznictwo i doktryna poświęciły już wiele miejsca i uwagi problematyce ochrony dóbr osobistych<sup>1</sup>. Zagadnienie to wywołuje na tyle duże zainteresowanie, że wciąż pojawiają się nowe publikacje i orzeczenia. Przykładem jest komentowany wyrok dotyczący ochrony wizerunku. W niniejszej sprawie na pierwszy plan wysuwa się zagadnienie zakresu zezwolenia (przedmiotu zgody) na rozpowszechnianie wizerunku oraz pytanie o to, kogo ma obciążać ryzyko niezbyt ścisłego określenia sposobu jego wykorzystania. Już na wstępie pragnę zaznaczyć, że ostateczne stanowisko, jakie zajął w tej sprawie sąd apelacyjny, zasługuje – moim zdaniem – na aprobatę. Teza wyroku sformułowana jest w sposób jednoznaczny. To na pozwanym ciąży dowód wykazania, że „uzyskał zgodę uprawnionego na rozpowszechnianie jego wizerunku **w oznaczonych warunkach**”. Pewne zastrzeżenia mogą jedynie budzić te fragmenty uzasadnienia, które dotyczą skutków prawnych skutecznie udzielonego zezwolenia, w sytuacji kiedy rozpowszechnianie wizerunku następuje w granicach zakreślonych przez uprawnionego.

---

\* Orzecznictwo Sądów Apelacyjnych 2001, nr 5, s. 27.

<sup>1</sup> Nie sposób wymienić nawet drobnej części wypowiedzi na ten temat, dlatego wskazuję tylko na część najważniejszych pozycji: S. G r z y b o w s k i, *Ochrona dóbr osobistych według przepisów ogólnych prawa cywilnego*, Warszawa 1957; J. P a n o w i c z - L i p s k a, *Majątkowa ochrona dóbr osobistych*, Warszawa 1975; A. S z p u n a r, *Ochrona dóbr osobistych*, Warszawa 1979.

2. Przed podjęciem bardziej szczegółowych rozważań warto przytoczyć stan faktyczny, na którego tle zapadło komentowane orzeczenie. Powodowie (starsze małżeństwo) domagali się od pozwanych (wydawcy miesięcznika poświęconego zagadnieniom ekonomicznym oraz jego redaktora naczelnego) przeprosin za zamieszczenie bez zezwolenia ich fotografii w dziale promocyjnym, poświęconym ubezpieczeniom na życie. Powodowie czuli się oszukani tym faktem, gdyż fotoreporterka miesięcznika zapewniała, że zdjęcia zostaną wykorzystane jako ilustracja artykułu o problemach emerytów, natomiast nie poinformowała ich o faktycznym – reklamowym celu publikacji. Pokrzywdzeni żądali także zasądzenia 20.000 zł tytułem zadośćuczynienia pieniężnego, z tym iż połowa tej kwoty miała przyspaść powodom, a druga połowa miała być przekazana na wskazany cel społeczny. Sąd okręgowy oddalił powództwo, gdyż – w ocenie sądu – choć artykuł był sam w sobie „reklamą w szerokim rozumieniu tego słowa”, to nie można się w nim dopatrzeć reklamy konkretnych firm ubezpieczeniowych. Dlatego też wykorzystanie zdjęcia mieściło się w granicach zezwolenia. Odmienne stanowisko zajął sąd apelacyjny, uwzględniając żądania powodów w części dotyczącej przeprosin, ponieważ uznał, że nie zostali oni powiadomieni w sposób dostatecznie jasny o rzeczywistym celu publikacji. Kwestia zadośćuczynienia została przekazana sądowi niższej instancji, ze względu na konieczność poczynienia ustaleń co do faktu wystąpienia szkody niemajątkowej oraz winy pozwanych.

3. Wizerunek jest dobrem osobistym, które podlega ochronie zarówno na podstawie przepisów kodeksu cywilnego, jak i ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Zamieszczenie odpowiednich postanowień w ustawie autorskiej nie jest jednak wynikiem jakiejś odrębności interesującego nas dobra osobistego, lecz raczej wyrazem pewnej tradycji legislacyjnej<sup>2</sup> (wszystkie dotychczasowe polskie ustawy autorskie zawierały odpowiednie postanowienia w tym względzie). Naruszenie prawa do wizerunku może przybierać różną postać. Najbardziej typowym przykładem jest roz-

---

<sup>2</sup> Zdaniem J. Barty i R. Markiewicza jest to także uzasadnione tym, że wspomniane przepisy mają charakter szczególny w stosunku do norm chroniących prawa autorskie, bowiem ograniczają „swobodę wypowiedzi twórczej”. Por. J. Barta, M. Czajkowska-Dąbrowska, Z. Cwiąkałski, R. Markiewicz, E. Traple, *Komentarz do ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych*, wyd. II, Warszawa 2001, s. 532.

powszechnianie, przed którym chronią przepisy prawa autorskiego. Inną postacią naruszenia jest utrwalenie dokonane wbrew woli uprawnionego, w tym jednak wypadku może on poszukiwać ochrony jedynie na podstawie przepisów kodeksu cywilnego<sup>3</sup>. Przepis art. 81 ust.1 pr. aut., będący źródłem roszczeń powodów w niniejszej sprawie, stanowi, że rozpowszechnianie wizerunku wymaga zasadniczo zezwolenia osoby na nim przedstawionej. Wyjątki od tej reguły zawarte są w art. 81 ust. 2 pr. aut., który jednak nie miał zastosowania w tym wypadku.

4. W procesie o ochronę dóbr osobistych, ze względu na przyjęte w kodeksie cywilnym domniemanie, udowodnienie bezprawności nie jest zadaniem powoda. Jak zauważa A. Szpunar, powoduje to, że „ryzyko niewyjaśnienia okoliczności towarzyszących naruszeniu zostaje (...) przerwane na sprawcę”<sup>4</sup>. Upraszczając nieco sprawę – w procesie mamy do czynienia z pewnym logicznym ciągiem ustaleń. Udowodnienie naruszenia dobra osobistego (obciążające powoda) pociąga za sobą przyjęcie domniemanie bezprawności zachowania sprawcy, czyli przyjęcia, że doszło także do naruszenia prawa osobistego. Reguła ta znajduje zastosowanie również wtedy, gdy uprawniony poszukuje ochrony na podstawie przepisów pr. aut.

W niniejszej sprawie fotoreporterka miesięcznika wskazywała, że powodowie zgodzili się na zamieszczenie ich zdjęć w czasopiśmie. Pomimo odmiennych ustaleń sądu apelacyjnego (o czym w dalszej części glosy) warto jednak wskazać na skutki, jakie pociągałoby za sobą skuteczne udzielenie zezwolenia na rozpowszechnianie wizerunku. Otóż w doktrynie przyjmuje się powszechnie<sup>5</sup>, że w wypadku takich dóbr osobistych, jak wizerunek, tajemnica korespondencji, nietykalność mieszkania czy też prywatność, w ogóle nie dochodzi do naruszenia, jeżeli uprawniony udzielił zezwolenia na określone zachowanie. Należy zatem zauważyć, że zgoda na rozpowszechnianie wizerunku przekreśla możliwość ustalenia, iż doszło do naruszenia dobra osobistego, bowiem przepisy ustawy autorskiej nie chronią wizerunku w ogóle, ale chronią przed jego rozpowszechnianiem

---

<sup>3</sup> E. Wojnicka, *Prawo do wizerunku w ustawodawstwie polskim*, ZNUJ 1990, z. 56, s. 108 i nast.

<sup>4</sup> A. Szpunar, *Zadośćuczynienie za szkodę niemajątkową*, Bydgoszcz 1999, s. 133.

<sup>5</sup> Por. przykładowo: S. Grzybowski, *Ochrona...*, s. 119, A. Szpunar, *Ochrona...*, s. 160; E. Wojnicka, *Prawo do wizerunku...*, s. 109.

bez odpowiedniego zezwolenia. Dlatego też zdaniem E. Wojnickiej pytanie o bezprawność działania podmiotu jest w takim wypadku „bezprowadmiotowe”<sup>6</sup>. Na marginesie warto wskazać, że inną kwestią są występujące w doktrynie rozbieżności co do generalnej oceny skutków zgody uprawnionego w dziedzinie ochrony dóbr osobistych<sup>7</sup>, które wynikają być może z różnorodności pełnionych przez nią funkcji<sup>8</sup>.

Wydawałoby się zatem, że w omawianej sprawie hipotetyczne ustalenie, że pozwani rozpowszechniali wizerunek za zezwoleniem powodów, pociągałoby za sobą konstatację, iż do żadnego naruszenia dobra osobistego nie doszło. W tezie orzeczenia czytamy jednak, że zgoda uprawnionego wyłączałaby w takim wypadku „bezprawność działania, zgodnie z art. 81 ust. 1 prawa autorskiego”. Stwierdzenie to może budzić zastrzeżenia, jednak w świetle powyższych wywodów można je potraktować jako pewien skrót myślowy. Otóż zachowanie podmiotu, który rozpowszechnia za zezwoleniem cudzy wizerunek, nie jest ostatecznie bezprawne, bowiem nie dochodzi w takim wypadku do naruszenia dobra osobistego. Wyłącza to z kolei możliwość ustalenia, że doszło do naruszenia chroniącego dobro prawa osobistego, a w konsekwencji zakwalifikowania zachowania sprawcy jako bezprawnego. Mówiąc krótko: nie można uznać za bezprawne takiego zachowania, które w tym wypadku nie narusza niczyich dóbr chronionych przez prawo. Brak bezprawności jest jednak tylko wtórną konsekwencją braku naruszenia samego dobra osobistego. Tak też należy odczytać powołane stwierdzenie sądu apelacyjnego o skutkach zgody uprawnionego. O okolicznościach wyłączających bezprawność można – moim zdaniem – mówić jedynie w kontekście ust. 2 art. 81 pr. aut. przewidującego ograni-

---

<sup>6</sup> E. Wojnicka, *Prawo do wizerunku...*, s. 110.

<sup>7</sup> W doktrynie dominuje pogląd, zgodnie z którym zgoda należy do okoliczności wyłączających bezprawność naruszenia większości dóbr osobistych. Por. przykładowo A. S z p u n a r, *Ochrona...*, s. 159 i nast. Odosobnione stanowisko reprezentowane jest przez S. G r z y b o w s k i e g o, według którego co do zasady „zgoda uprawnionego ani nie usuwa zagrożenia lub naruszenia dobra osobistego, ani nie pozbawia działania znamienia bezprawności”, [w:] *System prawa cywilnego*, t. I, *Część ogólna*, Wrocław-Warszawa-Kraków 1985, s. 302.

<sup>8</sup> Skutki te mogą polegać na braku naruszenia, niewystępowaniu cechy bezprawności czy wreszcie na uchyleniu odpowiedzialności deliktowej. Por. M. S o s n i a k, *Funkcje i skuteczność zgody osoby uprawnionej w zakresie ochrony dóbr osobistych*, [w:] *Prace z prawa cywilnego wydane dla uczczenia pracy naukowej Profesora Józefa Stanisława Piątkowskiego*, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk-Lódź 1985, s. 68.

czenia w zakresie ochrony. Zachowanie objęte hipotezą tegoż przepisu może prowadzić do naruszenia dobra osobistego, ale nie prawa osobistego, gdyż podmiot rozpowszechniający wizerunek osoby powszechnie znanej lub stanowiący szczególnej większej całości działa w granicach upoważnienia ustawowego.

Wskazane skutki zgody nie powodują oczywiście konieczności wykazania przez uprawnionego, że rozpowszechnianie wizerunku nastąpiło bez odpowiedniego zezwolenia. Na naruszenie dobra osobistego składają się w tym wypadku dwa elementy: rozpowszechnianie wizerunku oraz brak zgody na takie działanie, z których tylko pierwszy musi być udowodniony przez powoda. Podobną myśl wyraża teza głosowanego orzeczenia. Sąd apelacyjny słusznie podkreślił, iż udzielenie zezwolenia przez uprawnionego powinno być w procesie o ochronę wizerunku wykazane przez pozwanego. Jest to oczywiste, bowiem niezależnie od tego, czy zgoda stanowi okoliczność wyłączającą bezprawność, fakt naruszenia, czy też odpowiedzialność deliktową, to w każdym z tych wypadków właśnie pozwany musi udowodnić jej istnienie, jeżeli chce uniknąć negatywnych skutków swojego zachowania. Na marginesie warto zauważyć, że ewentualne tolerowanie przez uprawnionego dotychczasowych naruszeń nie może być zrównane z jego zgodą. Moim zdaniem, podobna myśl została po części wyrażona w nie publikowanym orzeczeniu z dnia 27.04.1977 r. I CR 127/77, w którym Sąd Najwyższy przyjął, że sam fakt popularności w połączeniu z brakiem sprzeciwu powoda wobec publikowania jego zdjęć w czasopiśmie, nie uzasadnia dopuszczalności rozpowszechniania wizerunku w inny sposób, bez odpowiedniej zgody<sup>9</sup>. Zauważmy, że inaczej rzecz się ma w wypadku utrwalenia wizerunku, które zdaniem E. Wojnickiej jest zasadniczo dozwolone, a staje się bezprawne tylko wtedy, gdy towarzyszy mu sprzeciw uprawnionego<sup>10</sup>.

5. Przejdźmy w tym miejscu do kwestii, która ma pierwszorzędne znaczenie, czyli zakresu zgody i warunków, jakim powinna ona odpowiadać. W tezie orzeczenia sąd apelacyjny wskazał na konieczność wykazania przez pozwanego, iż rozpowszechnienie wizerunku nastąpiło w ramach

---

<sup>9</sup> Teza orzeczenia przedstawiona w: J. Barta, R. Markiewicz, *Prawo autorskie. Przepisy, orzecznictwo, umowy międzynarodowe*, Warszawa 1997, s. 734.

<sup>10</sup> E. Wojnicka, *Prawo do wizerunku...*, s. 108-109.

zakreślonych przez uprawnionego. Ta zgoła banalna konstatacja prowadzi do wniosku, że ryzyko niewyjaśnienia wszystkich okoliczności obejmuje nie tylko ocenę samego sposobu wykorzystania wizerunku, lecz przede wszystkim zakresu zezwolenia. Kompetencji osoby rozpowszechniającej wizerunek nie należy w tym względzie domniemywać, gdyż stanowi ona wyłom w sferze wyłączności uprawnionego. Podkreślany w doktrynie wymóg niewątpliwości zgody (co oczywiście nie jest tożsame z wyrażeniem jej w sposób wyraźny) należy rozumieć szeroko, jako obejmujący nie tylko fakt udzielenia, ale także sam zakres zezwolenia. Oznacza to, że zachowanie osoby ingerującej w cudze dobro osobiste (wizerunek) tylko wtedy nie jest naruszeniem, jeżeli niewątpliwie mieści się w ramach wyznaczonych przez uprawnionego. Problem powstaje, gdy osoba rozpowszechniająca wizerunek wskazuje, że z oświadczenia uprawnionego i towarzyszących im okoliczności wynika dopuszczalność określonych zachowań, czemu przeczy sam autor oświadczenia, powołując się na swoje subiektywne przekonania. Nie można całej sprawy skwitować stwierdzeniem, że decydujące znaczenie ma wola wewnętrzna uprawnionego co do zakresu zgody. Oznaczałoby to całkowite pominięcie interesu drugiej strony, który wyraża się w zaufaniu do treści zgody i istnieniu przekonania, że swoim zachowaniem niczyich praw nie narusza. Otóż w takim wypadku należy sięgnąć do reguł wykładni oświadczeń woli, choć zgoda nie jest czynnością prawną lecz – jak się przyjmuje w doktrynie – ma charakter „jednostronnego, odwołalnego działania prawnego”<sup>11</sup>, podobnego jedynie do oświadczenia woli. Przepis art. 65 k.c. daje w tym względzie ogólne wytyczne, pozwalające rozstrzygnąć ewentualny „konflikt” między wolą wewnętrzną działającego a jej przejawem zewnętrznym w postaci zachowania. Wydaje się, że w zakresie zgody można z drobnymi modyfikacjami zastosować reguły wypracowane w tym względzie dla oświadczeń woli skierowanych do adresata. Jak zauważa A. Wolter, co do zasady decydujące znaczenie ma wówczas to „co da się wywnioskować z zachowania przez rozsądnego i starannego uczestnika obrotu”<sup>12</sup>, co oczywiście niekoniecznie musi się pokrywać ze znaczeniem nadanym oświadczeniu przez konkretnego adresata. Występują zatem w tym

---

<sup>11</sup> M. Sośniak, *Funkcje i skuteczność zgody ...*, s. 67.

<sup>12</sup> A. Wolter, [w:] A. Wolter, J. Ignatowicz, K. Stefaniuk, *Prawo cywilne. Zarys części ogólnej*, wyd. 2, Warszawa 1998, s. 281.

względnie czynniki obiektywizujące. Przykładowo ocena zakresu dozwolonych czynności nie może być oderwana od powszechnego znaczenia sformułowań, którymi posługuje się uprawniony. I tak osoba, która zezwoli na wykorzystanie jej wizerunku w gazecie ogólnopolskiej i uczyni to w sposób wyraźny, nie może później skutecznie twierdzić, że miała na myśli tylko dodatek lokalny. Wyjątek od zasady, że decydujące znaczenie ma obiektywna ocena oświadczenia woli, występuje wtedy, gdy przypisywany przez składającego oświadczenie sens wypowiedzi znany jest adresatowi, a właściwie jeżeli adresat „o takim znaczeniu wiedział lub powinien był wiedzieć”<sup>13</sup>.

Wykorzystując dotychczasowe rozważania do oceny obowiązku znajomości sensu oświadczenia uprawnionego w wypadku zgody na rozpowszechnianie wizerunku, należy stwierdzić, że owa powinność musi być rozumiana szeroko, obejmując nie tylko wypadki trwałych stosunków między stronami czy znajomość utrwalonych zwyczajów. W sytuacji, w której zakres zezwolenia jest niejasny i istnieje możliwość różnej interpretacji, należy zastanowić się, czy adresat oświadczenia powinien zdawać sobie sprawę, że uprawniony **może** przypisywać (a nie, że przypisuje) swojemu oświadczeniu inne znaczenie. Chodzi tu o potrzebę rozważenia, czego obiektywnie może oczekiwać w tym względzie rozsądny i staranny adresat oświadczenia od przeciętnego człowieka z danej grupy społecznej czy zawodowej, postawionego w okolicznościach, w których składał swoje oświadczenie uprawniony. Jeśli adresat oświadczenia powinien zdawać sobie sprawę z wskazanej wyżej możliwości i nie uczynił żadnych kroków w celu usunięcia pojawiających się niepewności, to należałoby przyjąć, że zgoda nie jest niewątpliwa. Wtedy i dopiero wtedy powinno się uwzględnić w pierwszym rzędzie subiektywną wolę uprawnionego. By uniknąć nieporozumień dodam, że stwierdzenia te nie są sprzeczne z panującym w doktrynie i orzecznictwie obiektywnym ujęciem dóbr osobistych i kryteriów ich naruszenia. Czym innym jest ustalenie według obiektywnych kryteriów braku niewątpliwości zgody i w konsekwencji – uwzględnienie subiektywnego przekonania udzielającego zezwolenia na temat zakresu dozwolonych czynności, a czym innym ocena, czy dane zachowanie obiektywnie wykracza poza granice zezwolenia.

---

<sup>13</sup> Tamże, s. 282.

6. W niniejszej sprawie nie trzeba było odwoływać się do tak rozbudowanej interpretacji. W toku postępowania dowodowego wykazano, że fotoreporterka, zabiegając o zgodę powodów, nie poinformowała ich w sposób rzetelny o planowanym faktycznym sposobie wykorzystania wizerunku. Oznacza to, że zezwolenie nie obejmowało innego niż informacyjny kontekstu, w którym miały zostać wykorzystane zdjęcia. Zachowanie pozwanego przekroczyło ramy udzielonej zgody, bowiem sporna publikacja miała niewątpliwie charakter reklamowy.

Ustalenia sądu apelacyjnego w tej kwestii nie budzą wątpliwości. Wskazuje na to treść uzasadnienia, z którego można się dowiedzieć, że artykułowi, ilustrowanemu zdjęciami powodów, towarzyszył nie tylko wymowny tytuł „specjalny dział promocyjny – ubezpieczenia życiowe”, ale i reklamy oraz znaki firmowe kilku towarzystw ubezpieczeniowych. Trudno w takim wypadku uznać niniejszą publikację za promocję ubezpieczeń w ogólności, a nie ubezpieczeń oferowanych w konkretnych firmach. Zresztą, nawet gdyby zostały w niej zamieszczone reklamy wszystkich działających na rynku podmiotów ubezpieczeniowych, nie wpłynęłoby to – moim zdaniem – na taką, a nie inną kwalifikację publikacji<sup>14</sup>.

W literaturze przedmiotu wskazuje się na liczne niebezpieczeństwa ukrytej reklamy, która może przybierać m.in. postać wypowiedzi o charakterze informacyjnym<sup>15</sup>. Przeciwdziałaniu negatywnym skutkom w tym względzie służy przepis art. 36.3 prawa prasowego, nakazujący wyraźne oznaczenie reklam i ogłoszeń w taki sposób, by nie mogły być pomyłone z materiałem redakcyjnym. Oceniając charakter spornej publikacji, należy zatem spojrzeć na nią całościowo. To, że artykuł i towarzyszące mu zdjęcie przedstawiające powodów nie miały charakteru reklamowego, samo w sobie nie ma większego znaczenia. Sąd apelacyjny słusznie zauważył, że ich zadaniem była zachęta do zapoznania się z ofertą konkretnych firm ubezpie-

---

<sup>14</sup> W takim wypadku mielibyśmy do czynienia z reklamą „zbiorową” branży ubezpieczeniowej, której beneficjentem byłby każdy z promujących się podmiotów. W dalszym ciągu byłaby to jednak reklama, jak bowiem zauważa R. S k u b i s z, cechą reklamy jest to, że „zmierza do stymulowania zbytu” określonych produktów, [w:] *Komentarz ZNKU*, red. J. Szwaja, Warszawa 2000, s. 420.

<sup>15</sup> R. S k u b i s z, [w:] *Komentarz ZNKU*, s. 421, s. 471 i nast.; A. K a r p o w i c z, *Jak reklamować się zgodnie z prawem*, Warszawa 1997, s. 35 i nast.



zeniowych<sup>16</sup>. Powodowie twierdzili zresztą, że godzili się na artykuł o problemach ludzi starszych, a nie o ubezpieczeniach. Odpowiednie otoczenie zdjęcia umieszczonego przecież w wydzielonej części pisma powoduje, że nie sposób nie uznać jego reklamowego charakteru. Umiejętnie połączone: neutralna zapewne wypowiedź dotycząca ubezpieczeń oraz materiał reklamowy są po prostu reklamą opisywanych produktów.

7. Na poczynione przez sąd ustalenia co do zakresu zgody nie miało też wpływu to, że – jak zeznał świadek – „powodowie nie pytali o nic, zastrzeżeń nie mieli”. Postawa powodów świadczy bardziej o ich błędnym, jak się później okazało, przekonaniu, że zdjęcia zostaną wykorzystane tylko jako ilustracja artykułu o emerytach, aniżeli o obojętności co do innych sposobów wykorzystania zdjęć. Dlatego też słusznie sąd apelacyjny uznał działania pozwanych za przekraczające ramy udzielonego zezwolenia.

Jak podkreśla A. Szpunar, zgoda jest „czymś więcej, niż liczenie się z samym stanem zagrożenia”<sup>17</sup>. Także autorzy komentarza do ustawy o prawie autorskim zauważają, że zgoda na ogół dotyczy „konkretnych warunków”, w których ma miejsce rozpowszechnianie wizerunku, takich jak czas, miejsce i osoba dokonująca publikacji<sup>18</sup>. Nie sposób przypisywać powodom w tej sprawie, że udzielili zgody w sposób generalny, obejmujący każde możliwe zachowanie pozwanych. Oczywiście nie można wykluczyć, że uprawniony w niektórych wypadkach zezwoli w sposób „abstrakcyjny” na wykorzystanie wizerunku, pozostawiając dużą swobodę drugiej stronie. Tak szeroki zakres powinien jednak wynikać w sposób wyraźny i niewątpliwy z oświadczenia. Wskazaną sytuację należy uznać za wyjątkową, a w pozostałych wypadkach wątpliwości co do zakresu zgody powinno się rozstrzygać na korzyść udzielającego zezwolenia. W niniejszej sprawie okoliczność, że powodowie mogliby ewentualnie domyślać się faktycznego celu publikacji, nie eliminuje kwalifikacji zachowania pozwanych jako naruszającego prawo do wizerunku.

---

<sup>16</sup> Osoby badające reklamę jako zjawisko kulturowe wskazują, że reklama często mniej mówi o samych towarach, a bardziej o konsumentach: „o ich pragnieniach, marzeniach, o tym kim oni są”. Patrz A. Kisieliwski, *W fabryce tożsamości*, Więź 2001, nr 9, s. 45.

<sup>17</sup> A. Szpunar, *Zgoda uprawnionego w zakresie ochrony dóbr osobistych*, RPEiS 1990, z. 1, s. 46.

<sup>18</sup> J. Barta, R. Markiewicz, [w:] *Komentarz...*, s. 535.

8. Na uwagę zasługują też te fragmenty uzasadnienia, w których skład orzekający zastanawiał się nad możliwością innej oceny dowodów. Otóż, nawet gdyby dać wiarę fotoreporterce miesięcznika (a tak się nie stało), że wspomniała powodom o promocyjnym charakterze publikacji, to nie można przyjąć, zdaniem sądu apelacyjnego, że uczyniła to w sposób dostatecznie jasny i zrozumiały dla nich. Stwierdzenie to zasługuje na aprobatę w świetle przedstawionych w głosie wywodów na temat wykładni zgody; szkoda jednak, że sąd apelacyjny nie pokusił się w tym miejscu o jego rozwinięcie. Odwołanie się li tylko do subiektywnych przekonań uprawnionego może, jak mierniam, błędnie sugerować przyznanie bezwzględne prymatu woli wewnętrznej osoby udzielającej zezwolenia. Otóż można powiedzieć, że ze względu na duże trudności, jakie sprawia w niektórych wypadkach rozróżnienie reklamy i neutralnej wypowiedzi, trudno oczekiwać pełnego rozeznania w tym względzie od **przeciętnego człowieka**. Pozwany powinien liczyć się z tym faktem, tym bardziej że słowo „promocja” używane jest także w odniesieniu do tzw. reklamy społecznej, mającej na celu popieranie określonych zachowań społecznie wartościowych czy chociażby poszerzania wiedzy o określonych problemach. Jeżeli jednak nie sprecyzował dokładniej sposobu wykorzystania zdjęć, powinien liczyć się z możliwością odmiennego wyobrażenia powodów w tej sprawie. Dopiero w tej sytuacji usprawiedliwione jest oparcie się na zakresie zgody ustalonym według subiektywnego przekonania osoby udzielającej zezwolenia.

W niniejszej sprawie stron nie łączył stosunek zobowiązaniowy mający źródło w dwustronnej czynności prawnej, jak to się dzieje np. w wypadku umów zawieranych między agencjami reklamowymi a aktorami. Ze względu na to, że zgoda zostaje wtedy niejako „pochłonięta” przez umowę, w której druga strona zobowiązuje się najczęściej do zapłaty sumy pieniężnej, do oświadczeń obu stron powinno stosować się wprost te przepisy kodeksu cywilnego, które precyzują skutki czynności prawnych (art. 56 k.c.). W razie wątpliwości należy także przyznać prymat regułom wykładni opartym na kryteriach obiektywnych, a nie subiektywnych (art. 65 k.c.). Odmiennie zatem niż w sprawie będącej przedmiotem uwagi sądu apelacyjnego, o zakresie dozwolonych czynności w wypadku zawarcia odpowiedniej umowy rozstrzygać będzie nie tylko zgoda uprawnionego, ale i ustalone zwy-

czaje panujące zarówno w środowisku uprawnionego, jak i podmiotu rozpowszechniającego wizerunek<sup>19</sup>.

9. Skromne ramy glosy nakazują rezygnację z omówienia pewnych kwestii. Poza zakresem rozważań pozostawiam ustalenia sądu co do zadośćuczynienia pieniężnego, które zresztą należy uznać za prawidłowe. Sąd apelacyjny słusznie zauważył, że niezależnie od wyboru przez powodów podstawy roszczenia o zadośćuczynienie (art. 78 pr. aut. albo art. 448 k.c.), przesłanką jego zasądzenia jest zawinione zachowanie sprawcy szkody niemajątkowej. W tym miejscu nasuwa się jedynie uwaga, że po początkowym zamieszaniu wywołanym nowelizacją art. 24, a zwłaszcza 448 k.c., doktryna<sup>20</sup> i judykatura<sup>21</sup> dość szybko ustaliły, iż przepis art. 448 k.c. znajdzie zastosowanie tylko w wypadku zawinionego naruszenia dobra osobistego, pomimo braku wyraźnego wskazania ustawy w tym względzie.

10. Na zakończenie chciałbym dodać, że w niniejszej sprawie sąd nie stanął przed koniecznością ustalenia, czy powodowie doznali jakiegokolwiek szkody majątkowej wskutek naruszenia prawa do wizerunku. Problem ten pojawia się np. w wypadku osób powszechnie znanych, których wizerunek z różnych powodów może przedstawiać dużą wartość dla innych podmiotów. Problematyka tzw. komercjalizacji dóbr osobistych<sup>22</sup> należy jednak do

---

<sup>19</sup> Por. znane i kontrowersyjne orzeczenie z dnia 15.04.1965 r. I CR 58/65, w którym Sąd Najwyższy przyjął, że producentowi filmu przysługuje uprawnienie do wykorzystania zdjęć aktorów w nim występujących „w celach reklamowych służących bezpośrednio propagandzie filmu”, nawet jeżeli umowa łącząca strony nie zawiera wyraźnego postanowienia w tym względzie, OSP 1966, z. 6, poz. 130. Warto zauważyć, że pomimo dotkliwej krytyki niniejszego orzeczenia wyrażonej przez A. Kopffa, autor nie zakwestionował słuszności przytoczonej wypowiedzi. A. K o p f f, *Glosa do orzeczenia SN z dnia 15.04.1965 r.*, OSP 1966, z. 6, poz. 130.

<sup>20</sup> Spośród licznych wypowiedzi na ten temat warto wskazać: B. L e w a s z k i e w i c z - P e t r y k o w s k a, *W sprawie wykładni art. 448 k.c.*, Przegląd Sądowy 1997, nr 1, s. 3 i nast.; M. S a f j a n, *Ochrona majątkowa dóbr osobistych po zmianie przepisów kodeksu cywilnego*, Przegląd Prawa Handlowego 1997, nr 1, s. 10 i nast.; A. S z p u n a r, *Zadośćuczynienie...*, s. 210 i nast.

<sup>21</sup> Por. przykładowo wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie z dnia 19.05.1998 r. I ACa 130/98 opublikowany w: B. G a w l i k, *Dobra osobiste. Zbiór orzeczeń Sądu Apelacyjnego w Krakowie*, Kraków 1999, s. 305 i nast.

<sup>22</sup> Por. przykładowo: M. C z a j k o w s k a - D a b r o w s k a, *Merchandising – czyli komercjalizacja popularnych symboli*, PPH 1998, nr 10, s. 1 i nast.; T. G r z e s z c z a k, *Reklama*

zagadnień odrębnych, a poczyniona uwaga miała jedynie charakter sygnalizacyjny. Niezależnie jednak od tego, kim jest uprawniony, w wypadkach, w których między stronami procesu toczy się spór co do zakresu zgody, warunków, na jakich została ona udzielona, rozstrzygnięcia winny być oparte na tych samych podstawach, niezależnie od tego, czy wizerunek danej osoby przedstawia realną wartość majątkową, czy też nie.

W tym miejscu nasuwa się smutna konstatacja, że nie tylko politycy, ale i dziennikarze, agencje reklamowe oraz wiele innych podmiotów, które działają w sposób profesjonalny na rynku medialnym, często nie zdają sobie sprawy z konieczności poszanowania praw innych osób. Przejawia się to nie tylko w rezygnacji z uzyskania zezwolenia na rozpowszechnianie wizerunku, ale też, jak w komentowanej sprawie, w wykorzystywaniu łatwowności powodów. Dlatego też z zadowoleniem należy powitać komentowane orzeczenie, które pokazuje, że ważny jest nie tylko sam fakt uzyskania zgody, ale i jej zakres. Przedstawione uwagi dotyczące ustaleń sądu co do skutków prawidłowo udzielonego zezwolenia nie powinny w tym kontekście rzutować na generalnie pozytywną ocenę niniejszego wyroku.

*Krzysztof Kurosz*

---

*a ochrona dóbr osobistych (naruszenie praw osobistych wykorzystanych w reklamie żyjących osób fizycznych)*, PPH 2000, nr 2, s. 9 i nast.