

WIZERUNEK CO DO ZASADY

Obserwacja początkowa jest mianowicie taka, że przełom roku pozostaje tradycyjnym okresem wyjątkowych zabiegów o wizerunek.

Akcję rozpoczyna grudzień, w którym finalizujemy cykl roczny, realizując plany wizerunkowe w kontekstach zewnętrznych (imprezy zakładowe, spotkania z rodziną), jak i wewnętrznych (budowanie własnego obrazu swojej osoby w oczach Mikołaja). To w grudniu starania te osiągną apogeum po to, aby pełnym blaskiem wybuchnąć, najchętniej, wokolicach wieczoru i późnych godzin nocnych 31 grudnia.

Styczeń, zwyczajowo, przynosi koncepcję odmiany. Niezrealizowane od 5 lat postanowienia wizerunkowe, (bywa, że) karmione ciemiężnymi skutkami dnia poprzedniego, odżywiają całą swoją parodię stanowczo ci.

I pozostając jeszcze przez chwilę w owym magicznym okresie przełomu roku, można filozoficznie zapytać: czy – zwyczajowo nienadążając za obrotem - prawo dostrzega ów wizerunkowy wysiłek, a jeżeli tak, to czy pomaga w osiągnięciu sukcesu, czy może – również swoim zwyczajem - przeszkadza?

I odpowiadając na te pytania, wskazać należy wprost i stanowczo.

Prawo dostrzega te wysiłki i to nawet nie tylko te grudniowe/styczniowe, ale także, i stanowczo, oraz całą swoją moc wspiera nas w osiągnięciu sukcesu.

Co do zasady. Oczywiście.

Przede wszystkim wizerunek w rozumieniu prawa, to aspekt fizyczny człowieka – jego wygląd zewnętrzny, obraz fizyczny (por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie I ACa 1741/14 z dnia 22.05.2015r.). Dobrymi, sława czy obraz w oczach innych (zwłaszcza Mikołaja) określanes mianem czci, nie za wizerunku i o nich b dziemy pisali w kolejnym wpisie.

Przepisy wprost dotyczące ochrony wizerunku zawiera ustawa z dnia 04 lutego 1994r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2022r. poz. 2509 z późn. zm., dalej jako ustawa o prawie autorskim) – tu art. 81 do art. 84. Ochrona wizerunku ma na odniale również w regulacji ustawy z dnia 23 kwietnia 1964r. kodeksu cywilny (Dz. U. z 2022 poz. 1360 z późn. zm.) – tu art. 23 i 24.

Z racji na to, że ustawodawca jest racjonalny (nawet w Sylwestra), zabronił on co do zasady rozpowszechniania Naszego wizerunku bez Naszego zezwolenia (art. 81 ust. 1 ustawy o prawie autorskim).

Drobn nerwowo wywołała mo e przy tym art. 81 ust. 2 pkt. 2 ustawy o prawie autorskim, który zezwala na rozpowszechniania naszego wizerunku, o ile jeste my jedynie szczegółem cała ci takiej, jak publiczna impreza.

I zastanawiaj csi nad pochodzeniem tej nerwowo ci identyfikujemy dwa potencjalne jej źródła.

Pierwsze to zupełnie umniejszaj cę Naszą to enie, e mo emy by jedynie szczegółem cała ci, kiedy to, ka dy rozumny kto przyzna, e to raczej cała mo e by jedynie szczegółem Nas.

Drugie za osobnicze, b d cę efektem naszej właciwej wyobra ni, wynika z takiego – wył czenie hipotetycznego i stworzonego jedynie dla pró nych rozwa a prawnych - scenariusza zdarze , w którym My sami nawet, jako szczegół cała ci publicznej imprezy staniemy si zagro eniem dla własnych marze o wizerunek.

Od razu przy tym poczyni nale y zastrze enie, e zezwolenie na owo rozpowszechnianie nie mo e, no po prostu nie mo e, zwalnia z ochrony wizerunku zapewnianej art. 23 kodeksu cywilnego.

Co oznacza, e mo emy spokojnie si oprze .

Je eli bowiem wizerunek podlega ogólnej ochronie prawnej (art. 23 kodeksu cywilnego), nawet w tym zupełnie miesznym i całkowicie nieprawdopodobnym scenariuszu sygnalizowanym powy ej, kiedy to u ywamy wszystkich naszych najlepszych sztuczek towarzyskich przeciwko własnemu wizerunkowi – osoba, która utrzymała ten nasz niew tpliwie szeroko niezgodny z zało eniami wizerunek, nie mo e go rozpowszechnia .

Co do zasady oczywi cie.

Kłopotliwe w kontek cie rozwa anego scenariusza 31 grudnia/01 stycznia mo e by przyj cie właciwego podej cia do zezwolenia na rozpowszechnianie wizerunku.

I tym razem pomocn dło wyci gaj do nas dy powszechne. S d Apelacyjny w Katowicach w wyroku I ACa 185/14 stanowczo stwierdził:

„Zgoda na rozpowszechnienie wizerunku musi by niew tpliwa, zatem osoba jej udzielaj ca musi mie pełn wiadomo nie tylko formy przedstawienia jej wizerunku, ale tak e miejsca i czasu publikacji, zestawienia z innymi wizerunkami i towarzyszcego jej komentarza, czyli musi to by zgoda tak e co do warunków dopuszczalnego wykorzystania wizerunku.

Istnienia zgody uprawnionego ani jej zakresu nie domniemywa si .”

Koncept ten zapewnia bezpiecze stwo w zasadzie przy ka dym hipotetycznym przebiegu przełomu grudnia i stycznia. W wi kszo ci potencjalnych scenariuszy nie b dziemy dysponowali pełn wiadomo ci formy przedstawienia wizerunku, a w tych najlepszych z nich mo emy nawet nie dysponowa wiadomo ci miejsca i czasu.

1 Tym razem puszczamy obraz płazem z racji na dalek hipotetyczno scenariusza.

2 Kto tak robi, w ogóle?

3 Osobn kwestii jest to, czy w takim scenariuszu nie staniemy si głównym aspektem utrwalenia, skoro do wiadzenie płyn cę z ycia codziennego wskazuje, e tak si właci nie dzieje. I w tym przypadku mo emy si oprze spokojni – przestajemy by bowiem obra liwym dla naszej osoby szczegółem cała ci, a odnajdujemy si w naturalnej przedcie dla nas roli cała ci.

Dla wyrównania tak pozytywnej dozy dobrych dla naszego wizerunku informacji, jest to informacja pozytywna i rzetelna.

Prawo zabrania bowiem jedynie rozpowszechniania wizerunku bez naszego zezwolenia i co do zasady nie wypowiada się na temat dopuszczalności samego utrwalania tego wizerunku.

W przypadku więc naszego hipotetycznego wyłonięcia scenariusza ocena utrwalenia obrazu Naszej osoby w wersji niezgodnej z naszym oficjalnym wizerunkiem, musiałaby być prowadzona pod kątem naruszenia dóbr osobistych opisanych w art. 23 kodeksu cywilnego.

Co do zasady – oczywiście.

A large, stylized letter 'S' logo. The top part of the 'S' is a dark blue-grey color, and the bottom part is a light blue color. The 'S' is composed of thick, rounded strokes.

Cieślcki Jakub
Radca Prawny