

Ochrona
prawa do wizerunku



NR 2697

Piotr Ślęzak

Ochrona prawa do wizerunku

Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego



Katowice 2009

Redaktor serii: Telewizja, Radio, Film
Piotr Ślęzak

Recenzent
Janusz Barta

Publikacja będzie dostępna — po wyczerpaniu nakładu — w wersji internetowej:

Śląska Biblioteka Cyfrowa
www.sbc.org.pl

Spis treści

Wykaz skrótów	7
Wprowadzenie	9
Rozdział pierwszy	
Pojęcie wizerunku jako przedmiotu ochrony	11
Rozdział drugi	
Podmiot prawa do wizerunku	24
Rozdział trzeci	
Treść prawa do wizerunku	27
1. Treść prawa do wizerunku	27
2. Swoboda korzystania z wizerunku	32
A. Słowo wstępne	32
B. Zgoda na sporządzenie wizerunku	33
C. Zgoda na rozpowszechnianie wizerunku	35
D. Ograniczenia prawa do wizerunku	39
E. Swoboda korzystania z wizerunku w prawie prasowym	47
Rozdział czwarty	
Charakter prawa do wizerunku	50
1. Wstęp	50
2. Osobisto-majątkowy charakter prawa do wizerunku	50
3. Osobisty charakter prawa do wizerunku	53
Rozdział piąty	
Rozpowszechnianie wizerunku po śmierci uprawnionego	56

Rozdział szósty	
Przesłanki dochodzenia ochrony	58
Rozdział siódmy	
Roszczenia ochronne	63
1. Wprowadzenie	63
2. Legitymacja czynna i bierna	64
3. Powództwo o ustalenie	65
4. Roszczenia niemajątkowe	65
5. Roszczenia majątkowe	68
Podsumowanie	70
Literatura	71
Orzecznictwo	74
Résumé	77
Zusammenfassung	78

Wprowadzenie

Niniejsza praca jest poświęcona niektórym aspektom wykonywania oraz ochrony prawa do wizerunku. Do zajęcia się tą problematyką skłaniają mnie dwie okoliczności. Po pierwsze, ochronie prawa do wizerunku służą w systemie prawa cywilnego dwie grupy norm zawartych w dwóch różnych aktach prawnych: kodeksie cywilnym i prawie autorskim. Wypada w związku z tym zastanowić się, czy podmiot, przedmiot i treść tych regulacji są zbieżne, czy też zostały one różnie ukształtowane.

Po drugie, różnorodne podejście do istoty prawa do wizerunku. W tradycyjnym ujęciu prawo do wizerunku należy do praw osobistych człowieka. Jest dobrem niezbywalnym. W życiu gospodarczym współczesnego społeczeństwa jednakże wykształciły się różne sposoby komercjalizacji dóbr osobistych. Przykładem komercjalizacji prawa do wizerunku jest zjawisko merchandisingu. Istota tej instytucji polega na specyficznym połączeniu dobra materialnego — towaru (rzeczy w rozumieniu prawa rzeczowego) z promującym go dobrem niematerialnym. Przedsiębiorca posługuje się cudzym wizerunkiem w celach promocyjnych. Dla osiągnięcia efektu marketingowego wykorzystuje popularność, jaką własną działalnością zdobyła określona osoba (aktor, piosenkarz, sportowiec, polityk itp.). Także producenci reklam często starają się umieścić w przekazie reklamowym znaną odbiorcom osobę. Przykład ten pokazuje, że warto zastanowić się nad majątkowym wymiarem prawa do wizerunku.

Ochrona prawa do wizerunku jest zagadnieniem o dużej doniosłości społecznej; istotnym zarówno dla osób, które dochodzą ochrony, jak i dla podmiotów wykorzystujących wizerunki. Z jednej strony jest to instytucja prawna chroniąca konkretne dobro osobiste przed bezprawnym wykorzystywaniem, a z drugiej strony określająca granice, w których powinny mieścić się działania podmiotów korzystających z wizerunku.

Niniejsza praca zawiera informacje cenne dla osób sporządzających i wykorzystujących wizerunki w codziennej pracy: fotografów, filmowców i pracowników stacji telewizyjnych. Może też stanowić istotną pomoc dydaktyczną dla studentów szkół filmowych.

Piotr Ślęzak

La protection du droit à son image

Résumé

Cette étude est consacrée aux problèmes choisis du droit à son image, et particulièrement à sa protection. Elle comprend deux parties. Dans la première, qui contient les chapitres 1—3 l'auteur définit la représentation physique, l'image, le portrait et l'exemplaire. Sa compréhension de la notion de l'image comprend cinq catégories: image plastique, image auditive, masque artistique, image littéraire et art corporel. L'auteur caractérise deux conceptions de la protection des biens personnels formulées dans la doctrine polonaise du droit civil: la protection dans le cadre du droit subjectif et de la protection institutionnelle. L'étude comprend des réflexions concernant la protection du droit à son image qui reposent sur deux bases de droit: le code civil et le droit d'auteur. L'auteur analyse des problèmes juridiques qui en résultent. Il se concentre particulièrement sur l'analyse de la teneur du droit à son image (spécialement l'autorisation à son enregistrement et sa diffusion) et des restrictions de cette teneur (situations qui exigent l'autorisation de la personne qui figure sur l'image).

Dans la seconde partie, qui comprend des chapitres 4—7, l'auteur explique des questions: du caractère du droit à son image (comme un droit à caractère personnel), de la diffusion de l'image après la mort du titulaire du droit et des prémisses pour la poursuite de la protection.

Piotr Ślęzak

Der Schutz des Abbildrechtes

Z u s a m m e n f a s s u n g

Die vorliegende, aus zwei Teilen bestehende Arbeit ist den ausgewählten Problemen des Bildnisses und besonders dessen Schutz gewidmet. Im ersten Teil (Kapitel 1—3) werden folgende Begriffe erläutert: physikalisches Bild, Bildnis, Abbild und Exemplar. Bei dem Begriff „Bildnis“ unterscheidet der Verfasser zwischen den fünf Kategorien: plastisches Bildnis, auditives Bildnis, künstlerische Maske, schriftliches Bildnis und Body Art. Er bespricht die in polnischer Doktrin des Zivilrechtes geltenden Konzeptionen des Individualgüterschutzes: den Schutz der subjektiven Rechte und den institutionellen Schutz. Der Verfasser stützt sich auf zwei rechtliche Grundlagen: Bürgerliches Gesetzbuch und das Urheberrecht. Besonders genau analysiert er das Bildnissesrecht (v.a. die Anfertigungsgenehmigung und Veröffentlichung) und dessen Beschränkungen (die Fälle, in denen es nicht nötig ist, die Einwilligung der porträtierten Person einzuholen).

Im zweiten Teil (Kapitel 4—7) erörtert der Verfasser die Eigenschaften des Bildnisseschutzrechtes (als eines Persönlichkeitrechtes), die Veröffentlichung des Abbildes nach dem Tod des Berechtigten und die Voraussetzungen für die Geltendmachung des Abbildschutzes.

Redaktor: Agnieszka Plutecka
Projektant okładki: Paulina Tomaszewska-Ciepły
Redaktor techniczny: Barbara Arenhövel
Korektor: Barbara Jagoda

Copyright © 2009 by
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
Wszelkie prawa zastrzeżone

ISSN 0208-6336
ISBN 978-83-226-1818-9

Wydawca
Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego
ul. Bankowa 12B, 40-007 Katowice
www.wydawnictwo.us.edu.pl
e-mail: wydawus@us.edu.pl

Wydanie I. Ark. druk. 5,0. Ark. wyd. 4,0. Przekazano do
łamania w kwietniu 2009 r. Podpisano do druku w czerw-
cu 2009 r. Papier offset. kl. III, 90 g

Cena 7 zł

Łamanie: Pracownia Składu Komputerowego
Wydawnictwa Uniwersytetu Śląskiego
Druk i oprawa: EXPOL, P. Rybiński, J. Dąbek,
Spółka Jawna
ul. Brzeska 4, 87-800 Włocławek

