

Przegląd Prawno-Ekonomiczny

REVIEW OF LAW, BUSINESS & ECONOMICS

kwiecień-maj-czerwiec

Nr 47
(2/2019)



WYDZIAŁ ZAMIEJSKOWY
PRAWA I NAUK
O SPOŁECZEŃSTWIE | **KUL**

WYDAWCA

Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II | Wydział Zamiejscowy Prawa i Nauk o Społeczeństwie
w Stalowej Woli

ADRES REDAKCJI

Redakcja „Przeglądu Prawno-Ekonomicznego” | 37-450 Stalowa Wola, ul. Ofiar Katynia 6a |
e-mail: ppe@kul.pl

ZESPÓŁ REDAKCYJNY

dr Artur Lis – redaktor naczelny (editor-in-chief) | dr David W. Lutz (Holy Cross College w Notre Dame, USA) | dr Dariusz Żak – zastępcy redaktora naczelnego (associate editors) | dr hab. Grzegorz Wolak – sekretarz redakcji (administrative editor) | dr hab. Piotr T. Nowakowski – redaktor ds. międzynarodowych (international editor) | dr hab. Filip Ciepły, dr Isaac Desta (Holy Cross College w Notre Dame, USA), dr Dorota Tokarska, dr Dominik Tyrawa, dr Timothy Wright (Holy Cross College w Notre Dame, USA) – redaktorzy tematyczni (subject editors) | dr Piotr Pomorski – redaktor statystyczny (statistical editor) | mgr Agnieszka Lis – redaktor językowy polskojęzyczny (Polish-language editor) | mgr Tomasz Deptuła (USA) – redaktor językowy anglojęzyczny (English-language editor) | prof. dr hab. Nikolaï Gołowaty (UKRAINA) – redaktor językowy rosyjskojęzyczny | dr Judyta Przyłuska-Schmitt – redaktor konsultant (consulting editor) | mgr Rafał Podlesny – redaktor techniczny (layout editor)

RADA NAUKOWA

ks. prof. dr hab. Antoni DĘBIŃSKI (Rektor KUL Lublin) | prof. dr hab. Thomas BURZYCKI (Holy Cross College w Notre Dame, USA) | prof. dr hab. Wiktor CZEPUKO (Ukraina) | dr hab. Leszek CWIKAŁA (KUL Stalowa Wola) | prof. dr hab. Czesław DEPTUŁA (KUL Lublin) | dr hab. Marzena DYJAKOWSKA (KUL Lublin) | abp. prof. dr hab. Andrzej DZIĘGA (Szczecin) | dr hab. Krzysztof GRZEGORCZYK (Wyższa Szkoła Humanistyczno-Przyrodnicza w Sandomierzu) | nadkom. dr Dominik HRYSZKIEWICZ (Wyższa Szkoła Policji w Szczytnie) | prof. dr hab. Aleks JUDASZEW (Interregional Academy of Personnel Management, Ukraina) | prof. dr hab. Marian KOZACZKA (KUL Stalowa Wola) | prof. dr hab. Andrzej KUCZUMOW (KUL Stalowa Wola) | prof. dr hab. Pantelis KYRMIZOGLU (Alexander TEI of Thessaloniki, Greece) | dr hab. Antoni MAGDOŃ (KUL Stalowa Wola) | ks. prof. dr hab. Henryk MISZTAŁ (KUL Lublin) | prof. dr hab. Wojciech NASIEROWSKI (University of New Brunswick) | prof. dr hab. Jurij PACZKOWSKI (Ukraina) | prof. dr hab. Pylyp PYLYPENKO (Ukraina) | prof. dr hab. Anton STASCH (European Akademy of Technology & Management, Oedheim Niemcy) | prof. dr hab. Tomasz WIELICKI (California State University, Fresno) | ks. dr hab. Krzysztof WARCHAŁOWSKI (Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego)

RECENZENCI ZEWNĘTRZNI

dr hab. Leszek BIELECKI (Wyższa Szkoła Ekonomii, Prawa i Nauk Medycznych w Kielcach) | dr Walentyn GOŁOWCZENKO (Interregional Academy of Personnel Management, Ukraina) | dr hab. Mirosław KARPIUK (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie) | dr Barbara Lubas (Nadbużańska Szkoła Wyższa w Siemiatyczach) | prof. dr hab. Oleksander MEREŻKO (Ukraina) | dr Kiril MURAWIEW (Interregional Academy of Personnel Management, Ukraina) | dr Łukasz Jerzy PIKULA (Uniwersytet Jana Kochanowskiego w Kielcach) | ks. dr hab. Tomasz RAKOCZY (Uniwersytet Zielonogórski) | dr hab. Krystyna ROSŁANOWSKA-PLICHCIŃSKA (Wyższa Szkoła Zarządzania i Ekologii w Warszawie) | dr hab. Piotr RYGUŁA (Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego) | dr hab. Romuald SZEREMIETIEW (Akademia Obrony Narodowej) | prof. dr hab. Jerzy Tomasz SZKUTNIK (Politechnika Częstochowska) | prof. dr hab. Dariusz SZPOPER (Uniwersytet Warmińsko-Mazurski w Olsztynie) | dr hab. Andrzej SZYMAŃSKI (Uniwersytet Opolski) | dr Agnieszka OGRODNIK-KALITA (Uniwersytet Pedagogiczny im. KEN w Krakowie)

DRUK I OPRAWA

VOLUMINA.PL DANIEL KRZANOWSKI | ul. Ks. Witolda 7-9, 71-063 Szczecin | tel. 91 812 09 08 |
e-mail: druk@volumina.pl

ISSN 1898-2166 | Nakład 300 egz.

Spis treści

Artykuły

KRZYSZTOF BOKWA, IWO JAROSZ *Zdradziłeś – zapłać? Cywilnoprawne konsekwencje zdrady małżeńskiej i ich współczesna erozja* | 12

MAGDALENA STOPIAK *Relacja między oświadczeniami woli a oświadczeniami wiedzy* | 30

TOMASZ PIOTROWSKI *Prawo do rozpowszechniania wizerunku sportowca* | 43

GABRIELA SACHA *Sztuczna inteligencja a prawo autorskie* | 63

ARKADIUSZ KROKOWSKI *Pośrednie, umowne ograniczenie umocowania prokurenta współnika spółki cywilnej przez umowę spółki skuteczne wobec osób trzecich* | 78

KAROLINA PAŁKA, MAREK STOLORZ *Prosta spółka akcyjna na Słowacji – ogólna charakterystyka i wybrane problemy* | 94

ŁUKASZ CHYLA *Czy wystarczający jest próg wyłączenia prospektu emisyjnego na poziomie 2,5 mln EURO?* | 106

JAROSŁAW KOWALSKI *Wady i zalety postępowań odrębnych na przykładzie postępowania upominawczego i elektronicznego postępowania upominawczego* | 124

ANNA MARIA BARAŃSKA *Skuteczność wniosku o sporządzenie i doręczenie uzasadnienia orzeczenia złożonego przed jego ogłoszeniem* | 136

MATEUSZ KORZENIAK, MATEUSZ SZURMAN *Przestępstwo manipulacji instrumentami finansowymi - analiza jurydyczna na tle regulacji rozporządzenia MAR i dyrektywy MAD II* | 154

KAMIL LEŚNIEWSKI *Słów kilka o instytucji wspólnych zespołów śledczych w przyrządzie polskiej procedury karnej* | 173

KAROL JUSZKA *Czynniki dotyczące podjęcia na nowo umorzonego postępowania przygotowawczego w orzecznictwie Sądu Najwyższego i sądów powszechnych* | 195

KAROLINA PALKA *Przestępstwo zniszczenia i uszkodzenia dziedzictwa archeologicznego w słowackim prawie karnym* | 205

MARLENA STRADOMSKA *Kryptowaluty jako zagrożenie dla systemu jednostki – analiza prawno – psychologiczna* | 222

PAULINA KOWALSKA *Udział radnego w głosowaniu a jego interes prawny* | 234

ANDRZEJ MICHALIK *Prawnopodatkowe konsekwencje udziału kościelnych osób prawnych w rozwijaniu sektora spółdzielni socjalnych osób prawnych* | 250

MAGDALENA MICHALSKA *Miejsce sądownictwa polubownego w polskim porządku konstytucyjnym* | 274

DOMINIK TYRAWA *Autostrada i droga ekspresowa jako obszar quasi specjalny w systemie dróg publicznych* | 291

PIOTR OLEJNICZAK *Problemy praktyczne związane z ustaleniem podmiotu opodatkowania podatkiem od nieruchomości* | 305

TRISTAN SKUPNIEWICZ *Geneza i rozwój standardów emisji spalin pojazdów w Unii Europejskiej* | 319

ŁUKASZ PIKUŁA *Christian Thomasius i koniec tradycji scholastycznej w nauce prawa* | 332

KRZYSZTOF BOKWA *„Baron Cygański” J. Straussa – spojrzenie prawne* | 355

KAROL SKOREK *Krytyka austriackiej szkoły ekonomicznej w ujęciu Oskara Langego* | 380

MARCIN MOLENDĄ, MARTA KRHLAYĄ *Planowanie zasobów ludzkich w przedsiębiorstwie turystycznym* | 394

Glosa

TOMASZ RAKOCZY *Wykładnia językowa i celowościowa przepisu zawierającego katalog osób, którym przysługuje świadczenie pielęgnacyjne. Glosa do wyroku WSA w Poznaniu z dnia 29 czerwca 2017 r., II SA/Po 307/17 | 407*

SŁAWOMIR ZWOLAK *Glosa do wyroku Naczelnego Sądu Administracyjnego z dnia 27 września 2016 r., II OSK 3152/14 | 422*

Tekst źródłowy

ARTUR LIS *O humanitarnym nawracaniu pogan w świetle bulli Honoriusza III | 433*

Contents

Articles

KRZYSZTOF BOKWA, IWO JAROSZ *You betray – you must pay? Civil-law consequences of adultery and the modern erosion thereof* | 12

MAGDALENA STOPIAK *Relation between statements of will and statements of knowledge* | 30

TOMASZ PIOTROWSKI *Right to disseminate the image of an athlete* | 43

GABRIELA SACHA *Copyright and Artificial Intelligence* | 63

ARKADIUSZ KROKOWSKI *The issue of limiting indirectly the scope of powers of procurator in respect of third parties by creating the right to represent the partner in the civil law related partnership agreement* | 78

KAROLINA PALKA, MAREK STOLORZ *Simple joint stock company in Slovakia - general characteristics and selected problems* | 94

ŁUKASZ CHYLA *Is 2.5 million EUR prospectus exemption threshold enough?* | 106

JAROSŁAW KOWALSKI *The advantages and disadvantages of separate proceedings by the case of writ proceedings and electronic writ-of-payment proceedings* | 124

ANNA MARIA BARAŃSKA *Effectiveness of the motion for drawing and providing of the statement of reasons of the verdict submitted before its announcement* | 136

MATEUSZ KORZENIAK, MATEUSZ SZURMAN *Market manipulation offence – juridical analysis under Market Abuse Regulation and Market Abuse Directive 2* | 154

KAMIL LEŚNIEWSKI *A few words about joint investigation teams from the perspective of Polish criminal procedure* | 173

- KAROL JUSZKA *Factors connected with resume preparatory criminal proceedings in the judgments issued by the Supreme Court and common courts* | 195
- KAROLINA PALKA *The crime of damaging and devaluation of archaeological heritage in Slovak criminal law* | 205
- MARLENA STRADOMSKA *Cryptocurrencies as a threat to the individual's system - legal and psychological analysis* | 222
- PAULINA KOWALSKA *Participation of the councillor in the voting and his legal interest* | 234
- ANDRZEJ MICHALIK *Legal and tax consequences of support church legal person in development of social cooperative movement* | 250
- MAGDALENA MICHALSKA *The position of arbitration in Polish constitutional order* | 274
- DOMINIK TYRAWA *Motorway and expressway as quasi special on public roads* | 291
- PIOTR OLEJNICZAK *Practical problems related to determining the subject of real estate taxation* | 305
- TRISTAN SKUPNIEWICZ *The origin and development of vehicle emissions standards in the European Union* | 319
- ŁUKASZ PIKUŁA *Christian Thomasius and the end of the scholastic tradition in the science of law* | 332
- KRZYSZTOF BOKWA *„The Gypsy Baron” by J. Strauss – a legal view* | 355
- KAROL SKOREK *Criticism of the Austrian school of economics in terms of Oskar Lange* | 380
- MARCIN MOLENDĄ, MARTA KRUHLAYA *Human resources planning in a tourist enterprise* | 394

Gloss

TOMASZ RAKOCZY *Linguistic and system interpretation of the legal article including the catalogue of persons entitled to nursing benefit. Gloss to the decision of WSA of Poznan from 29th of June 2017, II SA/Po 307/17* | 407

SŁAWOMIR ZWOLAK *Gloss to the judgment of the Supreme Administrative Court of 27 September 2016, file ref. II OSK 3152/14* | 422

Source text

ARTUR LIS *On the humanitarian conversion of pagans in the boulevard of Honorius III* | 433

Tomasz Piotrowski

Prawo do rozpowszechniania wizerunku sportowca

Right to disseminate the image of an athlete

Pojęcie wizerunku jako chronionego dobra osobistego

Wizerunek to jedno z dóbr osobistych wyszczególnionych w art. 23 kodeksu cywilnego¹. Zgodnie z tym przepisem, wizerunek pozostaje pod ochroną prawa cywilnego niezależnie od ochrony przewidzianej w innych przepisach obok innych dóbr osobistych, takich jak m.in. zdrowie, wolność, czy cześć. Również art. 81 ustawy Prawo autorskie² odwołuje się do pojęcia wizerunku, a w szczególności normuje zasady jego rozpowszechniania. Ustawodawca nie zdecydował się jednak na wprowadzenie w systemie prawnym legalnej definicji wizerunku, dlatego termin ten jest w sposób niejednolity rozumiany zarówno w doktrynie i w judykaturze. Według S. Rittermana, wizerunek osoby to zarówno jego głowa, jak i cała postać, która indywidualizuje tę osobę jako jednostkę³. Podobnie pojęcie to rozumie K. Stefaniuk, który uznaje, że przez wizerunek rozumie się cechy twarzy oraz całej postaci pozwalające zidentyfikować osobę jako określoną jednostkę⁴. Także E. Wojnicka podkreśla, że przez pojęcie wizerunku należy rozumieć cechy fizyczne człowieka, które są dostrzegalne dla innych

¹ Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny (tekst jednolity Dz. U. z 2019 r., poz. 80); dalej: k.c.

² Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, (Dz. U. z 2018 r., poz. 2339); dalej: PrAut.

³ S. Ritterman, *Komentarz do ustawy o prawie autorskim*, Kraków 1937, s. 120.

⁴ K. Stefaniuk, *Naruszenie prawa do wizerunku przez rozpowszechnianie podobizny*, „Państwo i Prawo” 1970, nr 1, s. 64.

osób i jednocześnie pozwalają na identyfikację konkretnej osoby⁵. Analizując powyższe definicje można dojść do wniosku, że wizerunek należy utożsamiać z innym pojęciem, jakim jest obraz fizyczny człowieka.

Pojęcie obrazu fizycznego od pojęcia wizerunku odróżnia natomiast T. Grzeszczak. Poprzez pierwsze z nich autorka rozumie charakterystyczne cechy człowieka zapamiętywane przez inną osobę⁶. Kluczowe jest jednak, że obraz fizyczny istnieje jedynie w świadomości drugiego człowieka tak, jak dana osoba go zapamiętała. Dopiero konkretyzacja danego obrazu fizycznego np. na zdjęciu lub obrazie będzie wizerunkiem i to on będzie przedmiotem ewentualnego rozpowszechniania⁷. Ponadto, na obraz fizyczny danej osoby nie musi ograniczać się do jednego wizerunku, tylko może składać się z wielu z nich⁸.

W podobnym tonie wypowiadają się J. Barta i R. Markiewicz. Ich zdaniem wizerunek jest „wytworem niematerialnym, który za pomocą środków plastycznych przedstawia rozpoznawalną podobiznę danej osoby”⁹. Wytwór ten nie musi pochodzić od człowieka (np. obraz), ale może również z urządzenia rejestrującego automatycznie obraz takich jak np. aparat fotograficzny. W tym duchu wypowiedział się również Sąd Najwyższy w wyroku z dnia 20 maja 2004 r., stwierdzając, że: „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”. Dlatego zdarza się, że cechy takie jak fryzura, sposób poruszania się czy rekwizyt będą charakteryzować daną osobę, a co za tym idzie będą ją indywidualizować¹⁰. Przykładami podawanymi

⁵ E. Wojnicka, *Prawo do wizerunku w ustawodawstwie polskim*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego 2002, Prace z Wynalazczości i Ochrony Własności Intelektualnej 1990, nr 56, s. 107.

⁶ T. Grzeszczak, [w:] J. Barta (red.), *System Prawa Prywatnego, tom 13, Prawo autorskie*, Warszawa 2017, s. 783.

⁷ *Ibidem*.

⁸ T. Grzeszczak, *Wyłączne prawo do wykorzystania wizerunku do celów gospodarczych, czyli kilka wniosków z art. 14 ustawy o sporcie*, [w:] A. Matlak, S. Stanisławska-Kloc (red.), *Spory o własność intelektualną. Księga jubileuszowa dedykowana Profesorom Januszowi Barcie i Ryszardowi Markiewiczowi*, Warszawa 2013, s. 336.

⁹ J. Barta, R. Markiewicz, [w:] J. Barta, R. Markiewicz (red.), *Prawo autorskie i prawa pokrewne. Komentarz*, Warszawa 2011, s. 519.

¹⁰ Zob. J. Barta, R. Markiewicz, *Wokół prawa do wizerunku*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego 2002, Prace z Wynalazczości i Ochrony Własności Intelektualnej 2002, nr 80, s. 12-13.

w literaturze¹¹ są sposób gestykulacji Louis De Funèsa, czy styl poruszania się Charlie Chaplina, które są na tyle charakterystyczne, że są z nimi utożsamiane.

Zwrócić należy uwagę, że nie można ograniczyć cech fizycznych osoby wyłącznie do aspektów wizualnych. Zgodnie z poglądem S. Grzybowskiego, w przypadku wizerunku „nie chodzi tu tylko o rysy twarzy, lecz o wszelkie takie cechy fizyczne, które indywidualizują pewną osobę, pozwalają ją rozpoznać”¹². Atrybutem wyodrębniającym daną osobę spośród innych może być również głos¹³. Dobrym przykładem przemawiającym za poparciem powyższego stanowiska są aktorzy dubbingowi. Osoba taka wyłącznie podkłada głos do postaci filmu animowanego lub zastępuje oryginalny głos zagranicznego aktora. Widz najczęściej nawet nie wie jak dany aktor wygląda i jest rozpoznawany wyłącznie na podstawie barwy głosu. W takim przypadku jedyną cechą indywidualizującą konkretną osobę w stosunku do społeczeństwa jest jego głos. Podobna sytuacja występuje także odnośnie do dziennikarzy radiowych, których praca nie rozszerza się na działalność w telewizji. Nie można tutaj jednak mówić o odrębnym dobru osobistym¹⁴, a jedynie o składniku mającym istotny wpływ na kształtowanie się wizerunku. Głos jest w powyższych przypadkach tą cechą fizyczną danej osoby, która wyróżnia ją spośród innych, indywidualizuje w oczach społeczeństwa i pozwala na jej identyfikację. Obraz rozpoznawalny za pomocą słuchu jest określany jako „wizerunek dźwięczny”¹⁵.

Mając na względzie powyższe rozważania, można wywieść, że poprzez wizerunek należy rozumieć skonkretyzowany obraz fizyczny konkretnej osoby, zawierający cechy ją charakteryzujące i pozwalające na jej indywidualizację. Tylko tak postrzegany wizerunek jest podatny na naruszenia, a przez co uzasadniona jest jego ochrona. Co więcej, tylko w powyższym przypadku możliwe jest rozpowszechnianie wizerunku, a także czerpanie korzyści gospodarczych oraz społecznych związanych z tym procesem. Właśnie dlatego, że z wizerunkiem coraz powszechniej związane jest zjawisko komercjalizacji, w doktrynie podjęta została próba zdefiniowania terminu „wizerunek komercyjny”. Przez to pojęcie

¹¹ Tak np. P. Ślęzak, [w:] P. Ślęzak (red.), *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Komentarz*, art. 81, Warszawa 2017, s. 555.

¹² S. Grzybowski, *Ochrona dóbr osobistych*, Warszawa 1957, s. 96.

¹³ A. Karpowicz, *Poradnik prawny dla ludzi twórczych*, Dom Wydawniczy ABC 1995, s. 60; Pogląd ten został także zaaprobowany w judykaturze, patrz: wyrok Sądu Apelacyjnego w Gdańsku z dnia 21 czerwca 1991 r., I ACR 127/91, LEX nr 5435.

¹⁴ S. Grzybowski, *Ochrona dóbr...*, s.96.

¹⁵ J. Sieńczyło-Chlabicz, *Rozpoznawanie wizerunku osób powszechnie znanych*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2003, nr 3 s. 40; M. Sekuła, *Prawo sportowca do wizerunku*, „Monitor Prawniczy” 2010, nr 22, s. 1230.

rozumie się wizerunek, który jest rozpowszechniany w celach komercyjnych, w tym w celu *merchandisingu*¹⁶. Wprowadzenie wspomnianego pojęcia ma na celu podkreślenie wartości majątkowej związanej z wizerunkiem, przy jednoczesnym zachowaniu wszystkich przesłanek tego dobra osobistego, jako przedmiotu ochrony¹⁷. Takie pojmowanie wizerunku nie pozbawia go jednak jego charakteru jako prawa osobistego, a jedynie uwypukla majątkowy aspekt, który może się z nim wiązać. Regulacje dotyczące zasad rozpowszechniania wizerunku będą przedmiotem dalszych rozważań.

Zasady rozpowszechniania wizerunku osób powszechnie znanych na gruncie prawa autorskiego

Przepisem regulującym możliwość rozpowszechniania wizerunku jest art. 81 PrAut. Zgodnie z nim, rozpowszechnianie wizerunku wymaga zezwolenia osoby na nim przedstawionej. Zgoda ta nie jest jednak wymagana, jeśli osoba ta otrzymała umówioną zapłatę za pozowanie. Ustawa nie wymaga od zainteresowanego dla wyrażenia zgody konkretnej formy, dlatego należy przyjąć, że może być to forma dowolna. Słusznie zaznacza się jednak, że zgoda musi być niewątpliwa¹⁸. Ma to fundamentalne znaczenie w sytuacji, gdy jeden podmiot zarzuca drugiemu naruszenie prawa do wizerunku, gdyż istnienia zgody nie można domniemywać. Możliwość wykazania wyrażenia zgody doprowadza do wyłączenia bezprawności rozpowszechniania danego wizerunku, a co za tym idzie zapobiega poniesieniu odpowiedzialności prawnej przez dany podmiot. Kluczowe jest jednak, że zgoda nie może dotyczyć abstrakcyjnego rozpowszechniania wizerunku. Uprawniony musi mieć pełną świadomość co do formy przedstawienia wizerunku, miejsca i czasu publikacji, a ponadto załączonego komentarza oraz powiązanie ich z innymi wizerunkami¹⁹. Wiąże się to z prawem każdej osoby do decydowania o rozpowszechnianiu własnego wizerunku. Niezwykle istotny jest również zakres wyrażanej zgody, a przede wszystkim dokładne określenie zasad rozpowszechniania wizerunku. W przypadku bowiem jakichkolwiek wątpliwości zgody nie

¹⁶ J. Balcarczyk, *Prawo do wizerunku i jego komercjalizacja*, Warszawa 2009, s. 277.

¹⁷ *Ibidem*.

¹⁸ Por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 5 marca 2003 r., I ACa 733/02, LEX nr 535036; W. Cajselski, *Ustawa o sporcie, Komentarz*, Warszawa 2011, s. 129; M. Sekuła, *op.cit.*, s. 1231.

¹⁹ Por. J. Barta, R. Markiewicz, [w:] *Prawo autorskie...*, s. 129; por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 12 lutego 1998 r., I ACa 1044/97, LEX nr 81433; wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 7 maja 2014 r., I ACa 1686/13, LEX nr 1500839.

należy interpretować w sposób rozszerzający²⁰. Również możliwość przeniesienia raz udzielonej zgody na inny podmiot musi zostać przewidziana w treści zgody. W przeciwnym razie, podmiot, który uzyskał zgodę uprawnionego na rozpowszechnianie wizerunku, nie może dokonać przeniesienia tej zgody na inny podmiot²¹. Jest to kolejny przypadek, w którym aż nader widoczna jest doniosłość formy udzielenia zgody i możliwość udowodnienia nie tylko jej istnienia, ale również jej zakresu. Dlatego, aby unikać potencjalnych wątpliwości, zgoda na rozpowszechnianie wizerunku staje się zazwyczaj częścią umowy zawieranej między stronami. Jest to powszechna praktyka, zwłaszcza w sytuacjach komercyjnego wykorzystania wizerunku, gdy jednocześnie osoba wyraża zgodę na sporządzenie wizerunku, a także późniejsze jego wykorzystanie²².

Wyjątek od konieczności uzyskania zgody został przewidziany w art. 81 ust. 2 pkt 1 PrAut, zgodnie z którym, zezwolenia nie wymaga rozpowszechnianie wizerunku osoby powszechnie znanej, jeżeli wizerunek wykonano w związku z pełnieniem przez nią funkcji publicznych, w szczególności politycznych, społecznych, zawodowych. Powyższa regulacja stanowi ograniczenie bezwzględnego prawa uprawnionego do decydowania o rozpowszechnianiu swojego wizerunku²³. W związku z tym, że brak jest definicji legalnej pojęcia „osoby powszechnie znanej”, to niezbędne jest określenie czynników identyfikujących je. Aby zastosowanie wyjątku mogło być możliwe muszą zostać spełnione łącznie trzy warunki: osoba musi być powszechnie znana, wizerunek jest wykonany w związku z pełnieniem przez osobę funkcji publicznych oraz wizerunek jest rozpowszechniany w celu przedstawienia wykonywania przez osobę portretowaną tychże funkcji²⁴.

Osoba powszechnie znana to osoba rozpoznawana przez społeczeństwo, budząca zainteresowanie opinii publicznej. Trafnie uznaje się, że „powszechna znajomość osoby” powinna być relatywizowana w zależności od tego do jakiego kręgu obiorców jest kierowana dana forma wizerunku²⁵. Ma to związek z tym, że burmistrz niewielkiej gminy lub drobny przedsiębiorca może być doskonale znany i rozpoznawany wśród lokalnej społeczności, a jednocześnie być postacią nieznaną w pozostałych regionach kraju. Przechodząc do problemu sprawowania

²⁰ Tak wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 7 maja 2014 r., I ACa 1686/13, LEX nr 1500839.

²¹ J. Barta, R. Markiewicz, [w:] *Prawo autorskie...*, s. 522.

²² P. Ślęzak, [w:] *Ustawa o prawie autorskim...*, s. 569.

²³ J. Sieńczyło-Chlabicz, *op.cit.*, s. 41.

²⁴ Tak J. Barta, R. Markiewicz, [w:] *Prawo autorskie...*, s. 522–523.

²⁵ M. Sekuła, *op.cit.*, s. 1230; J. Sieńczyło-Chlabicz, *op.cit.*, s. 41.

funkcji publicznej, ustawa wymienia jedynie jej przykładowe rodzaje (polityczne, społeczne, zawodowe), bez określenia legalnej definicji tego pojęcia.

Interpretacji omawianego pojęcia na gruncie ustawy o dostępie do informacji publicznej²⁶ podjął się Naczelny Sąd Administracyjny. W wyroku z dnia 8 lipca 2015 roku²⁷ uznał on, że „pojęcie „osoby pełniącej funkcję publiczną” obejmuje każdą osobę, która ma wpływ na kształtowanie spraw publicznych (...), to jest na sferę publiczną”. Zakres pojęcia osoby powszechnie znanej nie jest więc tożsamy z pojęciem funkcjonariusza publicznego zawartym w art. 115 § 13 kodeksu karnego²⁸, osoby pełniące funkcje publiczną w świetle art. 115 § 19 k.k.²⁹, gdyż na gruncie innej ustawy ma ono autonomiczne oraz szersze znaczenie. Funkcjonariusz publiczny lub osoba pełniąca funkcje publiczne może być mieścić się w zakresie wyjątku z art. 81 ust. 2 pkt 1 PrAut tylko jeśli będzie jednocześnie osobą powszechnie znaną. Wynika to z konstatacji, iż nie każda osoba powszechnie znana jest funkcjonariuszem publicznym, a nie każdy publiczny jest osobą powszechnie znaną³⁰.

Zwrócić również uwagę należy, że sporządzenie wizerunku ma pozostawać „w związku” z pełnieniem przez osobę portretowaną funkcji publicznych. P. Ślęzak zwraca uwagę, iż ma być to „zależność między ustaleniem wizerunku a sprawowaniem przez portretowaną osobę funkcji publicznej”³¹. Zależność taka może być zarówno bezpośrednia jak i pośrednia. Pierwsza z nich charakteryzuje się tym, że wizerunek przedstawia osobę w trakcie wykonywania przez nią czynności związanych z wykonywaną funkcją publiczną. Natomiast zależność pośrednia dotyczy sytuacji, która ma znaczenie dla osoba sprawująca funkcję publiczną jako osoby publicznej (np. naruszenie prawa przez polityka)³². W obu przypadkach kluczowe jest istnienie związku między zachowaniem osoby, a publikacją jej wizerunku.

Wraz z wykorzystaniem wizerunku w celach gospodarczych związane są zarówno interesy majątkowe uprawnionego, jak i interesy osobiste. Koncepcja

²⁶ Ustawa z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej (tekst jednolity Dz. U. z 2018 r., poz. 1669).

²⁷ Wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 8 lipca 2015 r., I OSK 1530/14, LEX nr 1794746.

²⁸ Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. - Kodeks karny (tekst jednolity Dz. U. z 2018 r., poz. 2077), cyt. dalej: k.k.

²⁹ Identyeczność obu pojęć została stwierdzona na gruncie prawa karnego przez W. Woltera, patrz: W. Wolter, *Dwie wykładnie podmiotu przestępstw służbowych*, [w:] Problemy prawa karnego, Warszawa 1975.

³⁰ P. Ślęzak, [w:] *Ustawa o prawie autorskim...*, s. 573.

³¹ *Ibidem*.

³² *Ibidem*.

najszerzej akceptowana w doktrynie określa dobro osobiste, którym jest wizerunek jako prawo podmiotowe osobiste bezwzględne, które jest skuteczne *erga omnes*³³. Konsekwencją takiego stanowiska jest brak możliwości przenoszenia przez uprawnionego swojego prawa na inne podmioty³⁴, gdyż idea praw osobistych zasadza się na ich niezbywalności. Co więcej, art. 24 k.c. ustanawia ochronę wizerunku człowieka jako jego dobra osobistego przed zagrożeniami i naruszeniami ze strony osób trzecich. W związku z powyższym, jedynym sposobem na rozpowszechnianie wizerunku jest upoważnienie innych podmiotów do korzystania ze swojego konkretnego wizerunku³⁵. Koncepcją alternatywną postulowaną przez część piśmiennictwa jest uznanie wizerunku jako prawa osobisto-majątkowego. Podstawą do formułowania tej tezy jest fakt, iż inne prawa osobiste zostały ukształtowane jako „wartości same w sobie”, natomiast wizerunku nie można uznać za taką wartość³⁶. Sam fakt, że ustawodawca nazwał prawo w takim samym sposób w k.c. oraz w PrAut nie może przesądzać o ich równoważności³⁷. Przez to niektórzy autorzy uznają, że zakres zastosowania art. 23 k.c. będzie szerszy niż zakres zastosowania art. 81 PrAut³⁸.

Ponadto, zwraca się uwagę, iż istnieje możliwość postrzegania wizerunku w sposób analogiczny do utworu. Konsekwencją takiego wniosku byłaby możliwość zastosowania ochrony zarówno interesów osobistych, jak i majątkowych uprawnionego³⁹. Jak jednak zostało zauważone już wcześniej, nie każdy wizerunek będzie utworem. Wiąże się to z prostym wnioskiem, iż nie w każdym przypadku jest możliwe dostrzeżenie twórczych i indywidualnych cech przedstawienia konkretnego wizerunku. Co więcej, nawet jeśli konkretny wizerunek jest jednocześnie utworem, to często jego autorem nie będzie osoba, której wizerunek jest przedstawiany. Ochrona prawnoautorska będzie więc w powyższej sytuacji przysługiwać osobie trzeciej, a przez to jej interesy majątkowe będą chronione.

Ponadto, różnica pomiędzy art. 23 k.c. oraz art. 81 PrAut objawia się wyłącznie w zakresie zastosowania obu przepisów. Pierwszy z przepisów normuje naruszenie prawa do wizerunku poprzez jego sporządzenie oraz korzystanie

³³ F. Rakiewicz, *Ingerencja organizacji sportowych w swobodę decydowania przez zawodnika o komercyjnej eksploatacji jego wizerunku*, [w:] P. Wiliński, O. Krajniak, B. Guzik (red), *Prawo wobec wyzwań współczesności*, t. 3, Poznań 2006, s. 197.

³⁴ T. Grzeszczak, *Wyłączne prawo do wykorzystania wizerunku...*, s. 336.

³⁵ *Ibidem*.

³⁶ P. Ślęzak, [w:] *Ustawa o prawie autorskim...*, s. 565.

³⁷ J. Barta, R. Markiewicz, *Wokół prawa do...*, s. 24–25.

³⁸ T. Grzeszczak, *Wyłączne prawo do wykorzystania wizerunku...*, s. 337.

³⁹ J. Barta, R. Markiewicz, *Wokół prawa do...*, s. 25.

z niego, podczas gdy drugi z nich odnosi się do rozpowszechniania wizerunku⁴⁰. Co więcej, zgodnie z art. 83 PrAut, do roszczeń w przypadku rozpowszechniania wizerunku osoby na nim przedstawionej, stosuje się odpowiednio przepis art. 78 ust. 1 PrAut, który dotyczy ochrony praw osobistych. Gdyby celem ustawodawcy było przyznanie prawu do wizerunku także charakteru majątkowego, to dodatkowo przewidziałby odpowiednie stosowanie art. 79 PrAut, który normuje ochronę praw majątkowych. Dlatego, mając na uwadze powyższe rozważania, należy opowiedzieć się jednak za koncepcją uznającą wizerunek jako prawo osobiste. Zaznaczyć jednak należy, że nie pozbawia to prawa do wizerunku jakiegokolwiek kontekstu majątkowego. Podobnie autorskie prawa osobiste nie są pozbawione kontekstu majątkowego⁴¹. Prawo to może być przedmiotem umowy, co wynika ze swobody korzystania z wizerunku jako prawa podmiotowego⁴². W przypadku porozumienia się co do rozpowszechniania konkretnego wizerunku uprawniony będzie zazwyczaj otrzymywał określone wynagrodzenie stanowiące dla niego konkretne przysporzenie majątkowe. Osobie takiej będą przysługiwać również uprawnienia wynikające z kar umownych, które są zazwyczaj przewidywane w umowach, aby zabezpieczyć jej prawidłowe wykonywanie.

Zasady rozpowszechniania wizerunku na gruncie ustawy Prawo o sporcie

Odnosząc się do problematyki rozpowszechniania wizerunku sportowców należy zauważyć, że aspekt majątkowy związany z tym prawem osobistym jest wyjątkowo wyraźny. Dla czołowych sportowców, rozpoznawalnych na całym świecie, największe źródło dochodu stanowią zazwyczaj kontrakty sponsorskie, na mocy których dany zawodnik decyduje się na komercyjne rozpowszechnianie swojego wizerunku. Kwoty w ten sposób zarobione często kilkukrotnie przewyższają wynagrodzenie sportowca za udział w zawodach sportowych, które w wielu dyscyplinach takich jak np. piłka nożna czy tenis ziemny nie jest niskie⁴³. Na tym tle dokładnie widać doniosłość problematyki rozpowszechniania

⁴⁰ Tak P. Ślęzak, *Ochrona prawa do wizerunku*, Katowice 2009, s. 53.

⁴¹ *Ibidem*, s. 54.

⁴² Z. Radwański, *Prawo cywilne – część ogólna*, wyd. 13, Warszawa 2015, s. 163-164.

⁴³ Np. zwycięzca turnieju wielkoszlemowego US Open 2018 zarobił 3,800,000 \$, natomiast finalista 1,850,000 \$, por. https://www.usopen.org/en_US/visit/prize_money.html, dostęp z dnia 25 lutego 2019 r.

wizerunku sportowca nie tylko na gruncie prawnym, ale przede wszystkim na polu gospodarczym.

Sponsoring czy reklama stanowią również istotne źródło dochodu dla wielu organizacji sportowych. Będąc świadomym korzyści, jakie niesie za sobą wizerunek sportowca, ustawodawca wprowadził art. 14 ustawy o sporcie⁴⁴. Na mocy tego przepisu, członek kadry narodowej udostępnia, na zasadach wyłączności, swój wizerunek w stroju reprezentacji kraju polskiemu związkowi sportowemu (dalej: PZS), który jest uprawniony do wykorzystania tego wizerunku do swoich celów gospodarczych w zakresie wyznaczonym przez przepisy tego związku lub międzynarodowej organizacji sportowej działającej w danym sporcie. Jest to powtórzony przepis do art. 33 obowiązującej wcześniej ustawy o sporcie kwalifikowanym⁴⁵, z tą różnicą, że aktualna regulacja poszerzyła zakres działania na Polski Komitet Olimpijski oraz reprezentację olimpijską⁴⁶.

W tym miejscu należy zwrócić uwagę, że ustawa ogranicza możliwość rozporządzania wizerunkiem przez sportowca wyłącznie w przypadku, gdy jest on członkiem reprezentacji narodowej lub olimpijskiej, a wizerunek musi przedstawiać sportowca w stroju tej reprezentacji. W sytuacji, gdy sportowiec występuje w stroju kadry, nie będąc jednocześnie jej członkiem, PZS musi zawsze uzyskać zgodę na rozpowszechnianie jego wizerunku, o ile nie występuje wyjątek przewidziany w art. 81 ust. 2 PrAut⁴⁷. Również w przypadku gdy wizerunek członka reprezentacji przedstawia go w stroju prywatnym bądź klubowym, to PZS nie ma uprawnienia do jego wykorzystania i musi uzyskać zgodę sportowca⁴⁸. Powyższe przepisy nie mają również wpływu na zasady rozpowszechniania wizerunku sportowca przez klub sportowy. W takim przypadku klub zawierając umowę sponsoringu, której częścią jest uprawnienie sponsora do rozpowszechniania wizerunku sportowca, powinien jednocześnie uzyskać zgodę zawodnika na „gospodarczą eksploatację” jego wizerunku⁴⁹.

Wyjątku od konieczności udzielenia zgody na rozpowszechnianie wizerunku nie ustanawia również art. 14 PrSport. Zgodnie z ust. 3 wspomnianego przepisu, zawodnik przed zakwalifikowaniem do kadry narodowej lub reprezentacji olimpijskiej wyraża zgodę na rozpowszechnianie swojego wizerunku w stroju reprezentacji kraju w rozumieniu art. 81 ust. 1 PrAut. W tym miejscu zwrócić

⁴⁴ Ustawa z dnia 25 czerwca 2010 r. o sporcie, (Dz. U. z 2018 r., poz. 1669); dalej: PrSport.

⁴⁵ Ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o sporcie kwalifikowanym, (Dz. U. z 2007 r., poz. 1208).

⁴⁶ Dlatego moje rozważania ograniczę do polskich związków sportowych, które będą aktualne w stosunku do Polskiego Komitetu Olimpijskiego.

⁴⁷ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 16 grudnia 2009 r., I CSK 160/09, LEX nr 566088.

⁴⁸ W. Cajselski, *op.cit.*, s. 126-127.

⁴⁹ E. Rakiewicz, *op.cit.*, s. 198.

uwagę należy, że W. Cajselski uznał, iż powyższe sformułowanie ustawowe za nietrafne i postuluje, aby chwilą wyrażenia zgody przez zawodnika był moment zakwalifikowania się do reprezentacji⁵⁰. Powyższą tezę opiera na możliwości występowania potencjalnych roszczeń odszkodowawczych związanych z wykorzystaniem wizerunku zawodników PZS, w okresie między powołaniem do kadry narodowej a formalnym wyrażeniem zgody⁵¹.

Jakkolwiek zgodzić się należy, że ewentualna zmiana przepisu mogłaby doprecyzować obecne sformułowanie, to wydaje się, że miałyby ona wyłącznie znaczenie kosmetyczne. Analizując obecny art. 14 PrSport, należy dojść do wniosku, że warunkiem przystąpienia sportowca do kadry narodowej jest wyrażenie przez niego zgody o której mowa w art. 81 ust. 1 PrAut⁵². Innymi słowy, bez wyrażenia zgody na udostępnianie swojego wizerunku w stroju reprezentacji kraju sportowiec nie spełni formalnych warunków niezbędnych do stania się członkiem kadry. Zgoda ta musi mieć charakter niewątpliwy i można zaaprobować pogląd, że sportowiec poprzez samo przystąpienie do kadry wyraża przedmiotową zgodę⁵³. Niektóre PZS, chcąc podkreślić istotę omawianej zgody, wprost przewidują w swoim statucie konieczność jej udzielenia przez sportowca⁵⁴. Nie jest to jednak wymóg konieczny, gdyż ustawa nie wymaga od PZS wprowadzania do statutów takiego postanowienia, a wymaga wyłącznie wyrażenia przez zawodnika zgody z art. 81 ust. 1 PrAut. Dlatego wspomnianą praktykę PZS można traktować raczej w charakterze instrukcyjnym, niż sankcyjnym. Wiązać się to może z przypuszczeniem, że istnieje o wiele większe prawdopodobieństwo, że sportowiec zapozna się z aktem regulującym zasady działania czołowej organizacji odpowiadającej za organizowanie zawodów sportowych w jego dyscyplinie, niż przeanalizuje PrSport. Powyższe wnioski mogą być uprawnione zwłaszcza w przypadku sportowców występujących na niższych szczeblach rozgrywek lub reprezentujących niszową i mniej dochodową dyscyplinę. W takiej sytuacji, sportowiec może nie korzystać z usług profesjonalnego pełnomocnika, a samodzielne zapoznanie się z każdym aktem prawnym regulującym zasady uprawiania sportu można uznać raczej za wyjątek niż za regułę.

Jak już wcześniej wspomniano, zgoda na rozpowszechnianie wizerunku musi być niewątpliwa. W związku z tym, że zgoda jest czynnikiem wyłączającym

⁵⁰ W. Cajselski, *op.cit.*, s. 120.

⁵¹ *Ibidem*.

⁵² M. Badura, H. Basiński, G. Kałużny, M. Wojcieszak, *Ustawa o sporcie, Komentarz*, Warszawa 2011, s. 230.

⁵³ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 16 grudnia 2009 r., I CSK 160/09, LEX nr 566088..

⁵⁴ Tak np. w Statucie Polskiego Związku Piłki Nożnej został wprowadzony art. 72, dot. udostępniania wizerunków piłkarzy.

bezprawność zgodnie z art. 81 ust. 1 PrAut, to ani jej istnienia, ani zakresu nie można domniemywać⁵⁵. Ze wspomnianym problemem musiał się zmierzyć Sąd Najwyższy, w sprawie znanego piłkarza Macieja Żurawskiego⁵⁶. Ówczesny kapitan polskiej reprezentacji w piłce nożnej, wraz z innymi reprezentantami, wziął udział w sesji zdjęciowej do materiałów promocyjnych i reklamowych wykorzystywanych przez głównego sponsora PZPN. Maciej Żurawski wniósł o zaniechanie rozpowszechniania jego wizerunku oraz o zakazanie jego naruszania w przyszłości w wykorzystywanych przez sponsora materiałach reklamowych oraz marketingowych. Swoje roszczenia opierał na fakcie, iż wyłączną podstawą tych działań była umowa sponsorska z PZPN, a on sam nie wyraził zgody na rozpowszechnianie jego wizerunku przez głównego sponsora. Sąd Najwyższy uznał, że zawieranie umów wzajemnych mieści się w zakresie celów gospodarczych PZS, które uzasadniają jego uprawnienie do rozpowszechniania wizerunku kadrowicza w stroju reprezentacji. W omawianej sytuacji nie ma znaczenia, czy PZS mógł na podstawie regulacji PrSport samodzielnie dysponować wizerunkiem sportowca w celu jego dalszego rozpowszechniania, czy potrzebna była jeszcze zgoda samego zainteresowanego. W mojej ocenie kluczowy dla prawidłowości powyższego orzeczenia jest fakt, że zawodnicy dobrowolnie wzięli udział w sesji zdjęciowej, a jednocześnie zostali szczegółowo poinformowani o jej celu.

Uważam, że jest to podręcznikowy przypadek konkludentnego wyrażenia zgody przez podmiot uprawniony⁵⁷. Sportowcy zostali poinformowani o wszystkich niezbędnych aspektach wykorzystania ich wizerunku, a przede wszystkim mieli świadomość, że zostanie on wykorzystany przez głównego sponsora. Dlatego uznaję za poprawne rozstrzygnięcie SN w tej konkretnej sprawie, choć nie można się w całości zgodzić z treścią jego uzasadnienia prawnego. Przede wszystkim nie można zaaprobować faktu, że zgoda sportowca nie była wymagana, gdyż Maciej Żurawski był osobą powszechnie znaną, a zatem zastosowanie znajduje wyjątek z art. 81 ust. 2 PrAut. Z niewiadomych powodów Sąd Najwyższy pomija zupełnie drugą z przesłanek zastosowania wspomnianej regulacji – wizerunek musi zostać wykonany w związku z pełnieniem przez osobę powszechnie

⁵⁵ Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 5 marca 2003r., I ACa 733/02, LEX nr 535036.

⁵⁶ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 16 grudnia 2009 r., I CSK 160/09, LEX nr 566088.

⁵⁷ Odmienne stanowisko zajmuje G. Tylec, który uważa, że pogląd zaprezentowany przez SN „pozostaje w sprzeczności z zasadami oceny skutecznie udzielonej zgody na rozpowszechnianie wizerunku przyjmowanymi na gruncie art. 81 PrAut”. Autor nie precyzuje niestety, z którymi konkretnie zasadami teza SN jest sprzeczna; por. G. Tylec, *Własność intelektualna - autorskie prawo - ochrona prawna wizerunku sportowca członka kadry narodowej. Glosa do wyroku SN z dnia 16 grudnia 2009 r.*, I CSK 160/09, LEX nr 136716.

znaną funkcji publicznej. Kwestią poza sporem jest, że Maciej Żurawski był w tamtym czasie osobą powszechnie znaną w Polsce, gdyż był czołowym piłkarzem w naszym kraju. Zdecydowanie jednak za pełnienie funkcji publicznej nie można uznać występowania zawodnika w reklamie komercyjnej⁵⁸. Występując w reklamie sponsora sportowiec nie wpływa na kształtowanie spraw publicznych, aczkolwiek w sposób znaczący może oddziaływać na sytuację finansową sponsora. Mając to na uwadze należy uznać wniosek Sądu Najwyższego za nieuprawniony i pozbawiony podstaw.

Kwestią poza sporem jest, że celem regulacji było ustanowienie źródła finansowania dla PZS, a także uproszczenie procedury w relacjach ze sponsorami. Dlatego należy przyjąć, że uprawnienie PZS odnosi się wyłącznie do aspektów majątkowych związanych z prawem do wizerunku. Trafnie zauważa się, że nie istnieją przesłanki, by uważać, że zawodnik traci swoje osobiste prawo do wizerunku⁵⁹. W omawianym wyroku Sąd Najwyższy wyinterpretował z regulacji zawartej w PrSport prawo podmiotowe PZS, którego treścią jest wykorzystania wizerunku kadrowicza w stroju reprezentacji kraju. Sąd ten nie doprecyzował jednak, czy powyższe prawo jest skuteczne *erga omnes*, czy też jest ograniczone wyłącznie do relacji z konkretnym sportowcem. Co więcej, w klasycznym ujęciu uprawniony z prawa podmiotowego posiada roszczenia zakazowe w sytuacji bezprawnego naruszania jego prawa. Jednakże przepisy PrSport nie ustanawiają takiej możliwości, a „nie ma praw podmiotowych, które nie powodują powstania roszczeń i że roszczenia powstają tylko na gruncie praw podmiotowych”⁶⁰. Z pewnością roszczenia z art. 24 k.c. oraz z art. 78 ust. 1 w zw. z art. 83 PrAut przysługują sportowcowi, którego wizerunek jest wykorzystywany, gdyż to jego prawa osobiste zostały naruszone. Jednak zazwyczaj nie będzie on miał interesu w korzystaniu z nich, gdyż to nie on będzie tracił finansowo na bezprawnym rozpowszechnianiu tych konkretnych wizerunków. Nie można również uznać, że PZS przysługują uprawnieniom analogicznych, jak te, które przysługują osobie fizycznej. Wynika to z faktu, iż absurdalnym byłoby uznanie, że osoba prawna byłaby podmiotem prawa do dobra osobistego⁶¹. Przyjmując więc należy, że PrSport nie konstituuje nowego uprawnienia majątkowego, które przysługuje wyłącznie PZS, a którego nie ma sportowiec.

⁵⁸ *Ibidem*.

⁵⁹ T. Grzeszczak, *Wyłączne prawo do wykorzystania wizerunku...*, s. 345.

⁶⁰ G. Tylec, *op.cit.*; por. S. Grzybowski, *Prawo podmiotowe i prawa człowieka*, „Krakowskie Studia Prawnicze”, 190/23, s. 11.

⁶¹ T. Grzeszczak, *Wyłączne prawo do wykorzystania wizerunku...*, s. 347.

Należy raczej opowiedzieć się za uprawnieniem do gospodarczej eksploatacji konkretnej kategorii wizerunków wynikającego ze zgody sportowca. Jest to uprawnienie analogiczne do tego, które można uzyskać na podstawie art. 81 PrAut. Nie dochodzi w takim przypadku do przeniesienia dobra osobistego, a tylko uprawnienia do wykorzystania jego konkretnego zakresu. W przypadku uprawnienia PZS zakres ten został jednak poszerzony w stosunku do bazowej regulacji. Polega ono na wyłącznym uprawnieniu do wykorzystania wizerunku sportowca w stroju reprezentacji do swoich celów gospodarczych w zakresie wyznaczonym przez przepisy tego związku lub międzynarodowej organizacji sportowej działającej w danym sporcie. Istotny jest fakt, że pojęcie „wykorzystywanie” jest pojęciem szerszym od „rozpowszechniania”⁶², które jest użyte w PrAut. SN podkreśla, że obejmuje ono również zawieranie umów wzajemnych, z których to umów PZS zazwyczaj uzyskuje środki finansowe na swoją działalność. Takie ujęcie pozwala uniknąć problemu wyrażania przez sportowca zgody na dalsze rozpowszechnianie przez PZS jego wizerunkiem, gdyż tak, jak już zostało wcześniej wspomniane, możliwość przeniesienia raz udzielonej zgody na inny podmiot musi zostać przewidziana w treści zgody. Sportowiec w momencie wyrażania zgody nie ma możliwości uzyskania informacji, kto przez okres jego reprezentowania kraju będzie sponsorować kadre, w jakich sytuacjach jego wizerunek będzie wykorzystywany oraz w jakim okresie czasu. Prowadzi to do problemu określenia zakresu zgody zawodnika. Wprowadzenie w statucie PZS regulacji, mających na celu jej doprecyzowanie również nie wydaje się być wystarczające⁶³, gdyż PZS nie jest w stanie przewidzieć jakie umowy zawrze w przyszłości oraz co konkretnie będzie ich przedmiotem. Co więcej, postanowienia statutów PZS są zazwyczaj generalne i lakoniczne⁶⁴, a do ich zmiany nie jest wymagana zgoda sportowca.

Dlatego kluczowa jest interpretacja celu gospodarczego, w zakresie którego sportowiec udostępnia PZS swój wizerunek. W. Cajselski uznaje za cel gospodarczy „każdy cel związany z zarobkową działalnością polskiego związku sportowego, który jednocześnie nie będzie sprzeczny ze statutowymi celami tego związku”⁶⁵. Z kolei M. Gniatkowski pod tym pojęciem rozumie „zamierzony wynik prowadzonej przez PZS/PKOl działalności nastawionej na osiągnięcie

⁶² Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 16 grudnia 2009 r., I CSK 160/09, LEX nr 566088; M. Badura, H. Basiński, G. Kałużny, M. Wojcieszak, *op. cit.*, s. 230.

⁶³ T. Grzeszczak, *Wyłączne prawo do wykorzystania wizerunku...*, s. 342.

⁶⁴ F. Rakiewicz, *op. cit.*, s. 190.

⁶⁵ W. Cajselski, *op. cit.*, s. 122.

przychodów, a więc działalności o charakterze zarobkowym⁶⁶. Udostępnianie przez PZS wizerunków członków kadry narodowej sponsorom zdecydowanie należy uznać za działalność w celu zarobkowym, gdyż ekwiwalentem, który PZS uzyska w zamian za powyższe działanie będzie zazwyczaj wynagrodzenie. Uzyskane w ten sposób środki pieniężne PZS przeznaczy m.in. na rozbudowę obiektów sportowych, szkolenie kadry trenerskiej, czy obozy przygotowujące zawodników do najważniejszych zawodów. Mając powyższe na uwadze, należy zgodzić się z poglądem SN, iż umowy wzajemne dotyczące udostępnienia sponsorowi wizerunku członków kadry w stroju reprezentacji kraju mieszczą się w celu gospodarczym działalności PZS.

W związku z tym, z zakresu ustawowego uprawnienia wynika możliwość PZS do upoważniania sponsorów do wykorzystania wizerunku sportowca. Dlatego zawodnik nie musi każdorazowo zezwalać PZS na dalsze rozpowszechnianie jego wizerunku – pierwsza zgoda wyrażona przez niego jest wystarczająca. Jest to odstępstwo od zasady przyjętej na gruncie art. 81 PrAut, gdyż udzielona w ten sposób zgoda może być uznana za mającą charakter abstrakcyjny⁶⁷. Jednakże patrząc na jej cel oraz zasady obrotu gospodarczego należy uznać ją za słuszną. Omawiana regulacja dotyczy niezwykle wąskiej kategorii związanej z rozpowszechnianiem wizerunku i nie ma wpływu na ogólne jego rozumienie na podstawie PrAut. Prowadzi ona do stworzenia nowego źródła finansowania PZS, uproszczenia procedury jego uzyskiwania i eliminowania sporów pomiędzy zawodnikami, a PZS o warunki zawarte w kontraktach sponsorskich⁶⁸, przy jednoczesnym zachowaniu istoty wizerunku jako prawa osobistego. Co więcej, nie ma wpływu na inne prawa osobiste sportowca, takie jak cześć, czy godność, a w przypadku ich naruszenia przy rozpowszechnianiu wizerunku, sportowcowi przysługują określone roszczenia⁶⁹. Zgodzić więc należy się z tezą, że wyzbycie się przez sportowca władzy nad konkretnymi wizerunkami nie stwarza zagrożenia dla jego interesów idealnych⁷⁰.

W tym miejscu warto również poprzeć postulat nowelizacji art. 14 ust. 3 poprzez zastąpienie sformułowania „zgody na rozpowszechnianie”

⁶⁶ M. Gniatkowski [w:] M. Gniatkowski (red.), *Ustawa o sporcie, Komentarz*, Wrocław 2011, s. 86.

⁶⁷ R. Kopczyk, *Prawo sportowca do wizerunku*, Prace Prawnicze, Wrocław 2012, s. 72, R. Szczepaniak, *Problem prawa do wizerunku sportowca – reprezentanta kraju*, Monitor Prawniczy, 2007, nr 17, s. 948.

⁶⁸ T. Grzeszczak, *Wylądźne prawo do wykorzystania wizerunku...*, s. 344.

⁶⁹ *Ibidem*, s. 355.

⁷⁰ *Ibidem*, s. 336.

i wprowadzenie „zgody na wykorzystanie”⁷¹. Pozwoliłoby to zachować spójność terminologiczną na gruncie PrSport oraz dobitniej podkreślić szerszy zakres uprawnienia PZS niż rozpowszechnianie wizerunku.

Domykając problem zgody sportowca, w mojej ocenie należy uznać, że błędna jest również teza T. Grzeszczak, jakoby wykładnia gramatyczna art. 14 ust. 3 PrSport prowadziła do wniosków, że PZS uzyskuje uprawnienie do korzystania z wizerunku sportowca na podstawie umowy, a jednocześnie PZS otrzymuje to samo prawo na podstawie ustawy z mocy art. 14 ust 1 i 2 PrSport⁷². Uważam, że wspomniana regulacja nie tylko nie stoi w sprzeczności z pierwszymi ustępami omawianego przepisu, a dopełnia jej konstrukcję. Art. 14 ust. 1 ustanawia warunek, a jednocześnie skutek zakwalifikowania się sportowca do reprezentacji kraju. Z ustawy wynika, że sportowiec, który chce być członkiem kadry narodowej udostępnia, na zasadach wyłączności, swój wizerunek w stroju reprezentacji kraju polskiemu związkowi sportowemu, a skutkiem tego jest uprawnienie PZS do wykorzystania tego wizerunku do swoich celów gospodarczych. Stanowi to opis uprawnienia przysługującego PZS, a także moment jego powstania. Art. 14 ust. 3 normuje natomiast odmienną kwestię – warunek uzyskania przez PZS wyłączności wizerunku sportowca w stroju reprezentacji. Warunkiem tym jest zgoda zawodnika na rozpowszechnianie swojego wizerunku w stroju reprezentacji kraju w rozumieniu art. 81 ust. 1 PrAut. Bez wyrażenia powyższej zgody uprawniony nie może zostać członkiem reprezentacji, a PZS nie może uzyskać uprawnienia przewidzianego w art. 14 PrSport. Nie ma możliwości, by ustawa zastępowała zgodę, zwłaszcza, że sama wymaga jej wyrażenia. Tak jak już zostało wcześniej kilkakrotnie zauważone, nie ma wymogu formy dla wyrażenia zgody, tak więc może być ona dowolna⁷³. Może ona zostać wyrażona konkludentnie, kluczowe jest jednak, aby była ona niewątpliwa.

Na koniec, zauważyć należy, że przepis odnosi się wyłącznie do majątkowego aspektu rozpowszechniania wizerunku. Służy on zaspokajaniu celów gospodarczych PZS, głównie w zakresie zawierania umów sponsoringu oraz reklamy. Gospodarcze wykorzystanie wizerunku jest zawsze uzależnione od

⁷¹ M. Gniatkowski, *op. cit.*, s. 91.

⁷² Autorka opowiada się za wykładnią celowościową art. 14 ust. 3 PrSport i uznaje, że dyspozycja tej regulacji odnosi się do zawodników, którzy nie zostali zakwalifikowani do reprezentacji. Prowadzi to do wniosku, iż wspomniany przepis jest swoistym *superfluum* ustawowym, gdyż nawet bez jego obecności w systemie prawa do zawodników niebędących członkami reprezentacji zastosowanie znajduje art. 81 PrAut. Por. T. Grzeszczak, *Wyłączne prawo do wykorzystania wizerunku...*, s. 339.

⁷³ Por. wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 5 marca 2003 r., I ACa 733/02, LEX nr 535036; W. Cajsel, *op. cit.*, s. 129; M. Sekuła, *op. cit.*, s. 1231.

zgody uprawnionych⁷⁴. Natomiast omawiana regulacja nie odnosi się do rozpowszechniania wizerunku w celach informacyjnych. Klasycznym przykładem są transmisje lub widowisk sportowych, w których realizowany jest interes informacyjny społeczeństwa, zamiast interesu gospodarczego PZS⁷⁵. Zauważa się jednocześnie, że nie jest istotne, czy w związku z takim rozpowszechnieniem są przewidziane korzyści majątkowe dla podmiotu rozpowszechniającego⁷⁶. W takiej sytuacji wolność pozyskiwania informacji oraz wolność wypowiedzi przeważa nad aspektem gospodarczym i dlatego nie jest możliwe uzależnienie rozpowszechniania wizerunku w celu informacyjnym od zgody uprawnionego⁷⁷. Wiąże się to z konstatacją, iż interes społeczeństwa stanowi w powyższym przypadku wyższą wartość niż interes PZS.

Podsumowanie

Rozpowszechnianie wizerunku sportowca jest problematyką złożoną, na którą składa się kilka istotnych czynników. Charakter wizerunku jako skonkretyzowana postać obrazu fizycznego człowieka stanowi jego dobro osobiste. Cechy fizyczne, które indywidualizują daną osobę nie ograniczają się do wizualnych aspektów, ale mogą również dotyczyć głosu. Prawo osobiste, jakim jest wizerunek rozumiane w powyższy sposób uzasadnia jego ochronę oraz umożliwia jego rozpowszechnianie. Nie wyklucza to jednak istnienia majątkowego aspektu, związanego z wizerunkiem, a przede wszystkim jego udostępnianiem. Co do zasady, aby istniała możliwość rozpowszechniania konkretnego wizerunku, podmiot uprawniony musi to zaaprobować. Nie istnieją wymogi co do formy zgody, jednakże nie mogą powstać wątpliwości co do jej istnienia, ani zakresu. Upoważnienie do dalszego rozpowszechniania wizerunku muszą być przewidziane w treści zgody i także nie można ich go domniemywać.

W przypadku wizerunku sportowca należy rozróżnić dwa przypadki. Tylko w sytuacji, w której sportowiec jest członkiem reprezentacji kraju i jednocześnie występuje w jej stroju zastosowanie znajdzie regulacja szczególna przewidziana w PrSport. W każdym innym przypadku zasady rozpowszechniania wizerunku

⁷⁴ T. Grzeszczak, *Wylądne prawo do wykorzystania wizerunku...*, s. 341.

⁷⁵ Tak K. Wojciechowski, *Widowisko sportowe w telewizji. Widowisko sportowe i audiowizualna relacja z niego jako dobra chronione w świetle polskiego prawa prywatnego*, Warszawa 2005, s. 155 i 161.

⁷⁶ T. Grzeszczak, *Wylądne prawo do wykorzystania wizerunku...*, 342.

⁷⁷ *Ibidem*.

sportowca nie różnią się od regulacji ogólnej i są normowane przez art. 81 PrAut. Art. 14 PrSport przyznaje PZS uprawnienie do wyłącznego wykorzystania wizerunku kadrowicza w stroju reprezentacji. Jakkolwiek zakres uprawnienia określany jest ustawowo, to jego powstanie uzależnione jest od zgody sportowca. Podobnie jak na gruncie PrAut zgoda ta nie musi być wyrażona w żadnej konkretnej formie. Może zostać udzielona nawet w formie konkludentnej, poprzez zgodę zawodnika na zakwalifikowanie się do reprezentacji. Również treść zgody została przewidziana w treści przepisu i zawiera się w celu gospodarczym wykorzystania wizerunku sportowca przez PZS. Jednocześnie ustawa nie tworzy nowego prawa PZS, a jedynie poszerza regulację PrAut, poprzez umożliwienie wykorzystania wizerunku, a nie tylko jego rozpowszechniania. Z powyższego wynika sposobność bardziej wszechstronnego korzystania przez PZS z wizerunku, bez konieczności wyrażania przez reprezentanta każdorazowej zgody na dalsze jego rozpowszechnianie przez sponsorów kadry. PZS nie posiada przez to roszczeń zakazowych, które posiada każdy podmiot, którego prawa osobiste zostały naruszone, a podmiotem, który może ewentualnie wytaczać roszczenie z art. 24 k.c. jest sportowiec. Wiąże się to z faktem, iż nie pozbawia się on swojego osobistego prawa do wizerunku, tylko traci możliwość zarabiania na rozpowszechnianiu ich konkretnej kategorii. Takie ujęcie omawianej problematyki pozwala zachować jednolity charakter wizerunku jako prawa osobistego, a jednocześnie daje PZS ułatwiony sposób na czerpanie korzyści finansowych z konkretnej kategorii wizerunków.

Bibliografia

Akty prawne

- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. - Kodeks cywilny, (tekst jednolity Dz. U. z 2019 r., poz. 80).
- Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. - Kodeks karny, (tekst jednolity Dz. U. z 2018 r., poz. 2077).
- Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, (tekst jednolity Dz. U. z 2018 r., poz. 2339).
- Ustawa z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej, (tekst jednolity Dz. U. z 2018 r., poz. 1669).
- Ustawa z dnia 25 czerwca 2010 r. o sporcie, (tekst jednolity Dz. U. z 2018 r., poz. 1669).
- Ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o sporcie kwalifikowanym, (tekst jednolity Dz. U. z 2007 r., poz. 1208).

Literatura

- Badura M., Basiński H., Kałużny G., Wojcieszak M., *Ustawa o sporcie, Komentarz*, Warszawa 2011.
- Balcarczyk J., *Prawo do wizerunku i jego komercjalizacja*, Warszawa 2009.
- Barta J. (red.), *System Prawa Prywatnego, tom 13, Prawo autorskie*, Warszawa 2017.
- Barta J., Markiewicz R. (red.), *Prawo autorskie i prawa pokrewne. Komentarz*, Warszawa 2011.
- Barta J., Markiewicz R., *Wokół prawa do wizerunku*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego, Prace z Wynalazczości i Ochrony Własności Intelktualnej 2002, nr 80.
- Cajsel W., *Ustawa o sporcie, Komentarz*, Warszawa 2011.
- Gniatkowski M. (red.), *Ustawa o sporcie, Komentarz*, Wrocław 2011.
- Grzeszczak T., *Wyłączne prawo do wykorzystania wizerunku do celów gospodarczych, czyli kilka wniosków z art. 14 ustawy o sporcie*, [w:] Matlak A., Stanisławska-Kloc S. (red.), *Spory o własność intelektualną. Księga jubileuszowa dedykowana Profesorom Januszowi Barcie i Ryszardowi Markiewiczowi*, Warszawa 2013.
- Grzybowski S., *Ochrona dóbr osobistych*, Warszawa 1957.
- Grzybowski S., *Prawo podmiotowe i prawa człowieka*, „Krakowskie Studia Prawnicze” 190/23.
- Karpowicz A., *Poradnik prawny dla ludzi twórczych*, Dom Wydawniczy ABC 1995.
- Kopczyk R., *Prawo sportowca do wizerunku*, Prace Prawnicze, Wrocław 2012
- Radwański Z., *Prawo cywilne – część ogólna, wyd. 13*, Warszawa 2015
- Rakiewicz F., *Ingerencja organizacji sportowych w swobodę decydowania przez zawodnika o komercyjnej eksploatacji jego wizerunku*, [w:] P. Wiliński, O. Krajniak, B. Guzik (red), *Prawo wobec wyzwań współczesności, t. 3*, Poznań 2006.
- Ritterman S., *Komentarz do ustawy o prawie autorskim*, Kraków 1937.
- Sieńczyło-Chlabicz J., *Rozpoznawanie wizerunku osób powszechnie znanych*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2003, nr 3.
- Sekuła M., *Prawo sportowca do wizerunku*, „Monitor Prawniczy” 2010, nr 22.
- Stefaniuk K., *Naruszenie prawa do wizerunku przez rozpowszechnianie podobizny*, „Państwo i Prawo” 1970, nr 1.
- Szczepanik R., *Problem prawa do wizerunku sportowca – reprezentanta kraju*, „Monitor Prawniczy” 2007, nr 17.
- Ślęzak P., *Ochrona prawa do wizerunku*, Katowice 2009.
- Ślęzak P. (red.), *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Komentarz, art. 81*, Warszawa 2017.

- Tylec G., *Własność intelektualna - autorskie prawo - ochrona prawna wizerunku sportowca członka kadry narodowej. Glosa do wyroku SN z dnia 16 grudnia 2009 r., I CSK 160/09*, LEX nr 136716.
- Wojciechowski K., *Widowisko sportowe w telewizji. Widowisko sportowe i audiowizualna relacja z niego jako dobra chronione w świetle polskiego prawa prywatnego*, Warszawa 2005.
- Wojnicka E., *Prawo do wizerunku w ustawodawstwie polskim*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace Instytutu Prawa Własności Intelektualnej” 1990, nr 56.

Orzecznictwo

- Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 16 grudnia 2009 r., I CSK 160/09, LEX nr 566088.
- Wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego w Warszawie z dnia 8 lipca 2015 r., I OSK 1530/14, LEX nr 1794746.
- Wyrok Sądu Apelacyjnego w Gdańsku z dnia 21 czerwca 1991 r., I ACR 127/91, LEX nr 5435.
- Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 5 marca 2003 r., I ACa 733/02, LEX nr 535036
- Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 12 lutego 1998 r., I ACa 1044/97, LEX nr 81433.
- Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 7 maja 2014 r., I ACa 1686/13, LEX nr 1500839.

Streszczenie

Niniejszy artykuł jest poświęcony kwestii zasad rozpowszechniania wizerunku ze szczególnym uwzględnieniem tej problematyki w odniesieniu do sportowców. W dzisiejszych czasach sport jest nie tylko zawodem, rozrywką, czy formą spędzania wolnego czasu, ale również stał się jednym z sektorów gospodarki światowej. W pracy rozważono charakter prawny dobra osobistego jakim jest wizerunek, a także omówiono najważniejsze problemy dotyczące jego rozpowszechniania. Celem artykułu jest ocena regulacji odnoszącej się do wykorzystania wizerunku sportowca w stroju reprezentacji kraju, jako unormowania szczególnego i wyjątkowego na gruncie obecnych przepisów. Rozważaniom zostały poddane koncepcje wyrażane przez przedstawicieli doktryny, a także przedstawiono tezy z orzecznictwa mające kluczowe znaczenie w omawianej tematyce. Przeprowadzono również krytyczną analizę argumentów nieprzystających do istoty dóbr osobistych oraz nie znajdujących odzwierciedlenia w obecnie obowiązujących regulacjach.

SŁOWA KLUCZOWE: wizerunek, dobro osobiste, zasady rozpowszechniania wizerunku, wizerunek członka reprezentacji narodowej

Summary

This article is devoted to the issue of the principles of image dissemination, with a particular emphasis on this issue in relation to athletes. Nowadays sport is not only a profession, entertainment or a form of spending free time, but it has also become one of the sectors of the world economy. This paper considers the legal nature of the personal interest which is the image and discusses the most important problems related to its dissemination. The aim of the article is to assess the regulations relating to the use of the image of an athlete in the national costume as a special and exceptional under the current provisions. Concepts expressed by the representatives of the doctrine was considered, as well as the case law theses of key importance in the discussed subject matter was presented. A critical analysis of arguments that do not match the essence of personal interests and are not reflected in the current regulations was also carried out.

Key words: image, personal interest, rules of image distribution, image of a sports national team member

Nota o autorze

Tomasz Piotrowski, student V roku prawa na Wydziale Prawa i Administracji Uniwersytetu Jagiellońskiego w Krakowie, do jego obszarów jego zainteresowań naukowych należy prawo spółek, a także prawo sportowe, ze szczególnym uwzględnieniem zasad rozwiązywania sporów sportowych na drodze polubownej