

Kamil Szpyt, Okręgowa Izba Radców Prawnych w Rzeszowie

Prawna problematyka eksploatacji wizerunku członka kadry narodowej przez polski związek sportowy

Legal issues of the exploitation of a national team member's personal portrayal by the Polish Sports Association

STRESZCZENIE:

W TREŚCI NINIEJSZEGO ARTYKUŁU PRZEDSTAWIONO PRAWNĄ PROBLEMATYKĘ EKSPLOATACJI WIZERUNKU SPORTOWCA, CZŁONKA KADRY NARODOWEJ, PRZEZ POLSKI ZWIĄZEK SPORTOWY. OMÓWIONO W NIM KOMPLEKSOWO WSZYSTKIE NAJISTOTNIEJSZE WĄTPLIWOŚCI RODZĄCE SIĘ NA GRUNCIE PRAWNEJ INTERPRETACJI ART. 14 USTAWY Z DNIA 25 CZERWCA 2010 R. O SPORCIE, PRZY UWZGLĘDNIENIU USTALEŃ DOKTRYNY I ORZECZNICTWA. W OPRACOWANIU NIE ZABRAKŁO RÓWNIEŻ WYJAŚNIENIA SAMEGO POJĘCIA „WIZERUNKU”, ZAKRESU PRAWA DO WIZERUNKU ORAZ PODMIOTU DO NIEGO UPRAWNIONEGO.

SŁOWA KLUCZOWE:

PRAWO WŁASNOŚCI INTELEKTUALNEJ, PRAWO SPORTOWE, WIZERUNEK, MERCHANDISING

ABSTRACT:

THE ARTICLE DESCRIBES LEGAL ISSUES OF THE EXPLOITATION OF A NATIONAL TEAM MEMBER'S IMAGE BY THE POLISH SPORTS ASSOCIATION. ALL THE MOST IMPORTANT DOUBTS CONCERNING LEGAL INTERPRETATION IN ACCORDANCE WITH THE ACT 14 FROM 25TH JUNE 2010 ABOUT SPORT (WITH THE ARRANGEMENTS OF JUDICATURE AND DOCTRINE TAKEN INTO ACCOUNT) WERE DISCUSSED HERE COMPREHENSIVELY. IN THE WORK THERE IS ALSO AN EXPLANATION OF THE TERM "IMAGE" ITSELF, THE SCOPE OF THE RIGHT OF PERSONAL PORTRAYAL AND THE ENTITY ENTITLED TO IT.

KEYWORDS:

INTELLECTUAL PROPERTY LAW, SPORTS LAW, IMAGE, MERCHANDISING

Sportowcom przypisano rolę głównych i zarazem najważniejszych aktorów „wielkiego teatru ciała”, jakim jest widowisko sportowe we współczesnej kulturze. To najczęściej oni, a nie trenerzy czy sędziowie, mają szansę stać się narodowymi bohaterami. Naturalną konsekwencją wzrostu lub umocnienia się pozycji zawodnika w sportowym środowisku jest zwiększenie się jego „wartości ekonomicznej”. I nie chodzi tutaj bynajmniej o kwestie, wydawałoby się elementarne, takie jak ceny transferowe czy wysokość wynagrodzenia wpisanego w umowę o pracę. Rozpoznawalna postać wielbionego przez cały kraj sportowca (nieważne – piłkarza, skoczek narciarskiego, czy kierowcy rajdowego) niezwykle korzystnie wpływa na sprzedaż biletów na zawody, w których bierze on udział, przyczynia się do podwyższenia ceny, którą musi zapłacić nadawca za prawa do transmisji widowiska, czy wreszcie stymuluje sprzedaż reklamowanego przez sportowca produktu. Zależność ta została już dawno zauważona przez doktrynę, w której wskazuje się, że wizerunek sportowca (zwłaszcza w przypadku którejś z popularniejszych dyscyplin sportowych) posiada olbrzymi potencjał komercyjny. Na ów potencjał wpływa przede wszystkim rozpoznawalność znanej postaci, jak również pozytywne konotacje, jakie wywołuje ona na skutek osiągniętych sukcesów w świadomości odbiorców¹. Zjawisko to od dłuższego czasu jest dodatkowo stymulowane dynamicznie postępującym procesem zwanym *personality merchandising*, którego istotą jest wykorzystanie do celów reklamowych zewnętrznych atrybutów danej osoby, takich jak nazwisko czy właśnie wizerunek².

Jednakże wzrost popularności sportowca, a zarazem wartości komercyjnej jego wizerunku, niejednokrotnie może pociągać za sobą również negatywne skutki oraz znaczne komplikacje prawne. Za takie można uznać przede wszystkim liczne przypadki naruszeń prawa przez osoby trzecie, jak również powstawanie sporów pomiędzy sportowcami a klubami i związkami sportowymi o prawo do komercyjnej eksploatacji wizerunku zawodnika. Od początku istnienia tego problemu w Polsce narażeni na takie nadużycia byli przede wszystkim zawodnicy poniekąd najważniejsi, czyli członkowie kadry narodowej. W razie naruszenia praw im przysługujących mogli oni osobiście dochodzić stosownych roszczeń, ponieważ kwestia szeroko pojętej ochrony prawa do wizerunku od dawna była odpowiednio uregulowana w rodzimym porządku prawnym. Jednak podmioty sportowe (a zwłaszcza polskie związki sportowe) aż do 2005 r. nie doczekały się stosownych, jednoznacznych uregulowań w kwestii przysługiwania lub też nie przysługiwania im jakichkolwiek praw względem wizerunku członka kadry narodowej. Brak

¹ J. Balcarczyk, *Prawo do sportowego wizerunku w ujęciu prawa polskiego*, w: J. Gołaczyński, P. Machnikowski (red.), *Współczesne problemy prawa prywatnego. Księga pamiątkowa ku czci Profesora Edwarda Gniewka*, Warszawa 2010, s. 2.

² Więcej o instytucji szeroko pojętego *merchandisingu*: J. Balcarczyk, *Prawo do wizerunku i jego komercjalizacja. Studium cywilnoprawne*, Warszawa 2009, s. 249 i nast.; M. Czajkowska-Dąbrowska, I. Wiszniewska, *Merchandising, czyli komercjalizacja popularnych symboli*, „Przegląd Prawa Handlowego” 1998 nr 10, s. 1-9; M. Wach, *Personality merchandising jako instytucja stosowana do wykorzystywania wizerunku sportowca w celach promocyjnych i reklamowych*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2010 nr 10, s. 22-29; B. Borusiak, *Merchandising*, Poznań 2009; K. Grzybczyk, *Problematyka lokowania produktu – zagadnienia ogólne*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelektualnej” 2009 z. 103, s. 121-122.

tych ustaleń w ustawie z dnia 18 stycznia 1996 r. o kulturze fizycznej³ spowodował, że próbowano doszukiwać się podstaw do eksploatacji wizerunku członka kadry narodowej przez polskie związki sportowe. W tym celu sięgano po szereg zróżnicowanych uregulowań: licencje ustawowe przewidziane w przepisach prawno-autorskich, zgodę dorozumianą wynikającą z przystąpienia sportowca do klubu sportowego/związku sportowego (a tym samym związania się ustaleniami jego regulaminu lub statutu), umowy o pracę (zarówno w postaci traktowania „udostępnienia” przez sportowca związkowi sportowemu własnego wizerunku jako swoistego obowiązku pracowniczego, jak i w postaci odpowiednich klauzul umownych), oraz umowy cywilnoprawne⁴.

Polski ustawodawca z jednej strony dostrzegał komercyjny potencjał wizerunków członków kadry narodowej, a z drugiej chciał usunąć stan niepewności prawnej. Biorąc to pod uwagę, przy uchwalaniu ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o sporcie kwalifikowanym⁵ wprowadzono do niej art. 33, w ramach którego przyznano polskim związkom sportowym wyłączne uprawnienie do wykorzystywania wizerunku członka kadry narodowej w stroju reprezentacji kraju do swoich celów gospodarczych, w zakresie wyznaczonym przez regulaminy tego związku lub międzynarodowej organizacji sportowej działającej w danej dyscyplinie sportu. Przepis ten, jakkolwiek w znacznym stopniu mający być odpowiedzią na zmieniające się realia, przez swoją niedbałą konstrukcję stał się przedmiotem powszechnej krytyki i przyczyną jeszcze zacieklejszych sporów. Nie inaczej było też z wprowadzoną w miejsce wspomnianego aktu ustawą z dnia 25 czerwca 2010 r. o sporcie⁶, w której w art. 14 powielono wspomniane uregulowania wraz z ustawodawczymi potknięciami.

Niniejsze opracowanie ma na celu przedstawienie prawnej problematyki związanej z wykorzystywaniem (eksploatacją) wizerunku członka kadry narodowej przez polski związek sportowy do własnych celów gospodarczych. Dzięki odwołaniu się do rozległych ustaleń doktryny z tego zakresu, będzie ono zawierało liczne wskazówki dotyczące interpretacji wspomnianych przepisów oraz postulaty odnośnie sposobów ich nowelizacji, wysuwane zarówno przez autora opracowania, jak i innych przedstawicieli doktryny.

Pojęcie wizerunku

Prawo do wizerunku na gruncie polskiego ustawodawstwa zostało objęte szczególną ochroną. Świadczy o tym m.in. fakt uregulowania wspomnianego zagadnienia w kilku aktach prawnych⁷, przede wszystkim zaś w ustawie z dnia 23 kwietnia 1964 r. kodeks cy-

³ Dz.U.2007.226.1675 t.j. z późn. zm.; dalej: ustawa o kulturze fizycznej.

⁴ Por. szerzej: A. Kijowski, *Prawa i obowiązki sportowca związane z transmisjami sportowymi*, w: M. Kępiński (red.), *Sport i media - problemy prawne*, Poznań 1997, s. 134 i nast.; 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. 199.

⁵ Dz.U.2005.155.1298; dalej: ustawa o sporcie kwalifikowanym.

⁶ Dz.U.2010.127.857 z późn. zm.; dalej: ustawa o sporcie.

⁷ Oprócz wskazanych w treści zasadniczej opracowania aktów prawnych, zagadnienia dotyczące wykorzystywania niektórych szczególnych rodzajów wizerunku zostały uregulowane w dwóch innych ustawach.

wilny⁸ - w art. 23, 24 oraz 448, oraz ustawie z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych⁹ - w art. 81 i 78 ust. 1 z zw. z art. 83. W żadnym z nich ustawodawca nie przedstawił stosownej, legalnej definicji wizerunku. Zaowocowało to serią późniejszych mniej lub bardziej udanych prób uzupełnienia wspomnianej luki terminologicznej przez prawniczą doktrynę.

Pierwsza z nich, podjęta przez S. Rittermana, oparta jeszcze na ustaleniach ustawy z dnia 29 marca 1926 r. o prawie autorskim¹⁰, głosi, że „przedmiotem ochrony jest wizerunek pewnej osoby, zarówno głowy, jak i całej postaci, indywidualizujący tę osobę jako jednostkę fizyczną”¹¹. Do definicji tej odniosła się J. Balcarczyk, która z jednej strony zarzuciła jej autorowi podjęcie próby wyjaśniania *idem per idem*, ale z drugiej przyznała, że uwzględnione zostały w niej dwa elementy najtrafniej charakteryzujące wizerunek: fakt, iż przynależy on jedynie osobie fizycznej, oraz zastrzeżenie, że pod tym pojęciem należy rozumieć tylko takie elementy, które są w stanie zindywidualizować daną osobę¹².

Według E. Wojnickiej wizerunek oznacza „dostrzegalne, fizyczne cechy człowieka, tworzące jego wygląd i pozwalające na identyfikację osoby wśród innych ludzi”¹³. Z kolei J. Sieńczyło-Chlabicz stwierdza, iż jest to „wytwór niematerialny, który przedstawia rozpoznawalny obraz konkretnej osoby, bez względu na sposób jej ukazania, zastosowane środki czy sposób wyrażenia”¹⁴.

W doktrynie zetknąć się można również z próbami swoistego utożsamiania wizerunku z nośnikiem, na którym został on utrwalony. Takie stanowisko zajął m.in. J. Sob-

Mianowicie, zgodnie z art. 13 ust. 2 ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe (Dz.U.1984.5.24 z późn. zm.) „nie wolno publikować w prasie danych osobowych i wizerunku osób, przeciwko którym toczy się postępowanie przygotowawcze lub sądowe, jak również danych osobowych i wizerunku świadków, pokrzywdzonych i poszkodowanych, chyba że osoby te wyrażą na to zgodę”. Z kolei jak wskazuje art. 1 ust. 1, 2 i 3 ustawy z dnia 3 lutego 2001 r. o ochronie dziedzictwa Fryderyka Chopina (Dz.U.2001.16.168 z późn. zm.) „(...) nazwisko Fryderyka Chopina i jego wizerunek są chronione odpowiednio na zasadach dotyczących dóbr osobistych”, zaś pieczęć nad tymi dobrami sprawuje minister właściwy do spraw kultury i ochrony dziedzictwa narodowego, który uprawniony jest m.in. do dochodzenia ochrony wskazanych dóbr w wypadku korzystania z nich w sposób przynoszący ujmę. Dokładniejsza analiza przytoczonych przepisów wykracza jednak znacząco poza ramy podjętej problematyki. Osoby zainteresowane dokładniejszym zgłębieniem powyższych uregulowań mogą sięgnąć po stosunkowo bogatą literaturę przedmiotu, w tym m.in. J. Sobczak, *Prawo prasowe. Komentarz*, Warszawa 2008, s. 519-538; J. Mazurkiewicz, *Non omnis moriar: ochrona dóbr osobistych zmarłego w prawie polskim*, Wrocław 2010, s. 718-775, „Biblioteka Cyfrowa Uniwersytetu Wrocławskiego” (brak daty opubl.), <http://www.bibliotekacyfrowa.pl/dlibra/publication/28001?tab=1> (dostęp 18.01.2014).

⁸ Dz.U.2014.121.j.t.; dalej: kodeks cywilny.

⁹ Dz.U.2006.90.631 t.j. z późn. zm.; dalej: prawo autorskie.

¹⁰ Dz.U.1935.36.260 z późn. zm.

¹¹ S. Ritterman, *Komentarz do ustawy o prawie autorskim*, Kraków 1937, s. 120.

¹² J. Balcarczyk, *Prawo do wizerunku i jego komercjalizacja...*, dz. cyt., s. 21.

¹³ E. Wojnicka, *Prawo do wizerunku w ustawodawstwie polskim*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Wynalazczości i Ochrony Własności Intelektualnej” 1990 z. 56, s. 107.

¹⁴ J. Sieńczyło-Chlabicz, *Prawo do wizerunku a komercjalizacja dóbr osobistych*, „Państwo i Prawo” 2006 nr 6, s. 21

czak, według którego „wizerunek jest utworem niematerialnym, który za pomocą środków plastycznych przedstawia rozpoznawaną podobiznę osoby lub osób. Wizerunkiem jest fotografia, film, lecz także portret, niezależnie od techniki wykonania (np. rysunek, kredka, tuszem itd., akwarela, obraz olejny)”¹⁵.

Jak więc widać na przedstawionych wyżej przykładach, wątpliwości co do sposobu pojmowania omawianego zagadnienia nie brakuje. Dodatkowo, za sporny należy uznać fakt, czy pojęcie wizerunku należy rozumieć jednakowo na gruncie przepisów kodeksu cywilnego i prawa autorskiego. Wydaje się, że najtrafniej kwestię tę rozstrzygnęła E. Traple, według której, kierując się funkcjonalną wykładnią omawianych przepisów, można wysnuć wniosek, że wspomniane pojęcie nie powinno być traktowane jako tożsame na gruncie obu tych aktów¹⁶. Autorka ta postuluje, by wizerunek w rozumieniu art. 23 kodeksu cywilnego pojmować o wiele szerzej od jego „odpowiednika” uregulowanego w art. 81 prawa autorskiego. Mianowicie, powinno się go rozumieć jako „obraz postaci człowieka, także jego cech charakteru i zachowań, jaki powstaje w odbiorze publicznym w kontekście zaprezentowania publicznie odwzorowania fizycznych cech człowieka”¹⁷. Ochrona zapewniona w oparciu o treść rzezonego artykułu ukierunkowana jest na zapewnienie poszanowania spokoju psychicznego człowieka, jak również jego integralności fizycznej i psychicznej, której tylko pewnym atrybutem jest wizerunek i którego niewłaściwe wykorzystanie może doprowadzić do naruszenia innych dóbr osobistych¹⁸. Natomiast wizerunek, o którym mowa w art. 81 prawa autorskiego, w rozumieniu E. Traple należy pojmować jako „odwzorowanie fizycznych cech człowieka, ewentualnie w połączeniu z charakterystycznymi dla niego rekwizytami ubioru, pozwalającymi na rozpoznanie danej osoby przez publiczność”¹⁹. Dalej autorka stwierdza, że możliwym do obronienia jest stanowisko, zgodnie z którym pojęcie wizerunku w omawianym artykule zostało użyte jako określenie materialnej konkretyzacji obrazu fizycznego człowieka zdanej do rozpowszechnienia²⁰. W związku z przedstawioną wyżej dyskusją, ciekawie prezentuje się definicja zaproponowana przez T. Grzeszak, tożsama znaczeniowo z powyższymi propozycjami, ale nieco precyzyjniejsza, zgodnie z którą wizerunek to „skonkretyzowane ustalenie obrazu fizycznego człowieka, zdadne do zwielokrotniania i do rozpowszechniania”²¹.

Należy stwierdzić, iż prawo uregulowane w omawianym przepisie umożliwia podmiotowi uprawnionemu decydowanie o wszelkich formach rozpowszechniania jego

¹⁵ J. Sobczak, *Prawo prasowe. Podręcznik akademicki*, Warszawa 2000, s. 301-302.

¹⁶ E. Traple, *Dobra osobiste w reklamie*, w: E. Traple (red.), *Prawo reklamy i promocji*, Warszawa 2007, s. 816; odmiennie: A. Pązik, *Prawo do wizerunku w obliczu zmian*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelektualnej” 2010 z. 107, s. 129; K. Święcka, *Okoliczności wyłączające bezprawność naruszenia dóbr osobistych przez prasę*, Warszawa 2010, s. 54.

¹⁷ Tamże.

¹⁸ Por. szerzej: tamże, s. 814.

¹⁹ Tamże, s. 816.

²⁰ Tamże, s. 817.

²¹ T. Grzeszak, *Reklama a ochrona dóbr osobistych (naruszenie praw osobistych wykorzystanych w reklamie żyjących osób fizycznych)*, „Przegląd Prawa Handlowego 2000” nr 2, s. 10.

wizerunku, a zarazem stanowi blokadę przed bezprawnym podejmowaniem tych działań przez osoby trzecie²². Ustawodawca wprowadził przy tym generalną zasadę, zgodnie z którą do rozpowszechnienia wizerunku osoby niezbędna jest jej zgoda. Takowe przyzwolenie może być wyrażone w dowolnej formie, jednakże nie można go domniemywać, oraz nie może mieć ono charakteru blankietowego (ramowego)²³. Od powyższej zasady ustawodawca wprowadził jednak kilka wyjątków. Mianowicie, dozwolone jest rozpowszechnianie wizerunku osoby powszechnie znanej, jeżeli wizerunek powstał w związku z pełnieniem przez nią funkcji publicznych, w szczególności politycznych, społecznych, lub zawodowych (art. 81 ust 2 pkt 1 prawa autorskiego). Dozwolone jest też rozpowszechnianie wizerunku osoby stanowiącej jedynie szczegół całości takiej, jak: zgromadzenie, krajobraz, czy publiczna impreza (art. 81 ust 2 pkt 2 prawa autorskiego). Zezwolenie nie jest również wymagane, jeżeli osoba otrzymała umówioną zapłatę za pozowanie i nie nastąpiło wyraźne zastrzeżenie, iż dana osoba nie wyraża zgody na rozpowszechnianie jej wizerunku (art. 81 ust 1 zd 2 prawa autorskiego).

W doktrynie brak zgodności, czy w skład wizerunku należy zaliczyć tylko „cechy naturalne” danej osoby, czy też wszelkiego rodzaju dodatki (np. rekwizyty, makijaż). Słuszniejsze wydaje się drugie ze wskazanych stanowisk, postulujące szersze, nie tylko „anatomiczne” ujęcie wizerunku i wliczające w jego skład również charakterystyczny ubiór, rekwizyty, a niekiedy nawet szczególny sposób poruszania, czy gestykulację (np. przypadek Charliego Chaplina)²⁴. W piśmiennictwie obecny jest również pogląd, zgodnie z którym do szeroko pojętego wizerunku włączyć należy także maskę artystyczną oraz karykaturę²⁵. Zdaniem niektórych przedstawicieli doktryny również głos, chociaż odrzucany w pierwszym odruchu jako nie posiadający związku z wizualnym obrazem danej osoby, powinien być kwalifikowany jak tzw. wizerunek dźwięczny²⁶.

²² Jakkolwiek w prawie autorskim brak definicji „rozpowszechniania wizerunku”, jednakże posiłkując się ustaleniami zawartymi w art. 6 pkt 3 wskazanej ustawy, w którym to mowa o utworze rozpowszechnionym, można uznać, iż pod pojęciem rozpowszechniania wizerunku należy rozumieć jego publiczne udostępnienie.

²³ Por. G. Tylec, *Zasady eksploatacji wizerunku sportowca członka kadry narodowej*, „Przegląd Prawno-Ekonomiczny” 2009 nr 9, s. 20; zob. także: wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 17 lipca 2009 r., VI ACa 5/2009; wyrok Sądu Apelacyjnego we Wrocławiu z dnia 18 czerwca 2009 r., I ACa 459/2009.

²⁴ J. Barta, R. Markiewicz, *Wokół prawa do wizerunku*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Wynalazczości i Ochrony Własności Intelktualnej” 2002 z. 80, s. 12; P. Ślęzak, *Ochrona prawa do wizerunku*, Katowice 2009, s. 12; M. Gołda-Sobczak, W. Sobczak, *Prawo do wizerunku a wolność prasy*, w: W. Furman, J. Marszałek-Kawa, B. Nierenberg, K. Wolny-Zmorzyński (red.), *Prawo, etyka, czy rynek? Zmiany w polskich mediach po 1989 roku*, Toruń 2010, s. 82; odmiennie J. Sieńczyło-Chłabicz, *Prawo do wizerunku...*, art. cyt., s. 23 (autorka stwierdza, że wspomniane elementy powinny być uznawane za przedmiot ochrony odrębnego prawa, stanowiącego odpowiednik amerykańskiego *right of publicity*).

²⁵ J. Barta, R. Markiewicz, *Ochrona powszechna dóbr osobistych*, w: J. Barta, R. Markiewicz, A. Matlak (red.), *Prawo mediów*, Warszawa 2008, s. 473.; K. Świącka, dz. cyt., s. 53.

²⁶ Tak m.in. J. Sieńczyło-Chłabicz, *Rozpowszechnianie wizerunku osób powszechnie znanych*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2003 nr 9, s. 40; zob. także: Wyrok Sądu Apelacyjnego w Gdańsku z dnia 21 czerwca 1991 r., I ACr 127/91, Lex nr 5435; A. Karpowicz, *Poradnik prawny dla ludzi twórczych*, Warszawa 1995, s. 60; odmiennie: J. Balcarczyk, *Prawo do wizerunku...*, dz. cyt., s. 54; zob. także: J. Balcarczyk, *Prawo do*

Z uwagi na fakt, iż – jak zostanie wskazane – zarówno na gruncie art. 33 ustawy o sporcie kwalifikowanym, jak i art. 14 ustawy o sporcie następuje odesłanie do art. 81 ust. 1 prawa autorskiego, za obowiązujące w ramach niniejszego opracowania zostanie uznane pojęcie wizerunku jako „skonkretyzowanego ustalenia obrazu fizycznego człowieka, zdatnego do zwielokrotniania i do rozpowszechniania”. W doktrynie wskazuje się, że podmiotem prawa do wizerunku jest osoba na nim przedstawiona²⁷.

Prawne podstawy eksploatacji wizerunku członka kadry narodowej w ustawie o sporcie kwalifikowanym

Uregulowania zawarte w ustawie o sporcie kwalifikowanym uznaje się powszechnie za protoplastę przepisów zawartych w obecnie obowiązującej ustawie o sporcie. W zasadzie wszystkie ustalenia doktryny poczynione na gruncie ich analizy będą miały zastosowanie do odpowiednich przepisów ustawy o sporcie, dlatego też zostaną one tutaj omówione, pomimo faktu, iż przepisy te obecnie nie obowiązują. Zgodnie z art. 33 ust. 1 ustawy o sporcie kwalifikowanym, „członek kadry narodowej²⁸ udostępnia, na zasadach wyłączności, swój wizerunek w stroju reprezentacji kraju polskiemu związkowi sportowemu, który jest uprawniony do wykorzystania tego wizerunku do swoich celów gospodarczych w zakresie wyznaczonym przez regulaminy tego związku lub międzynarodowej organizacji sportowej działającej w danej dyscyplinie sportu”. Wspomniany przepis znajduje swoje uzupełnienie w ust. 2 cytowanego artykułu, stwierdzającym, że „zawodnik przed zakwalifikowaniem do kadry narodowej wyraża zgodę na rozpowszechnianie swojego wizerunku w stroju reprezentacji kraju w rozumieniu art. 81 ust. 1 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2000 r. Nr 80, poz. 904, z późn. zm.4)”.

W doktrynie wykrystalizowało się kilka różnych stanowisk odnośnie sposobu interpretacji rzeczony regulacji. Według pierwszego z nich, reprezentowanego przez R. Szczepaniaka, wspomniany przepis należało interpretować jako skierowany przez ustawodawcę do kadrowicza nakaz udzielenia związkowi sportowemu blankietowej (abstrakcyjnej) zgody na rozpowszechnianie swojego wizerunku²⁹. Ze poglądem tym polemizowała jednak J. Balcarczyk, uznając, że „takie rozumienie przywołanej normy nie wnosiłoby jednak żadnej nowej treści i stanowiłoby jedynie sugestią ustawodawcy, która mogłaby, lecz nie musiałaby, być zrealizowana przez sportowca”³⁰.

głosu – zarys problematyki, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelktualnej” 2010 z. 108, s. 115-126.

²⁷ J. Barta, R. Markiewicz, *Dobra osobiste osób fizycznych*, w: J. Barta, R. Markiewicz (red.), *Media a dobra osobiste*, Warszawa 2009, s. 104.

²⁸ Pod pojęciem kadry narodowej w rozumieniu art. 3 pkt 1 ustawy o sporcie kwalifikowanym należało rozumieć grupę zawodników zakwalifikowanych jako kandydaci do składu reprezentacji kraju w danej dyscyplinie sportowej.

²⁹ R. Szczepaniak, *Problem prawa do wizerunku sportowca – reprezentanta kraju*, „Monitor Prawniczy” 2007 nr 17, s. 948 i nast.

³⁰ J. Balcarczyk, *Prawo do sportowego...*, art. cyt., s. 3.

Drugie z obecnych w doktrynie stanowisk, reprezentowane przez D. Bunikowskiego, opowiadało się za przyjęciem, że polski związek sportowy nabywa prawa do rozpowszechniania wizerunku na zasadzie dorozumianej zgody³¹. Wspomniany autor wprowadził przy tym niepotrzebny zamęt w swoich wywodach, stwierdzając, iż „tym bardziej możliwa jest taka interpretacja, jeżeli związek wypłacał jakieś pieniądze za rozpowszechnianie wizerunku (por. art. 81 ust. 1 zd 2 ustawy o prawie autorskim)”³². Nie należy bowiem utożsamiać otrzymania wynagrodzenia przez uprawnionego, które stanowi jedynie swoisty surogat zgody na rozpowszechnienie, z uregulowaniami zawartymi w omawianych przepisach ustawy o sporcie kwalifikowanym. Niewątpliwie, w momencie poczynienia wspomnianych uwag, dopuszczalne było kumulatywne uzyskanie przez związek sportowy praw do wizerunku sportowca na podstawie obu tych podstaw, lub tylko oparcia się na jednej, gdy druga nie miała zastosowania. Niemniej, nie można wspomnianej okoliczności traktować jako argumentu przemawiającego za słusznością uznawania rzeczony konstrukcji jako formy dorozumianej zgody.

Według trzeciej wykładni omawiany przepis ustawy o sporcie kwalifikowanym nie był niczym innym, jak ustawową licencją wyłączną na korzystanie z wizerunku sportowca w stroju reprezentacji kraju³³. Działania podejmowane w ramach tej licencji, jako funkcjonujące w oparciu o obowiązujący porządek prawny, pomimo naruszania cudzych dóbr osobistych, nie były bezprawne³⁴. Wspomniane stanowisko wydaje się najśluszniesze.

Natomiast dość nietrafiony wydaje się być pogląd wyrażony przez K. Wojciechowskiego³⁵. Mianowicie, według wspomnianego autora, art. 33 ustawy o sporcie kwalifikowanym należało uznać za twór zasadniczo zbędny, gdyż korzystanie z wizerunku członków kadry narodowej było dopuszczalne, jako że są to osoby powszechnie znane³⁶. Rzeczone stanowisko nie może być jednak uznawane za wykładnię, a jedynie za wyrażenie osobistej oceny. Oceny zresztą błędnej, przynajmniej w zakresie, w którym sugeruje ona, że polski związek sportowy uzyskałby taki sam zakres uprawnień do komercyjnego wykorzystania wizerunku sportowca członka kadry narodowej przy powołaniu się na art. 81 ust. 2 pkt 1 prawa autorskiego, jak przy powołaniu się na art. 33 ustawy o sporcie kwalifikowanym. Wspomniana bowiem, uregulowana w prawie autorskim licencja ustawowa pozwala - co prawda - na rozpowszechnianie bez zgody uprawnionego wizerunku osób powszechnie znanych, jeżeli wizerunek ten wykonano

³¹ D. Bunikowski, *Prawo do wizerunku sportowca*, „Jurysta” 2007 nr 5, s. 23.

³² Tamże.

³³ Por. J. Barta, R. Markiewicz, *Dobra osobiste...*, dz. cyt., s. 113-114; podobnie: J. Balcarczyk, *Prawo do sportowego...*, art. cyt., s. 8; G. Tylec, *Głosa do wyroku Sądu Najwyższego - Izba Cywilna z dnia 16 grudnia 2009 r., I CSK 160/09*, „Orzecznictwo Sądów Polskich” 2011 z. 7-8, s. 532.

³⁴ J. Balcarczyk, *Prawo do wizerunku...*, dz. cyt., s. 316-318.

³⁵ Por. J. Balcarczyk, *Prawo do sportowego...*, art. cyt., s. 3; za nią: M. Badura, w: M. Badura, H. Basiński, G. Kałużny, M. Wojcieszak, *Ustawa o sporcie. Komentarz*, Warszawa 2011, s. 210.

³⁶ K. Wojciechowski, *Widowisko sportowe w telewizji. Widowisko sportowe i audiowizualna relacja z niego jako dobra chronione w świetle polskiego prawa prywatnego*, Warszawa 2005, s. 161.



Zgodnie z art. 33 ust. 1 ustawy o sporcie kwalifikowanym, „członek kadry narodowej udostępnia, na zasadach wyłączności, swój wizerunek w stroju reprezentacji kraju polskiemu związkowi sportowemu, który jest uprawniony do wykorzystania tego wizerunku do swoich celów gospodarczych w zakresie wyznaczonym przez regulaminy tego związku lub międzynarodowej organizacji sportowej działającej w danej dyscyplinie sportu”.

w związku z pełnieniem przez nie funkcji publicznych, w szczególności politycznych, społecznych i zawodowych, jednakże jedynie do celów informacyjnych, w żadnym wypadku zaś - komercyjnych³⁷.

Jak można wyczytać w uzasadnieniu do projektu omawianej ustawy: „dostrzegając pojawiające się w środowisku sportowym spory między członkami kadry narodowej a polskimi związkami sportowymi w zakresie praw marketingowych i ograniczeń w komercyjnym wykorzystaniu wizerunku zawodnika, przepisy art. 34 projektu ustawy [wprowadzonego ostatecznie do ustawy jako art. 33 – przypis autora] nakładają na członka kadry narodowej obowiązek udostępniania, na zasadach wyłączności, swojego wizerunku w stroju reprezentacji kraju, polskiemu związkowi sportowemu. Przepisy te mają na celu zabezpieczenie interesów właściwego polskiego związku sportowego w zakresie dotyczącym wykorzystania wizerunku zawodnika – członka kadry narodowej, oraz ułatwiają realizację przez ten związek zadań wynikających z projektu ustawy, związanych z reprezentowaniem sportu polskiego na arenie międzynarodowej”³⁸. W powyższych wyjaśnieniach znajdują potwierdzenie okoliczności nakreślone we wstępie niniejszego artykułu. Wracając do analizy treści omawianego uregulowania, należy przede wszystkim wskazać, że podmiotem uprawnionym do wykorzystania wizerunku sportowca był w tym przypadku polski związek sportowy. Na podstawie wspomnianego przepisu uzyskiwał on wyłączne prawo wykorzystania wizerunku sportowca – członka kadry narodowej, ale jedynie w stroju reprezentacji kraju i tylko w zakresie wyznaczonym przez regulaminy tego związku lub

³⁷ M.in.: T. Grzeszak, *Reklama...*, art. cyt., 2, s. 12; także: J. Balcarczyk, *Prawo do sportowego...*, art. cyt., s. 4; M. Brzozowska, *Prawo autorskie w reklamie i marketingu*, Warszawa 2009, s. 144; F. Rakiewicz, art. cyt., s. 198.

³⁸ Uzasadnienie do projektu ustawy o sporcie kwalifikowanym, druk nr 4131, „Strona Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej” z 07.06.2005 r., [http://orka.sejm.gov.pl/Druki4ka.nsf/wgdruk/4131/\\$file/4131.pdf](http://orka.sejm.gov.pl/Druki4ka.nsf/wgdruk/4131/$file/4131.pdf) (dostęp 15.01.2014).

międzynarodowej organizacji sportowej działającej w danej dyscyplinie sportu. Rzeczone uprawnienie nie obejmowało natomiast prawa do korzystania z wizerunku kadrowicza w stroju innym, niż wskazany (np. stroju klubowym, prywatnym itp.)³⁹. Jak słusznie przy tym zauważył G. Tylec, użytego w analizowanym przepisie pojęcia „udostępniania wizerunku” nie można było interpretować rozszerzająco i tym samym uznawać, iż na zawodniku ciążył jakikolwiek obowiązek uczestniczenia w sesjach zdjęciowych czy też akcjach promocyjnych związku sportowego lub sponsora związku⁴⁰.

W przepisach ustawy o sporcie kwalifikowanym brakło wyjaśnienia, co należy rozumieć pod pojęciem „wykorzystanie wizerunku”. J. Balcarczyk uznawała wspomniane działanie za pochodną rozpowszechniania, dotyczącą sposobu ukazania wizerunku, m.in. przez jego zniekształcenie, przetwarzanie itp.⁴¹. Natomiast według M. Badury „wykorzystanie” to nie tylko rozpowszechnianie, ale także ustalanie i podejmowanie innych działań⁴². Również w Wyroku Sądu Najwyższego z dnia 16 grudnia 2009 r.⁴³ wskazano, że omawiane wyrażenie ma szerszy zakres, niż „rozpowszechnianie” w rozumieniu art. 81 prawa autorskiego.

Ustawa o sporcie kwalifikowanym nie wyjaśniała również, co należało rozumieć pod pojęciem „cele gospodarcze” polskiego związku sportowego. W doktrynie wskazywano⁴⁴, że w celu jego wykładni, można podjąć próbę odwołania się do definicji „działalności gospodarczej” w rozumieniu art. 2 ustawy z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej⁴⁵. Powołany wyżej akt prawny stwierdza, że „działalnością gospodarczą jest zarobkowa działalność wytwórcza, budowlana, handlowa, usługowa oraz poszukiwanie, rozpoznawanie i wydobywanie kopalin ze złóż, a także działalność zawodowa, wykonywana w sposób zorganizowany i ciągły”. Za „cel gospodarczy” można więc uznać każdy cel związany z zarobkową działalnością związku⁴⁶. Z kolei według wspomnianego już wyroku Sądu Najwyższego z dnia 16 grudnia 2009 r., „wykorzystanie wizerunku do celów gospodarczych oznacza także cel zarobkowy, zgodny z funkcją danego polskiego związku sportowego, który nie może być sprzeczny z jego statutowymi zadaniami. Taka działalność obejmuje m.in. zawieranie umów wzajemnych, które mogą polegać na udostępnieniu kontrahentowi wizerunku członków kadry narodowej w stroju reprezentacji kraju w zamian za świadczenie pieniężne wykorzystywane na realizację statutowych zadań, np. na szkolenie zawodników kadry”.

Odmienne od powyższej interpretację wskazanego przepisu zaproponował G. Tylec. Zdaniem rzeczonoego autora „związek sportowy, który jest dysponentem wizerun-

³⁹ W. Cajsels, *Ustawa o sporcie kwalifikowanym. Komentarz*, Warszawa 2006, s. 168.

⁴⁰ G. Tylec, *Zasady eksploatacji wizerunku...*, art. cyt., s. 17.

⁴¹ J. Balcarczyk, *Prawo do sportowego...*, art. cyt., s. 5.

⁴² M. Badura, dz. cyt., s. 228.

⁴³ Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 16 grudnia 2009 r., I CSK 160/09, Lex nr 566088.

⁴⁴ Por. W. Cajsels, *Ustawa o sporcie kwalifikowanym...*, dz. cyt., s. 169.

⁴⁵ Dz.U.2013.672 t.j. z późn. zm.

⁴⁶ Por. W. Cajsels, *Ustawa o sporcie kwalifikowanym...*, dz. cyt., s. 169

ków sportowców kadry narodowej, nie może zawierać umów rozporządzających ze sponsorem reprezentacji w odniesieniu do tych wizerunków. Takie działanie, choć mogłoby być postrzegane jako wykorzystanie wizerunku do celów gospodarczych związku sportowego, o którym mowa w treści art. 33 ustawy o sporcie kwalifikowanym, sprzeczne byłoby z (...) zasadą niezbywalności praw osobistych⁴⁷. Zdaniem cytowanego przedstawiciela doktryny, jedynym wyjściem w sytuacji, w której sponsor reprezentacji kraju na podstawie zawartej ze związkiem sportowym umowy sponsoringowej chciałby korzystać z wizerunku sportowca, jest takie sformułowanie udzielanej przez zawodnika zgody, by obejmowała ona nie tylko związek sportowy, ale i sponsora lub sponsorów⁴⁸.

Przechodząc do omówienia art. 33 ust. 2 ustawy o sporcie kwalifikowanym należy przede wszystkim zwrócić uwagę na obecność w nim istotnego mankamentu, wynikającego z jego niedbałego skonstruowania przez ustawodawcę. Chodzi mianowicie o zwrot: „zawodnik przed zakwalifikowaniem do kadry narodowej, wyraża zgodę”, który nawet w przybliżeniu nie określał momentu, w którym rzeczona zgoda powinna być udzielona. W. Cajselski wskazywał wręcz, że „każdy zawodnik, w trakcie swojej kariery zawodniczej, jest choćby przez krótki okres na etapie »przed zakwalifikowaniem się do kadry narodowej«”⁴⁹. Jakkolwiek powyższe stwierdzenie można uznać za nieco przesadzone, to należy zauważyć, że ze względu na znaczne wahania pozycji rankingowych poszczególnych sportowców (wynikające z tak zróżnicowanych czynników, jak ich kondycja, stan zdrowia, czy popularność), spora część zawodników zarówno w momencie obowiązywania ustawy o sporcie kwalifikowanym, jak i dziś, co rusz zbliża się do momentu „przed zakwalifikowaniem się”. A zarazem olbrzymia rzesza zawodników niedługo później traci swoją szansę, ustępując miejsca bardziej obiecującym kolegom i nie dostępuje zaszczytu zakwalifikowania się do kadry narodowej. Stąd też za w pełni uzasadnione należy uznać postulaty tych badaczy, którzy wskazywali, że wspomniany przepis powinien być zostać znowelizowany, a zwrot „przed zakwalifikowaniem się” zastąpiony zwrotem „w momencie zakwalifikowania się”⁵⁰.

Spore zastrzeżenie interpretatorów budziło również odesłanie do art. 81 ust. 1 prawa autorskiego, umieszczone w art. 33 ust. 2 ustawy o sporcie kwalifikowanym⁵¹. Samo bowiem wskazanie wizerunku w rozumieniu art. 81 prawa autorskiego można łatwo uzasadnić zasygnalizowanym już różnicowaniem przez ustawodawcę zakresu tego pojęcia na gruncie prawa autorskiego i kodeksu cywilnego, jednakże „wykorzystanie” wizerunku, o którym mowa w ust. 1, i na które kadrowicz wyrażał zgodę, miało znacznie szerszy zakres niż „rozpowszechnianie” na gruncie prawa autorskiego.

Za niezwykle istotny w kontekście rozważanej problematyki należy uznać przytoczony już kilkakrotnie wyrok Sądu Najwyższego z dnia 16 grudnia 2009 r. Wspomniane

⁴⁷ G. Tylec, *Zasady eksploatacji wizerunku...*, art. cyt., s. 19.

⁴⁸ Tamże, s. 21.

⁴⁹ W. Cajselski, *Ustawa o sporcie kwalifikowanym...*, dz. cyt., s. 172.

⁵⁰ Tamże.

⁵¹ J. Barta, R. Markiewicz, *Dobra osobiste...*, dz. cyt., s. 114.

orzeczenie zapadło na skutek powództwa wytoczonego przez Macieja Ż. – ówczesnego kapitana narodowej reprezentacji Polski w piłce nożnej – przeciwko Telekomunikacji Polskiej S.A. Jako interwenient uboczny po stronie pozwanej wystąpił Polski Związek Piłki Nożnej. Spór toczył się wokół rozpowszechniania przez pozwanego wizerunku powoda w celach reklamowych i marketingowych, na podstawie umowy zawartej z PZPN-em. Maciej Ż. domagał się w rzeczonyj sprawie zaniechania rozpowszechniania jego wizerunku, zakazania naruszeń w przyszłości oraz zobowiązania pozwanego do usunięcia skutków naruszeń. Abstrahując od – niejednokrotnie rozbieżnych – ustaleń sądu okręgowego i apelacyjnego, warto wskazać na stanowisko Sądu Najwyższego w kilku najistotniejszych kwestiach. Przede wszystkim stwierdził on, że w wyniku zastosowania do rzeczonyj przepisu reguł językowych, można było wysnuć wniosek, że ustanawiał on na rzecz polskiego związku sportowego określone prawo podmiotowe, gdyż jest w nim mowa o „uprawnieniu tego podmiotu do wykorzystania wizerunku członka kadry narodowej do swoich celów gospodarczych”. Jak więc łatwo zauważyć, Sąd Najwyższy w zakresie wykładni omawianego artykułu zajął stanowisko zupełnie odmienne od każdego z zaproponowanych przez doktrynę. W dalszej części swoich wywodów stwierdził również, że udostępnienie wizerunku należało traktować jako „coś więcej” niż wyrażenie zgody, w związku z czym „wola zawodnika przynależności do reprezentacji kraju jest równoznaczna z jego zgodą na wykorzystanie wizerunku w granicach określonych w art. 33 ust. 1 ustawy”. Sąd podkreślił także, że omawiany przepis wyłączał zastosowanie art. 81 prawa autorskiego oraz że zawodnik nie mógł bez zgody polskiego związku sportowego upoważnić osób trzecich do wykorzystania jego wizerunku w zakresie wyznaczonym przez art. 33 ustawy o sporcie kwalifikowanym.

Ze stanowiskiem zaprezentowanym w omówionym wyroku nie zgodził się G. Tylec. Podał on krytyce pogląd, jakoby art. 33 ustawy o sporcie kwalifikowanym kreował odrębne prawo podmiotowe, argumentując, że wspomniany przepis nie stanowił źródła samodzielnych roszczeń przysługujących polskiemu związkowi sportowemu w sytuacji naruszenia „jego” prawa do wizerunku członka kadry narodowej⁵². Na potwierdzenie powyższego autor przytaczał pogląd, że zgodnie z ustaleniami doktryny nie istnieją prawa podmiotowe, które nie rodzą roszczeń oraz że roszczenia mogą powstawać jedynie na gruncie praw podmiotowych⁵³.

Biorąc pod uwagę liczne kontrowersje związane ze wspomnianym przepisem nie dziwi fakt, że ustawodawca nie uniknął oskarżeń o jednostronność wprowadzonych przez niego regulacji oraz o faworyzowanie podmiotu silniejszego⁵⁴. W doktrynie pojawiły się również zarzuty niekonstytucyjności art. 33 ustawy o sporcie kwalifikowanym. Przedstawicielem tego ostatniego poglądu był m.in. R. Szczepaniak. Poddawał on w wątpliwość zgodność art. 33 ustawy o sporcie kwalifikowanym z art. 2 Konstytucji Rzeczy-

⁵² G. Tylec, *Glosa do wyroku ...*, art. cyt., s. 531.

⁵³ Tamże oraz przytoczona tam literatura.

⁵⁴ Zob. D. Flisak, *Zgoda kadrowicza na rozpowszechnianie wizerunku*, „Rzeczpospolita Prawo” z 19.05.2009 r., <http://www.rp.pl/artukul/307367.html?p=2> (dostęp 15.01.2014 r.).



Biorąc pod uwagę liczne kontrowersje związane ze wspomnianym przepisem nie dziwi fakt, że ustawodawca nie uniknął oskarżeń o jednostronność wprowadzonych przez niego regulacji oraz o faworyzowanie podmiotu silniejszego. W doktrynie pojawiły się również zarzuty niekonstytucyjności art. 33 ustawy o sporcie kwalifikowanym.

pospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r.⁵⁵ („Rzeczpospolita Polska jest demokratycznym państwem prawnym, urzeczywistniającym zasady sprawiedliwości społecznej”), jak również z art. 21 ust. 2 („wyłączenie jest dopuszczalne jedynie wówczas, gdy jest dokonywane na cele publiczne i za słusznym odszkodowaniem”) oraz art. 31 („wolność człowieka podlega ochronie prawnej” – ust. 1; „każdy jest obowiązany szanować wolności i prawa innych. Nikogo nie wolno zmuszać do czynienia tego, czego prawo mu nie nakazuje” – ust. 2; „ograniczenia w zakresie korzystania z konstytucyjnych wolności i praw mogą być ustanawiane tylko w ustawie i tylko wtedy, gdy są konieczne w demokratycznym państwie dla jego bezpieczeństwa lub porządku publicznego, bądź dla ochrony środowiska, zdrowia i moralności publicznej, albo wolności i praw innych osób. Ograniczenia te nie mogą naruszać istoty wolności i praw” – ust. 3). Wspomniany autor szczególnie nacisk kładł na uzasadnienie naruszenia ostatniego ze wspomnianych przepisów, które objawiało się przekroczeniem przez ustawodawcę granicy adekwatności (proporcjonalności) ingerencji w prawa na dobrach osobistych (wizerunek) i towarzyszące im prawa majątkowe w stosunku do potrzeb⁵⁶. Nie był to jednak pogląd powszechnie akceptowany przez wszystkich przedstawicieli doktryny. M. Sekuła nie tylko nie odnalazła w art. 33 ustawy o sporcie kwalifikowanym podstaw do stwierdzenia jego niezgodności z art. 31 Konstytucji, ale wręcz stwierdziła, że właśnie ust. 3 wspomnianego przepisu stanowił prawną podstawę dla wprowadzenia przez ustawodawcę tego typu uregulowań, a dokładniej sformułowanie „wolności i prawa innych osób”, obejmujące także wolności i prawa nie zagwarantowane na poziomie konstytucyjnym⁵⁷. Jej zdaniem bowiem na wspomnianej podstawie ustawodawca mógł wprowadzić takie ograniczenia konstytucyjnych praw i wolności, które były konieczne dla korzystania z wolności i praw pozakonstytucyjnych⁵⁸. Zauważyła ona, że w odniesieniu do funkcjonujących w Polsce zwią-

⁵⁵ Dz.U.1997.78.483 z późn zm.; dalej: Konstytucja.

⁵⁶ R. Szczepaniak, *art. cyt.*, s. 950.

⁵⁷ M. Sekuła, *Prawo sportowca do wizerunku*, „Monitor Prawniczy” 2010 nr 22, s. 1238.

⁵⁸ Tamże i cytowana tam literatura.

ków sportowych rzeczono prawa i wolności znajdują swój początek w zadaniach lub obowiązkach oraz wynikających z nich kompetencjach, nałożonych przez ustawodawcę w ustawie na federacje sportowe⁵⁹. Podkreśliła również, że niemożliwością byłoby rozwijanie się sportu kwalifikowanego bez dostępu do odpowiednich środków finansowych, których źródłem powinien być nie tylko budżet, ale również odpowiednie wpływy pochodzące od sponsorów i reklamodawców⁶⁰. Także Sąd Najwyższy w cytowanym już wyroku z dnia 16 grudnia 2009 r. opowiedział się za zgodnością art. 33 o sporcie kwalifikowanym z art. 31 ust. 1 Konstytucji, stwierdzając, że w żadnym wypadku przepis ten nie naruszał prawa do wizerunku sportowca, a jedynie nieznacznie je uszczuplał.

Prawne podstawy eksploatacji wizerunku członka kadry narodowej w ustawie o sporcie

Zgodnie z art. 14 ust. 1 o sporcie „członek kadry narodowej udostępnia, na zasadach wyłączności, swój wizerunek w stroju reprezentacji kraju⁶¹ polskiemu związkowi sportowemu, 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”. Natomiast w ust. 3 stwierdzono, że „zawodnik przed zakwalifikowaniem do kadry narodowej (...) wyraża zgodę na rozpowszechnianie swojego wizerunku w stroju reprezentacji kraju w rozumieniu art. 81 ust. 1 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. z 2006 r. Nr 90, poz. 631, z późn. zm.²⁾”. Powołany przepis uległ zmianie w stosunku do wersji pierwotnej na mocy ustawy z dnia 13 kwietnia 2012 r. o zmianie ustawy o godle, barwach i hymnie Rzeczypospolitej Polskiej oraz o pieczęciach państwowych oraz ustawy o sporcie⁶². Zgodnie z nią, począwszy od 9 czerwca 2012 r., występujące w ust. 1 pojęcie „regulaminów”, odnoszące się do regulacji wewnętrznych polskiego związku sportowego oraz międzynarodowych organizacji sportowych, zostało zastąpione określeniem „przepisy”. W uzasadnieniu projektu ustawy⁶³ wskazano jedy-

⁵⁹ Tamże.

⁶⁰ Tamże.

⁶¹ Jak wskazuje się w piśmiennictwie, strój reprezentacji to „oficjalny ubiór sportowy, w jakim członkowie kadry narodowej będą uczestniczyli we współzawodnictwie sportowym jako reprezentanci kraju, a także strój wykorzystywany podczas ich przygotowań do udziału w tym współzawodnictwie. Będzie to więc cały ubiór reprezentanta (np. dres, kurtka itp.), a nie tylko ten, który jest noszony wyłącznie podczas bezpośredniego uczestnictwa w rywalizacji sportowej (np. koszulka, spodnie, obuwiu sportowe itp.)” (M. Badura, dz. cyt., s. 228; podobnie: R. Kopczyk, *Prawo sportowca do wizerunku*, w: M. Sadowski, P. Szymaniec (red.), *Acta Erasmiiana III. Prace pracownicze*, Wrocław 2012, s. 69, „Biblioteka Cyfrowa Uniwersytetu Wrocławskiego” (brak daty opubl.), <http://www.bibliotekacyfrowa.pl/Content/40317/001.pdf> (dostęp 18.01.2014)).

⁶² Dz.U.2012.490.

⁶³ Uzasadnienie do projektu ustawy z dnia 13 kwietnia 2012 r. o zmianie ustawy o godle, barwach i hymnie Rzeczypospolitej Polskiej oraz o pieczęciach państwowych oraz ustawy o sporcie, druk nr 80, „Strona Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej” z 07.12.2011 r., <http://orka.sejm.gov.pl/sejm7.nsf/druk.xsp?documentId=59892DB1EC88F4F9C12579670049AA10> (dostęp 15.01.2014 r.).



Zgodnie z art. 14 ust. 1 o sporcie „członek kadry narodowej udostępnia, na zasadach wyłączności, swój wizerunek w stroju reprezentacji kraju polskiemu związkowi sportowemu, który jest uprawniony do wykorzystania tego wizerunku do swoich celów gospodarczych w zakresie wyznaczonym przez przepisy tego związku lub międzynarodowej organizacji sportowej działającej w danym sporcie”.

nie dość lapidarnie, że zmiany wprowadzone wspomnianą nowelizacją miały na celu dostosowanie tych przepisów do zmian, które zaszły w treści ustawy z dnia 31 stycznia 1980 r. o godle, barwach i hymnie Rzeczypospolitej Polskiej oraz o pieczęciach państwowych⁶⁴ (oprócz art. 14 o sporcie modyfikującą również brzmienie art. 13 o sporcie). Wydaje się jednak, że zabieg ten pociąga za sobą o wiele dalej idące konsekwencje. Mianowicie, zapobiega on powstawaniu ewentualnych wątpliwości, które mogłyby się rodzić w momencie, gdyby zakres wykorzystania wizerunku kadrowicza przez polski związek sportowych uregulowany byłby w innym akcie prawa wewnętrznego niż regulamin, np. w statucie (np. Statut Polskiego Związku Hokeja na Lodzie⁶⁵) lub uchwale (np. Uchwała Zarządu PZPN z dnia 29 czerwca 1992 r. w sprawie statusu zawodników, występujących w polskich klubach piłkarskich oraz zasad zmiany przynależności klubowej⁶⁶)⁶⁷.

Jak łatwo zauważyć, przytoczony przepis jest niemal wierną kalką uregulowań zawartych w art. 33 o sporcie kwalifikowanym, stąd wszystkie uwagi poczynione w rozdziale uprzednim będą zachowywały aktualność w odniesieniu do niego. Przede wszystkim należy w związku z powyższym wyrazić dezaprobatę, że ustawodawca nie przychy-

⁶⁴ Dz.U.2005.235.2000 t.j. z późn. zm.

⁶⁵ Statut Polskiego Związku Hokeja na Lodzie, „Polski Związek Hokeja Na Lodzie” (brak daty opubl.), <http://www.pzhl.org.pl/files/statut.pdf> (dostęp 15.01.2014 r.).

⁶⁶ Uchwała Zarządu PZPN z dnia 29 czerwca 1992 r. w sprawie statusu zawodników, występujących w polskich klubach piłkarskich oraz zasad zmiany przynależności klubowej (stan prawny z dnia 11.02.2010 r.), „Oficjalny Serwis Polskiego związku Piłki Nożnej” (brak daty opubl.), <http://www.pzpn.pl/index.php/Federacja/Dokumenty/Dokumenty-dot.-rozgrywek-pilkarskich-w-Polsce/Archiwum/Uchwala-Zarzadu-PZPN-z-dnia-29.06.92-r.-w-sprawie-statusu-zawodnikow> (dostęp 15.01.2014 r.).

⁶⁷ Aczkolwiek, zdaniem M. Badury, za regulamin w rozumieniu art. 14 ust. 1 przed nowelizacją można było uznać również statut, o ile były w nim uregulowane kwestie wykorzystania wizerunku członka kadry narodowej (M. Badura, dz. cyt., s. 229)

lił się do omówionych już, słusznych postulatów doktryny, sugerujących dookreślenie momentu, w którym zawodnik powinien wyrazić zgodę na wykorzystanie swojego wizerunku polskiemu związkowi sportowemu. W literaturze trafnie wskazuje się, że może to rodzić całkiem realną groźbę roszczeń odszkodowawczych związanych z wykorzystaniem wizerunku w czasookresie pomiędzy powołaniem zawodnika do kadry narodowej, a formalnym przekazaniem rzeczonych praw⁶⁸.

Bez zmian pozostawiono również kwestię rozbieżności terminologicznych i rodzących się na skutek tego wątpliwości, wynikających z nawiązania do art. 81 ust. 1 prawa autorskiego w zakończeniu przepisu. Bezspornie należy uznać to za rażące zaniedbanie. *De lege ferenda* można wystosować postulat stosownej nowelizacji rzeczonych ustępu⁶⁹.

Przyczyna skopiowania wskazanych (trzeba podkreślić – mocno kontrowersyjnych i wadliwych) przepisów oraz nieuwzględnienia trafnych propozycji zawartych w piśmiennictwie nie została nawet pobieżnie wyjaśniona w uzasadnieniu projektu ustawy⁷⁰. Jediną modyfikacją, jaką wprowadzono w wersji pierwotnej ustawy o sporcie w stosunku do ustawy o sporcie kwalifikowanym było zastąpienie zwrotu „dyscyplina sportowa” sformułowaniem „sport”. Nie pociągnęła ona przy tym za sobą większych konsekwencji i związana była jedynie ze zmianą nazewnictwa stosowanego w nowej ustawie, a co za tym idzie – potrzebą jego ujednoczenia w zakresie całego aktu prawnego⁷¹.

Warto przy tym nadmienić, że na gruncie ustawy o sporcie brakło definicji kadry narodowej. W doktrynie postuluje się przyjęcie, że na gruncie ustawy o sporcie pojęcie to będzie miało takie samo znaczenie jak w ustawie o sporcie kwalifikowanym⁷². Powyższa sugestia wydaje się tym bardziej trafna, że treść wspomnianej definicji była stosunkowo reprezentatywna dla innych, funkcjonujących w języku potocznym (np. zgodnie z definicją zawartą w Słowniku Języka Polskiego PWN, pod pojęciem „kadry narodowej” należy rozumieć „zespół zawodników reprezentujących swój kraj w spotkaniach międzynarodowych”⁷³).

Tak więc polski związek sportowy nadal posiada wyłączność na wykorzystywanie do swoich celów gospodarczych (w zakresie wyznaczonym przez przepisy tego związku lub międzynarodowej organizacji sportowej) wizerunku członka kadry narodowej w stroju reprezentacji kraju. Z kolei w doktrynie wciąż pojawiają się wątpliwości odnośnie faktu, czy wspomniana ingerencja nie powinna być uznana za nad-

⁶⁸ W. Cajsel, *Ustawa o sporcie. Komentarz*, Warszawa 2011, s. 120.

⁶⁹ Niektórzy autorzy postulują wręcz jego usunięcie - zob.: M. Badura, dz. cyt., s. 231.

⁷⁰ Zob. uzasadnienie rządowego projektu ustawy o sporcie, „Strona Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej” 28.08.2009 r., <http://orka.sejm.gov.pl/Druki6ka.nsf/wgdruk/2313> (dostęp 15.01.2014 r.).

⁷¹ Por. M. Badura, dz. cyt., s. 208.

⁷² Tamże, s. 227.

⁷³ Hasło: „kadra narodowa”, Słownik Języka Polskiego PWN (brak daty opubl.), <http://sjp.pwn.pl/szukaj/kadra%20narodowa> (dostęp 15.01.2014 r.).



Przyjmijmy, że sportowiec przystępując do kadry narodowej z pełną premedytacją godzi się na wykorzystanie swojego wizerunku w zakresie wyznaczonym przez przepisy danego związku, z którymi uprzednio mógł się zapoznać.

Nie wyklucza to jednak zaistnienia w przyszłości sytuacji, w której przepisy te ulegną znacznej zmianie, rozszerzając przyznany związkowi zakres wykorzystania wizerunku poza ten obszar, na który jest w stanie przystać kadrowicz.

mierną (aczkolwiek łagodzone są one wtrąceniami o wąskim zakresie jej dopuszczalności⁷⁴). Warto przy tym nadmienić, że w razie braku wspomnianych przepisów (statutów, regulaminów itp.) polski związek sportowy niejako automatycznie pozbawiony zostaje prawa do wykorzystania wizerunku dla swoich celów gospodarczych⁷⁵. Należy przy tym zauważyć, iż uprawnienie przysługujące związkowi sportowemu nie obejmuje wykorzystywania wizerunku w celach informacyjnych. Dlatego też sportowiec zachowuje w tym zakresie pełnię praw⁷⁶. Dodatkowo wizerunek zawodnika może być rozpowszechniany w tych samych celach przez osoby trzecie w granicach wyznaczonych przez art. 81 ust 2 pkt 1 i 2 prawa autorskiego.

W kontekście niniejszych rozważań należy również wspomnieć o jeszcze jednym zagadnieniu. Przyjmijmy, że sportowiec przystępując do kadry narodowej z pełną premedytacją godzi się na wykorzystanie swojego wizerunku w zakresie wyznaczonym przez przepisy danego związku, z którymi uprzednio mógł się zapoznać. Nie wyklucza to jednak zaistnienia w przyszłości sytuacji, w której przepisy te ulegną znacznej zmianie, rozszerzając przyznany związkowi zakres wykorzystania wizerunku poza ten obszar, na który jest w stanie przystać kadrowicz. Zaakceptowanie przez ustawodawcę wystąpienia podobnej ewentualności świadczy na niekorzyść omawianego uregulowania. Zauważmy, że rozważania o możliwości wykorzystania przepisów wewnętrznych (zwłaszcza statutów) jako samodzielnego źródła uprawniającego klub sportowy oraz związek sportowy do eksploatacji wizerunku sportowca były prowadzone przez dok-

⁷⁴ Por. M. Badura, dz. cyt., s. 229-230.

⁷⁵ Por. tamże, s. 229.

⁷⁶ Zob. T. Grzeszak, *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. 340.

trynę już w odniesieniu do ustawy o kulturze fizycznej. Fakt ten przemawia za tym, że przyjęcie podobnego rozwiązania rodzi wiele wątpliwości i nie może być ono uznane za optymalne. Należy w tym miejscu przytoczyć nadal aktualne ustalenia dotyczące uznania przystąpienia przez sportowca do klubu sportowego za przejaw swoistej zgody i tym samym związania się przez niego postanowieniami klubowego statutu⁷⁷. W doktrynie zagadnienie to najdokładniej przeanalizował F. Rakiewicz. Autor ten wytyka liczne słabe strony wspomnianego rozwiązania, przede wszystkim wskazując na – zazwyczaj – sporą lakoniczność uregulowań statutowych i brak podania w nich takich niezbędnych informacji dotyczących rozpowszechniania wizerunku, jak czas i miejsce publikacji, osobę rozpowszechniającą, zestawienie z innymi wizerunkami itp.⁷⁸. Natomiast w przypadku zmian w statucie, które zostały wprowadzone już po przystąpieniu sportowca do klubu, zdaniem F. Rakiewicza konieczna jest odrębna zgoda na wykorzystanie wizerunku⁷⁹. Rzeczone ustalenia bezsprzecznie można odnieść również do przepisów związków sportowych.

Mając na uwadze wszystkie powyższe zarzuty wysuwane w stosunku do art. 14 ustawy o sporcie (zarówno w ramach obecnych ustaleń doktryny, jak i stanowisk wyrażanych odnośnie art. 33 ustawy o sporcie kwalifikowanym), należałoby niewątpliwie rozważyć możliwość nowelizacji wspomnianego przepisu. Kilka propozycji zmian zostało już przedstawionych. Dodatkowo wydaje się, że dobrym rozwiązaniem mogłoby być zastąpienie zwrotu „w zakresie wyznaczonym przez przepisy tego związku lub międzynarodowej organizacji sportowej działającej w danym sporcie” sformułowaniem „zgodnie z porozumieniem, jakie zawarł dany związek sportowy z zawodnikiem w tym zakresie”. Taka zmiana była postulowana na etapie prac w senacie nad ustawą o sporcie kwalifikowanym, jednakże poprawka ta została odrzucona⁸⁰.

Na zakończenie warto jeszcze zastanowić się, jak daleko może posunąć się związek sportowy w ingerencji w wizerunek sportowca w ramach „wykorzystania” w zgodzie z obowiązującymi przepisami. Kwestia ta jest istotna zwłaszcza w kontekście możliwości naruszenia przez ten typ związku innych dóbr osobistych niż wizerunek. Nasuwają się w tym miejscu skojarzenia z ustaleniami poczynionymi przez doktrynę na gruncie art. 81 ust. 1 zd 2 prawa autorskiego, zgodnie z którymi przyjęcie stosownego wynagrodzenia za pozowanie nie chroni podmiotu rozpowszechniającego wizerunek przed oskarżeniami o naruszenie innych niż wizerunek dóbr osobistych, takich jak cześć czy prywatność⁸¹. Pewne wątpliwości mogą pojawić się tym bardziej, iż przyznane związkowi sportowemu uprawnienie do wykorzystania wizerunku ma o wiele szerszy zakres niż rozpowszechnianie i obejmować może również wprowadzanie pewnych

⁷⁷ Por. F. Rakiewicz, art. cyt., s. 199.

⁷⁸ Tamże.

⁷⁹ Tamże.

⁸⁰ Zob. D. Flisak, art. cyt.

⁸¹ Zob. M. Brzozowska, dz. cyt., s. 139 i nast.; E. Traple, dz. cyt., s. 835; Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 20 czerwca 2002 r., I ACa 1358/01, Lex nr 111366.

modyfikacji. Niemniej jednak nie wydaje się, aby ustalenie to arbitralnie wyłączało bezprawność wszelkich działań w odniesieniu do wizerunku. W związku z powyższym, w razie gdyby prowadzona przez związek kampania promocyjna z wykorzystaniem wizerunku sportowca w jakiś sposób naruszała jego cześć lub dobre imię, wydaje się, że może on skutecznie dochodzić swoich praw na drodze sądowej⁸².

Podsumowanie

Jak zostało przedstawione powyżej, przepisy regulujące zasady eksploatacji wizerunku członka kadry narodowej przez polski związek sportowy zawarte w ustawie o sporcie pełne są niedociągnięć, czy wręcz ewidentnych błędów legislacyjnych. Ich obecność razi tym bardziej, że na gruncie wcześniej obowiązujących, niemalże bliźniaczych przepisów ustawy o sporcie kwalifikowanym, formułowano rozbudowane i przemyślane poglądy doktrynalne, wskazujące dość trafnie sposoby, wedle jakich niektóre kwestie powinny być uregulowane.

Wydaje się, że ustawodawca nie może ignorować zachodzących w praktykach handlowych zmian, także tych w zakresie dóbr osobistych i możliwości ich komercjalizacji. Omówione uregulowania należy uznać za kolejny krok w kierunku oficjalnego uznania na gruncie prawa polskiego dopuszczalności funkcjonowania instytucji *merchandisingu*, zwłaszcza zaś – *personality merchandising* oraz jej rozwoju. Jest to krok tyle wyczekiwany, co nieudany: o ile można ustawodawcy wybaczyć pewne potknięcia, które pojawiły się na gruncie art. 33 ustawy o sporcie kwalifikowanym, o tyle nie do zaakceptowania jest opieszałość w ich nowelizacji, ale wręcz ignorowanie trafnych postulatów doktryny. Chcąc zabezpieczyć interesy gospodarcze polskiego związku sportowego, ustawodawca w sposób niedopuszczalny doprowadził do faworyzowania na gruncie omawianych przepisów podmiotu silniejszego. Za pewne usprawiedliwienie dla takowych działań można by było uznać niemożność osiągnięcia zamierzonego, ważnego społecznie celu w inny sposób. Jak jednak powszechnie wiadomo, sukcesy kadrowicza w większym lub mniejszym stopniu zawsze będą wiązane w świadomości odbiorców ze związkiem sportowym, do którego należy. Tym samym siła działań promocyjnych, prowadzonych w trakcie zwycięskich zawodów oraz niedługo przed lub po nich, w znacznym stopniu będzie stymulowana popularnością samego kadrowicza, nawet jeżeli nie zostanie w nich wykorzystany jego wizerunek. Fakt ten należy uznać za kolejny argument przemawiający za brakiem zasadności całkowitego pozbawiania sportowca możliwości decydowania o swoim wizerunku w zakresie jego gospodarczego wykorzystania. Dodatkowo nie ulega wątpliwości, że polski związek sportowy mógłby uzyskać identyczne uprawnienia do tych wynikających z art. 14 ustawy o sporcie, zawierając z kadrowiczem stosowną umowę. Określałaby ona przede wszystkim precyzyjnie warunki wykorzystania wizerunku sportowca przez polski związek sportowy oraz zawierała ewentualne zobowiązanie kadrowicza do niewykonywania swojego prawa we wskazanym zakresie. Zabiegi te, równie skuteczne, byłyby zarazem w pełni zgodne z funkcjonującym na rodzi-

⁸² Por. T. Grzeszak, *Wyłączne prawo...*, art. cyt., s. 355-357.

mym gruncie porządkiem prawnym, jak również ustaloną przez lata linią doktryny. Po- zostaje tylko mieć nadzieję, że omówione uregulowanie stanie się w niedługim czasie obiektem intensywniejszego zainteresowania ustawodawcy, które tym raz przyniesie lepsze rezultaty, niż dotychczas. ■

BIBLIOGRAFIA:

- Badura M., w: M. Badura, H. Basiński, G. Kałużny, M. Wojcieszak, *Ustawa o sporcie. Komentarz*, Warszawa 2011, s. 207-235.
- Balcarczyk J., *Prawo do głosu – zarys problematyki*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelektualnej” 2010 z. 108, s. 115-126.
- Balcarczyk J., *Prawo do sportowego wizerunku w ujęciu prawa polskiego*, w: J. Gołaczyński, P. Machnikowski (red.), *Współczesne problemy prawa prywatnego. Księga pamiątkowa ku czci Profesora Edwarda Gniewka*, Warszawa 2010, s. 1-8.
- Balcarczyk J., *Prawo do wizerunku i jego komercjalizacja. Studium cywilno-prawne*, Warszawa 2009.
- Barta J., Markiewicz R., *Dobra osobiste osób fizycznych*, w: J. Barta, R. Markiewicz (red.), *Media a dobra osobiste*, Warszawa 2009, s. 29-159.
- Barta J., Markiewicz R., *Ochrona powszechna dóbr osobistych*, w: J. Barta, R. Markiewicz, A. Matlak (red.), *Prawo mediów*, Warszawa 2008, s. 461-525.
- Barta J., Markiewicz R., *Wokół prawa do wizerunku*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Wynalazczości i Ochrony Własności Intelektualnej” 2002 z. 80, s. 11-32.
- Borusiak B., *Merchandising*, Poznań 2009.
- Brzozowska M., *Prawo autorskie w reklamie i marketingu*, Warszawa 2009.
- Bunikowski D., *Prawo do wizerunku sportowca*, „Jurysta” 2007 nr 5, s. 22-23.
- Cajsel W., *Ustawa o sporcie. Komentarz*, Warszawa 2011.
- Cajsel W., *Ustawa o sporcie kwalifikowanym. Komentarz*, Warszawa 2006.
- Czajkowska-Dąbrowska M., Wiszniewska I., *Merchandising, czyli komercjalizacja popularnych symboli*, „Przegląd Prawa Handlowego” 1998 nr 10, s. 1-9.
- Flisak D., *Zgoda kadrowicza na rozpowszechnianie wizerunku*, <http://www.rp.pl/artukul/307367.html?p=2> (dostęp 15.01.2014 r.).
- Gołda-Sobczak M., Sobczak W., *Prawo do wizerunku a wolność prasy*, w: W. Furman, J. Marszałek-Kawa, B. Nierenberg, K. Wolny-Zmorzyński (red.), *Prawo, etyka, czy rynek? Zmiany w polskich mediach po 1989 roku*, Toruń 2010, s. 80-108.
- Grzeszak T., *Reklama a ochrona dóbr osobistych (naruszenie praw osobistych wykorzystanych w reklamie żyjących osób fizycznych)*, „Przegląd Prawa Handlowego 2000” nr 2, s. 7-13.

- Grzeszak T., *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. 333-358.
- Grzybczyk K., *Problematyka lokowania produktu – zagadnienia ogólne*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelektualnej” 2009 z. 103, s. 112-134.
- Hasło: „kadra narodowa”, Słownik Języka Polskiego PWN (brak daty opubl.), <http://sjp.pwn.pl/szukaj/kadra%20narodowa> (dostęp 15.01.2014 r.).
- Karpowicz A., *Poradnik prawny dla ludzi twórczych*, Warszawa 1995.
- Kijowski A., *Prawa i obowiązki sportowca związane z transmisjami sportowymi i przekazywaniem informacji sportowych*, w: M. Kępiński (red.), *Sport i media – problemy prawne*, Poznań 1997, s. 122-144.
- Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r. (Dz.U.1997.78.483 z późn. zm.).
- Kopczyk R., *Prawo sportowca do wizerunku*, w: M. Sadowski, P. Szymaniec (red.), *Acta Erasmiiana III. Prace pracownicze*, Wrocław 2012, s. 59-75, „Biblioteka Cyfrowa Uniwersytetu Wrocławskiego” (brak daty opubl.), <http://www.bibliotekacyfrowa.pl/Content/40317/001.pdf> (dostęp 18.01.2014).
- Mazurkiewicz J., *Non omnis moriar: ochrona dóbr osobistych zmarłego w prawie polskim*, Wrocław 2010, s. 718-775, „Biblioteka Cyfrowa Uniwersytetu Wrocławskiego” (brak daty opubl.), <http://www.bibliotekacyfrowa.pl/dlibra/publication/28001?tab=1> (dostęp 18.01.2014).
- Pązik A., *Prawo do wizerunku w obliczu zmian*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelektualnej” 2010 z. 107, s. 127-151.
- 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, s. 189-204.
- Ritterman S., *Komentarz do ustawy o prawie autorskim*, Kraków 1937.
- Sekuła M., *Prawo sportowca do wizerunku*, „Monitor Prawniczy” 2010 nr 22, s. 1229-1239.
- Sieńczyło-Chlabicz J., *Prawo do wizerunku a komercjalizacja dóbr osobistych*, „Państwo i Prawo” 2006 nr 6, s. 19-34.
- Sieńczyło-Chlabicz J., *Rozpowszechnianie wizerunku osób powszechnie znanych*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2003 nr 9, s. 39-45.
- Sobczak J., *Prawo prasowe. Podręcznik akademicki*, Warszawa 2000.
- Sobczak J., *Prawo prasowe. Komentarz*, Warszawa 2008.
- Ślęzak P., *Ochrona prawa do wizerunku*, Katowice 2009.

- Święcka K., *Okoliczności wyłączające bezprawność naruszenia dóbr osobistych przez prasę*, Warszawa 2010.
- Szczepaniak R., *Problem prawa do wizerunku sportowca – reprezentanta kraju*, „Monitor Prawniczy” 2007 nr 17, s. 948-956.
- Traple E., *Dobra osobiste w reklamie*, w: E. Traple (red.), *Prawo reklamy i promocji*, Warszawa 2007, s. 811-838.
- Tylec G., *Glosa do wyroku Sądu Najwyższego – Izba Cywilna z dnia 16 grudnia 2009 r., I CSK 160/09*, „Orzecznictwo Sądów Polskich” 2011 z. 7-8, s. 526-532.
- Tylec G., *Zasady eksploatacji wizerunku sportowca członka kadry narodowej*, „Przegląd Prawno-Ekonomiczny” 2009 nr 9, s. 13-24.
- Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny (Dz.U.2014.121 j.t).
- Ustawa z dnia 31 stycznia 1980 r. o godle, barwach i hymnie Rzeczypospolitej Polskiej oraz o pieczęciach państwowych (Dz.U.2005.235.2000 t.j. z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 18 stycznia 1996 r. o kulturze fizycznej (Dz.U.2007.226.1675 t.j. z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 3 lutego 2001 r. o ochronie dziedzictwa Fryderyka Chopina (Dz.U.2001.16.168 z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 29 marca 1926 r. o prawie autorskim (Dz.U.1935.36.260 z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz.U.2006.90.631 t.j. z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 25 czerwca 2010 r. o sporcie (Dz.U.2010.127.857 z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 29 lipca 2005 r. o sporcie kwalifikowanym (Dz.U.2005.155.1298).
- Ustawa z dnia 2 lipca 2004 r. o swobodzie działalności gospodarczej (Dz.U.2013.672 t.j. z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe (Dz.U.1984.5.24 z późn. zm.).
- Ustawa z dnia 13 kwietnia 2012 r. o zmianie ustawy o godle, barwach i hymnie Rzeczypospolitej Polskiej oraz o pieczęciach państwowych oraz ustawy o sporcie (Dz.U.2012.490).
- Uzasadnienie do projektu ustawy o sporcie kwalifikowanym, druk nr 4131, „Strona Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej” z 07.06.2005 r., [http://orka.sejm.gov.pl/Druki4ka.nsf/wgdruk/4131/\\$file/4131.pdf](http://orka.sejm.gov.pl/Druki4ka.nsf/wgdruk/4131/$file/4131.pdf) (dostęp 15.01.2014).
- Uzasadnienie do projektu ustawy z dnia 13 kwietnia 2012 r. o zmianie ustawy o godle, barwach i hymnie Rzeczypospolitej Polskiej oraz o pieczęciach państwowych oraz ustawy o sporcie, druk nr 80, „Strona Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej” z 07.12.2011 r., <http://orka.sejm.gov.pl/sejm7.nsf/druk.xsp?documentId=59892DB1EC88F4F9C12579670049A-A10> (dostęp 15.01.2014 r.).

- Uzasadnienie rządowego projektu ustawy o sporcie, „Strona Sejmu Rzeczypospolitej Polskiej” 28.08.2009 r., <http://orka.sejm.gov.pl/Druki6ka.nsf/wgdruku/2313> (dostęp 15.01.2014 r.).
- Wach M., *Personality merchandising jako instytucja stosowana do wykorzystywania wizerunku sportowca w celach promocyjnych i reklamowych*, „Przegląd Prawa Handlowego” 2010 nr 10, s. 22-29.
- 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 z Wynałazczości i Ochrony Własności Intelektualnej” 1990 z. 56, s. 101-123.
- Wyrok Sądu Apelacyjnego w Gdańsku z dnia 21 czerwca 1991 r., I ACr 127/91, Lex nr 5435
- Wyrok Sądu Apelacyjnego we Wrocławiu z dnia 18 czerwca 2009 r., I ACa 459/2009.
- Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 20 czerwca 2002 r., I ACa 1358/01, Lex nr 111366.
- Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 17 lipca 2009 r., VI ACa 5/2009.
- Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 16 grudnia 2009 r., I CSK 160/09, Lex nr 566088

O AUTORZE:

mgr Kamil Szpyt jest aplikantem radcowskim w Okręgowej Izbie Radców Prawnych w Rzeszowie. Jako prelegent wystąpił na kilkunastu konferencjach ogólnopolskich i międzynarodowych. Jest również autorem lub współautorem szeregu artykułów z zakresu prawa własności intelektualnej, prawa konstytucyjnego i prawa mediów.