

Sygn. akt I ACa 1089/12

WYROK W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 27 listopada 2012 r.

Sąd Apelacyjny w Krakowie – Wydział I Cywilny

w składzie:

Przewodniczący:	SSA Józef Wąsik
Sędziowie:	<i>SSA Teresa Rak</i> SSA Zbigniew Ducki
Protokolant:	st. prot. sądowy Marta Matys

po rozpoznaniu w dniu 27 listopada 2012 r. w Krakowie na rozprawie

sprawy z powództwa A. B.

przeciwko A. S.

o zapłatę

na skutek apelacji powoda

od wyroku Sądu Okręgowego w Krakowie

z dnia 25 kwietnia 2012 r. sygn. akt I C 1379/11

1. **oddala apelację;**

2. **zasądza od powoda na rzecz pozwanego kwotę 2.700 zł (słownie złotych: dwa tysiące siedemset) tytułem kosztów postępowania apelacyjnego.**

Sygn. akt I ACa 1089/12

UZASADNIENIE

Powód A. B. wniósł o zasądzenie od pozwanego A. S. kwoty 200.000 złotych z odsetkami ustawowymi od dnia wniesienia pozwu oraz kosztów procesu.

Wskazał, że był zatrudniony przez pozwanego jako nauczyciel języka angielskiego w jego szkole językowej. Wyraził zgodę by jego wizerunek wykorzystany został w akcji reklamowej szkoły, z tym że miało to być zdjęcie grupowe z innymi nauczycielami. Podpisał pismo w języku polskim zawierające zgodę na udział w akcji promocyjnej, ale w zasadzie nie znał jego treści, bo nie zna języka polskiego. Wyjaśniono mu, że chodzi właśnie o zdjęcie grupowe. Okazało się natomiast, że to powód jest głównym i samoistnym bohaterem kampanii reklamowej prowadzonej na ulotkach i billboardach w K. w konwencji „wanted” tj. jako osoby ściganej, a na takie wykorzystanie wizerunku powód nie zgadzał

się. Dodatkowo takie działanie powoda związane było z kolorem skóry powoda, co miało dodatkową siłę przekazu reklamy. Twarz powoda była na wielu billboardach w mieście, co identyfikowało powoda z pozwanym i po rozwiązaniu umowy powód miał problemy ze znalezieniem innej pracy w szkole w K.. Wysokość dochodzonej kwoty uzasadniona jest skalą reklamy.

Ostatecznie powód sprecyzował, że dochodzona kwota ma stanowić zadośćuczynienie za doznaną krzywdę, a nie odszkodowanie za utratę dochodów.

Pozwany A. S. domagał się oddalenia powództwa i zasądzenia kosztów postępowania. Zarzucił, że powód bezwarunkowo zgodził się na wykorzystanie jego wizerunku dla celów promocyjnych nie ograniczając form reklamy, w których wizerunek miał zostać wykorzystany. Nieprawdą jest, że zgoda dotyczyła tylko zdjęć grupowych. W reklamie mieli brać udział tylko lektorzy będący obcokrajowcami, a zatem tylko powód, E. R. i J. S. (obywatel (...)). Uczestnicy zostali zaznajomieni z koncepcją działań marketingowych mających obejmować zamieszczenie zdjęć lektorów na ulotkach i billboardach na terenie K. w konwencji przypominającej zdjęcie z zatrzymania policyjnego. Treść oświadczenia zawierającego zgodę została powodowi przetłumaczona. W trakcie kampanii reklamowej powód nie zgłaszał zastrzeżeń co do użycia jego wizerunku. Akcja prowadzona była we wrześniu i październiku 2010 roku i obejmowała użycie 11, 12 nośników. Wyboru wizerunku powoda dokonał francyzodawca, a nie pozwany. Na ulotkach użyty został również wizerunek E. R.- w takiej samej konwencji w jakiej użyto wizerunku powoda. Podniósł powód, że w jego działaniach brak jest bezprawności. Zaprzeczył, by powód nie mógł znaleźć zatrudnienia, bowiem był identyfikowany z konkretną szkołą, a ponadto powód nie miał dobrej opinii jako lektor.

Wyrokiem z dnia 25 kwietnia 2012 roku Sąd Okręgowy w Krakowie powództwo oddalił oraz obciążył powoda kosztami postępowania na rzecz pozwanego.

Rozstrzygnięcie oparł na następujących ustaleniach faktycznych:

Od lipca do września 2010 roku powód był zatrudniony przez pozwanego jako nauczyciel języka angielskiego. W sierpniu sekretarka zatrudniona w szkole pozwanego zaproponowała powodowi udział w akcji reklamowej szkoły. Ostatecznie powód wyraził zgodę na udział w akcji. Pozwany wyjaśnił powodowi, że reklama będzie umieszczona na ulotkach i billboardach oraz pokazał mu przykładowe zdjęcie przedstawiające trzech znanych aktorów na tle skali policyjnej oraz zdjęcie z humorystycznym tekstem w języku polskim z błędami. Żona pozwanego przyniosła powodowi do podpisania oświadczenie w języku polskim, którego formularz przedłożył fotograf wykonujący zdjęcia. Przetłumaczyła powodowi treść oświadczenia i wyjaśniła, że reklama będzie na billboardach i ulotkach. Nie mówiła o zbiorowym zdjęciu.

W dniu 13 sierpnia 2010 roku powód podpisał oświadczenie iż wyraża zgodę na wykorzystanie jego wizerunku dla celów reklamowo – marketingowych dla firmy (...).” Na temat kampanii reklamowej, zanim powód podpisał oświadczenie rozmawiał też z powodem J. S.. Mówili także o billboardach.

Fotograf K. K. sporządził fotografie A. B., E. R. i J. S.. Każde z nich fotografowane było osobno w następujących po sobie sesjach. J. S. i E. R. w momencie sporządzania fotografii znali ogólną koncepcję kampanii reklamowej, w szczególności konwencję zdjęcia sporządzanego przez policję oraz to, że reklama będzie przeprowadzana na billboardach i ulotkach. Zdjęcia były robione w ten sposób, że fotografowany trzymał pustą kartkę i z tyłu była ściana. Osoby, które były fotografowane były rozbawione i śmiały się. Obecni rozmawiali pomiędzy sobą w języku polskim oraz po angielsku. Przy robieniu fotografii z profilu A. B. się śmiał i pytał czy ma głowę podnieść wyżej czy niżej.

Do kampanii wykorzystano wizerunek powoda oraz E. R.. Były to zdjęcia w konwencji zatrzymania policyjnego. Ich zdjęcia zostały zamieszczone na ulotkach. Podany był kraj pochodzenia i ich imiona. Wizerunek powoda w takiej samej konwencji został nadto umieszczony na billboardach reklamowych eksponowanych na terenie K. w miesiącu wrześniu 2010 r. w liczbie 11 i październiku 2010 r. w liczbie 12. Dla reklamy istotne było by wystąpił w niej obcokrajowiec i

taką propozycję otrzymali wszyscy obcokrajowcy pracujący w szkole. Powód starając się o pracę w szkole deklarował znajomość języka polskiego na poziomie podstawowym.

Powód mówił do E. M. i M. M., że podpisał kartkę z jednym zdaniem, ale nie wiedział co w tym dokumencie było. Powód nie mówił po polsku, ale były sytuacje gdy w języku angielskim włączał się do rozmów prowadzonych w języku polskim. Po akcji reklamowej powód skarżył się świadkom E. M. i M. M., że z ulotek i billboardów nie jest zadowolony, że nie podobało mu się użycie jego zdjęcia i że nie rozumiał całej sytuacji. Był też niezadowolony, że na zdjęciu przedstawiono go na tle tablicy do mierzenia wzrostu oraz że na zdjęciu była tabliczka z jego prawdziwym imieniem. W stosunku do powoda, jego żony oraz innych osób powód nie ujawniał niezadowolenia.

Po zakończeniu kampanii reklamowej powód chciał podjąć pracę w innych szkołach, ale na przesłane oferty z żadnej z (...) szkół nie otrzymał odpowiedzi. Powód uważa, że przyczyną tego jest kampania reklamowa przeprowadzona przez pozwanego.

Ustalił Sąd także, że w dniu 13 listopada 2009 roku M. F. zatrudniona w A. S. Nauka J. jako Dyrektor ds. Metodycznych i Organizacyjnych wysłała do A. S. e-mail, w którym zawarła antyrekomendację dla A. B. jako nauczyciela języków obcych.

W trakcie zatrudnienia przez A. S. były zastrzeżenia do sposobu pracy A. B.. Brakowało pewnych elementów na prowadzonych lekcjach oraz były zastrzeżenia co do współpracy powoda z innymi lektorami.

Ustalając stan faktyczny Sąd oparł się na zeznaniach świadków K. S., J. S., E. R., M. N., K. K.. Zeznania te nie są sprzeczne i wzajemnie się uzupełniają. Zwrócił Sąd uwagę na sprzeczność pomiędzy zeznaniami świadka J. S. i powoda co do okoliczności dotyczącej wiedzy powoda o tym, czy reklama będzie prowadzona również na billboardach. Powód bowiem twierdził, że aż do momentu rozpoczęcia akcji reklamowej pozostawał w nieświadomości co do tego, że reklama będzie również umiejscowiona na billboardach, podczas gdy z zeznań świadka J. S. wynika, że świadek z powodem na temat reklamy na billboardach rozmawiał jeszcze przed podpisaniem oświadczenia o wyrażeniu zgody na wykorzystanie wizerunku. Sprzeczne są także zeznania powoda z jego twierdzeniami w pozwie co do tego czy znał treść pisma, które podpisał. Powodowi wobec powyższego dał Sąd wiarę tylko w takim zakresie w jakim jego zeznania nie popadały w sprzeczność z zeznaniami świadków i pozwanego. Przeciwnie tezie o nieświadomości powoda co do konwencji w jakiej jego wizerunek miał być wykorzystany przemawiają zeznania świadków, a także samo upozowanie osób biorących udział w sesji fotograficznej. Zwrócił też Sąd uwagę, że nie sporządzono żadnego zdjęcia zbiorowego, co powinno co najmniej wzbudzić podejrzenie, że zdjęcie mogą zostać użyte pojedynczo. Nie dał też Sąd wiary powodowi, że kampania reklamowa uniemożliwiła znalezienie mu zatrudnienia w innych szkołach w K.. Jest to tylko domniemanie powoda nie znajdujące potwierdzenia dowodowego.

Dokonując oceny, Sąd wskazał, że ostatecznie powód domagał się zapłaty zadośćuczynienia za naruszenie jego prawa do wizerunku. Zgodnie natomiast z art. 81 ust. 1 ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych rozpowszechnianie wizerunku wymaga zezwolenia osoby na nim przedstawionej. Zgodnie z art. 83 pr. aut. do roszczeń w przypadku rozpowszechniania wizerunku osoby na nim przedstawionej oraz rozpowszechniania korespondencji bez wymaganego zezwolenia osoby, do której została skierowana, stosuje się odpowiednio przepis art. 78 ust. 1. Zgodnie z art. 78 ust. 1 pr. aut. twórca, którego autorskie prawa osobiste zostały zagrożone cudzym działaniem, może żądać zaniechania tego działania. W razie dokonanego naruszenia może także żądać, aby osoba, która dopuściła się naruszenia, dopełniła czynności potrzebnych do usunięcia jego skutków, w szczególności aby złożyła publiczne oświadczenie o odpowiedniej treści i formie. Jeżeli naruszenie było zawinione, sąd może przyznać twórcy odpowiednią sumę pieniężną tytułem zadośćuczynienia za doznaną krzywdę lub - na żądanie twórcy - zobowiązać sprawcę, aby uiścił odpowiednią sumę pieniężną na wskazany przez twórcę cel społeczny. Zgodnie natomiast z art. 23 k.c. dobra osobiste człowieka, jak w szczególności zdrowie, wolność, cześć, swoboda sumienia, nazwisko lub pseudonim, wizerunek, tajemnica korespondencji, nietykalność mieszkania, twórczość naukowa, artystyczna, wynalazcza i racjonalizatorska, pozostają pod ochroną prawa cywilnego niezależnie od ochrony przewidzianej w innych przepisach. Na podstawie art. 24 § 1 kc ten, czyje dobro osobiste zostaje zagrożone

cudzym działaniem, może żądać zaniechania tego działania, chyba że nie jest ono bezprawne. W razie dokonanego naruszenia może on także żądać, ażeby osoba, która dopuściła się naruszenia, dopełniła czynności potrzebnych do usunięcia jego skutków, w szczególności ażeby złożyła oświadczenie odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie. Na zasadach przewidzianych w kodeksie może on również żądać zadośćuczynienia pieniężnego lub zapłaty odpowiedniej sumy pieniężnej na wskazany cel społeczny. Zgodnie z art. 448 k.c. w razie naruszenia dobra osobistego sąd może przyznać temu, czyje dobro osobiste zostało naruszone, odpowiednią sumę tytułem zadośćuczynienia pieniężnego za doznaną krzywdę lub na jego żądanie zasądzić odpowiednią sumę pieniężną na wskazany przez niego cel społeczny, niezależnie od innych środków potrzebnych do usunięcia skutków naruszenia.

Swojej krzywdy powód upatruje w tym, że jego wizerunek był na każdym większym skrzyżowaniu w mieście i powód został zidentyfikowany z pozwanym, przez co miał problem ze znalezieniem pracy w szkole w K.. Poza tym powód czuł się wykorzystany, bowiem jego zdaniem jego wizerunek umieszczony został na billboardach z powodu koloru skóry.

Powód rzeczywiście wykorzystał na billboardach wizerunek powoda. Takie rozpowszechnianie wizerunku powoda wymagało, zgodnie z wyżej powołanym art. 81 ust. 1 pr. aut., uzyskania jego zgody.

W dniu 13 sierpnia 2010 roku powód podpisał dokument zawierający zgodę na wykorzystanie jego wizerunku dla celów reklamowo – promocyjnych szkoły powadzonej przez pozwanego. Fakt, że złożone było języku, którym powód nie włada samo w sobie nie odbiera mu waloru prawnego. Treść tego oświadczenia została bowiem powodowi przetłumaczona, powód zatem wiedział jakiej treści oświadczenie składa. Co prawda powód twierdzi, że jego zgoda obejmowała zdjęcia grupowe z innymi nauczycielami oraz, że nie obejmowała zgody na ujęcie tego wizerunku w konwencji „poszukiwany – wanted”, jednak do oceny znaczenia oświadczenia złożonego przez powoda należy zastosować przepis art. 65 § 1 kc, zgodnie z którym oświadczenie woli należy tak tłumaczyć, jak tego wymagają ze względu na okoliczności w jakich złożone zostało, zasady współżycia społecznego i ustalone zwyczaje. Rzeczywiście samo oświadczenie sformułowane jest lakonicznie, jednak okoliczności jakie towarzyszyły złożeniu oświadczenia pozwalają na ustalenie, jak szeroko zgodę tę zasadnie mógł rozumieć powód. Przed podpisaniem dokumentu pozwany oraz K. S. poinformowali powoda, że reklama będzie prowadzona na ulotkach i na billboardach oraz że będzie miała charakter humorystyczny z użyciem elementów wizualnych (skala policyjna, tabliczki z imieniem) tworzących konwencję zdjęcia policyjnego wykonywanego podczas zatrzymania. Nikt mu natomiast nie mówił, by jego wizerunek miał być wykorzystany tylko łącznie z wizerunkami innych osób, tym bardziej, że zdjęcia każdej z osób wykonywane były osobno. Zdaniem Sądu skoro w takich okolicznościach powód podpisał oświadczenie, to należy uznać, że pisemne oświadczenie powoda należy interpretować w ten sposób, że obejmowało ono zgodę na wykorzystanie wizerunku powoda w kampanii reklamowej zarówno na ulotkach, jak i na billboardach, w zastosowanej w kampanii humorystycznej konwencji zdjęcia z zatrzymania policyjnego i również poprzez użycie wizerunku wyłącznie powoda.

To w ocenie Sądu wyklucza możliwość dochodzenia przez powoda zadośćuczynienia. Przesłanką dochodzenia zadośćuczynienia z art. 78 ust. 1 w zw. z art. 83 pr. aut. jest bowiem zawinienie sprawcy. Skoro zaś powód udzielił zgody na rozpowszechnianie jego wizerunku we wszystkich formach, w których kampania reklamowa pozwanego była prowadzona, to nie doszło do bezprawnego rozpowszechnienia przez pozwanego wizerunku powoda. Natomiast brak bezprawności wyklucza zawinienie, gdyż na zawinienie składają się obiektywna bezprawność zachowania łącznie z subiektywną zarzucalnością takiego postępowania sprawcy. Wykluczył Sąd również w okolicznościach niniejszej sprawy dochodzenie przez powoda zadośćuczynienia na podstawie art. 448 k.c. Przesłanką dochodzenia zadośćuczynienia za naruszenie dóbr osobistych jest bowiem również zawinienie sprawcy naruszenia.

Potencjalnie akcja reklamowa mogła naruszyć takie dobra osobiste powoda jak wizerunek oraz część tj jego dobre imię i godność. Jednakże powód wyrażając zgodę na wykorzystanie wizerunku w reklamie szkoły pozwanego tym samym wyraził zgodę na utrwalenie i inne sposoby wykorzystania jego wizerunku w zakresie potrzebnym do wykonania reklamy. Zgoda powoda wyklucza zatem ocenę działań pozwanego jako bezprawnych, a tym samym – z przyczyn wyżej wskazanych - jako zawinionych, albowiem pozwany wykorzystał wizerunek powoda wyłącznie w celu prowadzenia akcji reklamowej jego szkoły, a zatem w celu wskazanym w oświadczeniu powoda o wyrażeniu zgody.

Oceniał także Sąd Okręgowy, czy przyjęta konwencja w jakiej wizerunek został wykorzystany nie stanowiła naruszenia czci powoda. Bowiem utrwalenie wizerunku w konwencji zdjęcia osoby poszukiwanej przez policję może sugerować, że tak przedstawiona osoba dopuściła się przestępstwa. To mogłoby natomiast godzić dobre imię tak przedstawionej osoby. Do naruszenia dobrego imienia powoda jednakże nie doszło. Po pierwsze, wizerunek powoda utrwalony w konwencji zdjęcia sporządzanego przez policję w związku z zatrzymaniem został zastosowany na nośnikach, które z reguły są stosowane wyłącznie do komunikatów reklamowych, a nie do informacji o popełnieniu przestępstwa lub wykroczenia. Komunikaty umieszczone na billboardach dla obserwatora stanowią przekaz o charakterze reklamowym i trudno przyjmować, by postronni obserwatorzy po zobaczeniu na billboardzie lub ulotce wizerunku powoda w konwencji zastosowanej w akcji reklamowej pozwanego doszli do wniosku, że powód rzeczywiście dopuścił się jakiegokolwiek przestępstwa czy wykroczenia. Ponadto powód zgodził się na wykorzystanie jego wizerunku w reklamie w takiej konwencji, a sama zgoda powoda powoduje brak możliwości kwalifikowania działań pozwanego jako bezprawnych, choćby nawet działania te obiektywnie mogły naruszyć dobre imię powoda. Sposób wykorzystania wizerunku nie naruszył także godności powoda. Powód twierdził, że czuł się upokorzony z powodu pomijania i lekceważenia przez inne szkoły w związku z jego poszukiwaniem zatrudnienia, poczuł się źle, że tylko jego wizerunek wykorzystano do żartobliwej kampanii reklamowej. Jego zdaniem wybór powoda jako jedynej osoby, której wizerunek pojawił się na billboardach miał podtekst rasistowski. Zarzuty te uznał Sąd za bezzasadne. Powód nie wykazał by pomiędzy akcją reklamową, która zresztą nie miała bardzo dużych rozmiarów, a trudnościami w znalezieniu pracy rzeczywiście istniał związek przyczynowy. Co więcej istnieje inna, potencjalnie nawet bardziej prawdopodobna przyczyna tych trudności w postaci istniejącej niekorzystnej opinii o umiejętnościach zawodowych powoda. Treść reklamy nie zawierała sugestii braku kompetencji zawodowych powoda, a wręcz przeciwnie reklama sugerowała, że powód, jako tzw. native speaker, jest osobą bardzo dobrze wykwalifikowaną do prowadzenia nauczania języka angielskiego. Natomiast twierdzenia powoda, jakoby był postrzegany jako „szpieg” pozwanego nie znajdują potwierdzenia w materiale dowodowym.

Reklama nie ośmieszyła też powoda. Prawdą jest że wizerunek wykorzystany został w konwencji humorystycznej, ale takiej konwencji powód był świadomy, a więc takie użycie wizerunku nie było bezprawne.

Nie podzielił też Sąd pierwszej instancji stanowiska powoda, że użycie w reklamie wyłącznie wizerunku powoda na billboardach miało podtekst rasistowski i tym samym uderzało w godność powoda, przy czym wybór powoda, zdaniem Sądu pośrednio wiązał się z kolorem jego skóry. Postępowanie takie nie miało jednak cech dyskryminacji. Dyskryminacja bowiem to wszelkie zróżnicowanie, wykluczenie, ograniczenie lub uprzywilejowanie z powodu rasy, koloru skóry, urodzenia, pochodzenia narodowego lub etnicznego, które ma na celu lub pociąga za sobą przekreślenie bądź uszczuplenie uznania, wykonywania lub korzystania, na zasadzie równości z praw człowieka i podstawowych wolności w dziedzinie politycznej, gospodarczej, społecznej i kulturalnej lub w jakiegokolwiek innej dziedzinie życia publicznego. Nie jest zatem dyskryminacja takie zachowanie, którego skutkiem jest zróżnicowanie np. z powodu koloru skóry czy rasy, ale które nie ma na celu, ani nie pociąga za sobą negatywnych konsekwencji dla osoby, która została w odmienny sposób potraktowana. Celem akcji reklamowej było przyciągnięcie uczniów do szkoły językowej poprzez podkreślenie tego, że w szkole pozwanego uczą obcokrajowcy, dla których nauczany język (w tym wypadku język angielski) jest językiem ojczystym. Wizerunek powoda natomiast sugeruje, że jest on obcokrajowcem, co nie zachodziło w wypadku np. świadka J. S.. Kolor skóry miał w tym przypadku wskazywać, że osoba posiada określone umiejętności i zdolności, które są istotne dla adresatów komunikatu. Zaś kolor skóry powoda w połączeniu z niepolsko brzmiącym imieniem miał stanowić dla odbiorców przekazu reklamowego gwarancję, że w szkole pozwanego będą nauczani przez osobę, dla której język angielski jest językiem ojczystym. Brak jest więc podstaw do uznania, że wybór wizerunku powoda do wykorzystania w reklamach usytuowanych na billboardach obiektywnie mógł naruszać godność powoda w związku z jego kolorem skóry.

O kosztach Sąd orzekł na podstawie art. 98 kpc.

Wyrok zaskarżył powód.

Zarzucał naruszenie prawa materialnego, a to art. 81 ustawy z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych w zw. z art. 24 kc poprzez ich błędną wykładnię polegającą na uznaniu, że blankietowa zgoda na wykorzystanie wizerunku jest wystarczająca do jego wykorzystania, podczas gdy prawidłowa interpretacja przepisu wskazuje, że pisemne oświadczenie o wyrażeniu zgody na wykorzystanie wizerunku musi szczegółowo określać zakres jego wykorzystania, a nadto niezasadne zwolnienie pozwanego z obowiązku dowiedzenia tej okoliczności wbrew odwróconemu ciężarowi dowodu wynikającemu z art. 24 kc.

Zarzucał też błędne ustalenia faktyczne polegające na przyjęciu, że powód wyraził ustną zgodę na wykorzystanie jego wizerunku do celów kampanii na billboardach w konwencji policyjnych zdjęć z zatrzymania, podczas gdy taka wersja wynika jedynie z przesłuchania pozwanego i jego żony świadka K. S. zainteresowanych wynikiem sprawy, a z przesłuchania innych świadków, którym także robione były zdjęcia wynika, że byli informowani, że ich zdjęcia zostaną wykorzystane jako grupowe na ulotkach, a nadto w połączeniu z powyższymi zarzutami zarzucał naruszenie prawa materialnego, a to art. 24 § 1 kc polegające na uznaniu, że ewentualna krzywda powoda była bardzo mała, podczas gdy ustalone w sprawie okoliczności i ich prawidłowa analiza wskazują na to, że była ona duża.

Wniósł powód o zmianę zaskarżonego wyroku przez zasądzenie od pozwanego na rzecz powoda kwoty 200.000 złotych oraz kosztów procesowych, ewentualnie o uchylenie wyroku i przekazanie sprawy do ponownego rozpoznania.

Po rozpoznaniu apelacji Sąd Apelacyjny zważył co następuje:

Apelacja powoda na uwzględnienie nie zasługuje.

W pierwszej kolejności rozważenia wymaga zarzut błędnych ustaleń faktycznych, gdyż dopiero prawidłowo ustalony stan faktyczny może być podstawą do zastosowania prawa materialnego.

Sąd Apelacyjny w pełni podziela ustalenia faktyczne poczynione przez Sąd pierwszej instancji. Podstawową kwestią dla rozstrzygnięcia było ustalenie czy powód wyraził zgodę na wykorzystanie swojego wizerunku, przy czym istotne jest na jaką formę wykorzystania się godził, a w niniejszym przypadku czy wyrażał zgodę, jak sam twierdzi, na wykorzystanie swojego wizerunku tylko na zdjęciu grupowym na ulotkach, czy też zgoda ta obejmowała umieszczenie jego wizerunku ujętego w konwencji „zdjęcia policyjnego” na billboardach.

Dla poczynienia takich ustaleń nie wystarczającym było samo pisemne oświadczenie podpisane przez powoda, bowiem istotnie treść jego jest bardzo lakoniczna i ogólna. Z samego oświadczenia wynika jedynie, że powód wyraził zgodę na wykorzystanie jego wizerunku dla celów reklamowo – marketingowych dla firmy (...). Już jednak z oświadczenia wynika, że wizerunek powoda miał być wykorzystywany do celów reklamowych. Tego zresztą powód nie negował, przyznał bowiem, że razem z innymi nauczycielami miał promować szkołę. Identycznej treści oświadczenia podpisali też inni nauczyciele E. R. oraz J. S..

Przepisy prawa nie określają w jakiej formie ma być udzielone zezwolenie na wykorzystanie wizerunku, co oznacza, że zezwolenie może być udzielone w dowolnej formie, byleby oświadczenie było jasne i niewątpliwe. Osoba udzielająca zezwolenia musi mieć zatem świadomość w jaki sposób, w jakich warunkach jej wizerunek zostanie wykorzystany. Sąd Okręgowy ustalając, że powód wyraził zgodę na wykorzystanie wizerunku w kampanii reklamowej szkoły miał na uwadze nie tylko wspomniane wyżej oświadczenie, ale także zeznania świadków i pozwanego. Wynikało z nich, że powód wiedział i zgadzał się na wykorzystanie wizerunku także na billboardach. Wprawdzie oświadczenie było sporządzone w języku polskim, jednakże nie sposób przyjąć, że powód podpisując je nie znał jego treści. Sam powód zeznał, że przetłumaczyła mu je K. S., chociaż miał zastrzeżenia do jej znajomości języka angielskiego. Jednakże sam ten fakt w połączeniu z rozmowami na temat kampanii reklamowej prowadzonymi pomiędzy nauczycielami już w języku zrozumiałym dla powoda w sposób nie budzący wątpliwości prowadzi do wniosku, że powód wiedział jak ma wyglądać ta kampania reklamowa godził się na użycie w niej jego wizerunku.

Wiedział też w jakiej konwencji zdjęcia będą przedstawione i na to również się godził. Sąd dokonał szczegółowej i wszechstronnej analizy wszystkich przeprowadzonych w sprawie dowodów i wyciągnął z nich prawidłowe, logiczne i zgodne z doświadczeniem życiowym wnioski.

Z zeznań świadków np. J. S. wynika, że rozmawiali z powodem na temat kampanii reklamowej, także kampanii na billboardach, także fotograf – świadek K. K. zeznał, że obecnych było wiele osób i były rozmowy na temat tego, że zdjęcia będą wykorzystane na billboardach i na ulotkach, a także że mówiono jaka będzie konwencja zdjęć i było to w obecności wszystkich osób, które się tam znajdowały. Świadek E. R. dodatkowo zaś wskazała, że w trakcie sesji fotograficznej pokazano im plakatów reklamowych i ulotek. Zdjęcia miały przypominać te z kartoteki policyjnej. Pokazywano im też takie zdjęcia celebrytów. Słusznie zatem Sąd również przyjął, że powód był świadomy konwencji w jakiej wizerunek miał być przedstawiony. Chociażby już w trakcie robienia zdjęć osoby fotografowane z łatwością mogły się zorientować co do charakteru mającego powstać wizerunku. Z zeznań świadków, w tym fotografa wynika, że wszyscy wówczas traktowali to z humorem i dobrze się bawili. Zwrócić też trzeba uwagę, że twierdzenia powoda, że fotografia miała być wspólna nie znajdują żadnego potwierdzenia w zgromadzonych dowodach. Nie wykonano przecież żadnego zdjęcia zbiorowego, a już sam fakt, że każda z osób fotografowana była oddzielnie przynajmniej sugerował pojedyncze ich wykorzystanie. Z zeznań żadnego ze świadków nie wynika natomiast, by ktokolwiek zapewniał powoda o wykorzystaniu wizerunku tylko w formie zdjęcia zbiorowego z innymi nauczycielami.

Podsumowując, zgromadzony materiał dowodowy w pełni uzasadniał poczynienie ustaleń takich jak Sąd pierwszej instancji, a w szczególności tego, że powód wyraził zgodę na wykorzystanie jego wizerunku w określonej kampanii reklamowej i w sposób taki jak ta kampania została przeprowadzona. Miał bowiem świadomość, że zdjęcia mogą być wykorzystane na billboardach i na ulotkach, znał też konwencję w jakiej zostaną one przedstawione. Przyjęte ustalenia są prawidłowe i znajdują oparcie w zgromadzonym materiale dowodowym. Sąd Okręgowy dokonał wszechstronnej analizy zebranych dowodów, nie naruszając zasad logiki i doświadczenia życiowego. Nie naruszył więc Sąd zasad oceny swobodnej. Nie naruszył Sąd zatem przepisu art. 233 § 1 kpc wyrażającego zasadę swobodnej oceny dowodów. Skuteczne postawienie zarzutu wadliwej oceny, a w konsekwencji wadliwych ustaleń faktycznych wymaga wykazania, że sąd uchybił zasadom logicznego rozumowania lub doświadczenia życiowego, to bowiem jedynie może być przeciwstawione uprawnieniu sądu do dokonywania swobodnej oceny dowodów. Nie jest wystarczające natomiast przekonanie strony o innej niż przyjął Sąd doniosłości poszczególnych dowodów i ich odmiennej ocenie niż ocena sądu (tak np. Sąd Najwyższy w orzeczeniu z dnia 6 listopada 1998 r. II CKN 4/98 – niepublikowane).

Inna ocena zgromadzonych dowodów, prowadząca do przyjęcia, że powód na takie jak wskazano wyżej wykorzystanie wizerunku nie wyrażał zgody na gruncie zgromadzonego materiału dowodowego nie jest uprawniona.

Podnoszone przez powoda zarzuty dotyczące wadliwości w czynieniu ustaleń faktycznych i ocenie dowodów nie są zatem uzasadnione.

Powód domagając się ostatecznie zapłaty zadośćuczynienia powoływał się na naruszenie jego prawa do wizerunku, co miałyby uzasadniać udzielenie mu ochrony na gruncie przepisów ustawy z dnia 4 lutego 1994 roku o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Art. 81 tej ustawy stanowi bowiem, że rozpowszechnianie wizerunku wymaga zezwolenia osoby na nim przedstawionej. Wizerunek osoby chroniony jest także na podstawie przepisów kodeksu cywilnego o ochronie dóbr osobistych. Zarówno na podstawie art. 78 wymienionej ustawy jak i art. 24 kc w razie naruszenia prawa do wizerunku, osoba, której wizerunek wykorzystano może domagać się zaniechania naruszeń i usunięcia jego skutków. Na podstawie art. 78 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych jeśli naruszenie było zawinione sąd może przyznać twórcy odpowiednią sumę pieniężną tytułem zadośćuczynienia za doznaną krzywdę lub - na żądanie twórcy - zobowiązać sprawcę, aby uiścił odpowiednią sumę pieniężną na wskazany przez twórcę cel społeczny. Możliwość przyznania zadośćuczynienia w przypadku naruszenia dóbr osobistych przewiduje także art. 448 kc.

Wskazać przy tym należy, że ocena czy roszczenie powoda jest usprawiedliwione zależy w pierwszym rzędzie od ustalenia czy rozpowszechnienie wizerunku nastąpiło bez zgody osoby na nim przedstawionej, a w przypadku

rozpatrywania sprawy z punktu widzenia art. 23 i 24 kc od tego czy pozwany naruszył dobra osobiste powoda. Ciężar wykazania, że doszło do naruszenia dóbr spoczywał na powodzie.

Nie ulega wątpliwości, że wizerunek powoda został wykorzystany. Z prawidłowych ustaleń wynika jednakże, że odbyło się to za jego zgodą, a zgodą tą było objęte również umieszczenie zdjęcia powoda na billboardach w ramach kampanii reklamowej szkoły językowej, w której wówczas pracował, godził się też powód na przyjętą konwencję reklamy. Wykorzystanie wizerunku za zgodą osoby wyklucza ocenę działania jako bezprawnego, a w konsekwencji również jako zawinionego. Zaś zadośćuczynienia na podstawie art. 78 w zw. z art. 81 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych można żądać tylko w przypadku zawinionego naruszenia prawa do wizerunku. Na tej podstawie roszczenie powoda na uwzględnienie zatem nie zasługuje.

Rozważając z kolei roszczenia powoda jako wynikające wg niego z naruszenia dobra osobistego jakim jest prawo do wizerunku, wskazać należy, że z art. 24 § 1 kc wynika domniemanie bezprawności naruszenia dobra osobistego, co oznacza, że wykazanie samego faktu naruszenia dobra obciąża powoda, ale już nie na powodzie spoczywa ciężar wykazania bezprawności działań naruszających dobra osobiste. To pozwany chcą uwolnić się od odpowiedzialności, może wykazywać, że jego działanie nie nosi cech bezprawności. Z powołanego przepisu wynika bowiem w sposób jednoznaczny, że ochrona przysługuje wyłącznie przed działaniem bezprawnym. Bezprawność jest więc konieczną przesłanką do udzielenia ochrony.

Przyjmuje się, że bezprawnym jest każde działanie, które jest sprzeczne z normą prawną, porządkiem prawnym, a także z zasadami współżycia społecznego. W orzeczeniu z dnia 19 października 1989 roku II CR 419/89 (OPS 11-12/90 poz. 377) Sąd Najwyższy stwierdził, że za bezprawne uważa się każde działanie naruszające dobro osobiste, jeżeli nie zachodzi jedna ze szczególnych okoliczności usprawiedliwiających je oraz, że do okoliczności wyłączających bezprawność naruszenia dóbr osobistych na ogół zalicza się: działanie w ramach porządku prawnego tj działanie dozwolone przez obowiązujące przepisy prawa, wykonywanie prawa podmiotowego, zgodę pokrzywdzonego oraz działanie w obronie uzasadnionego interesu.

By zatem uwolnić się od odpowiedzialności pozwany musi wykazać, że zachodzi któraś z wymienionych okoliczności.

Zatem także na gruncie przepisów kc wykorzystanie wizerunku powoda przez pozwanego nie może zostać uznane za działanie bezprawne, skoro powód wyraził na to zgodę. Brak jest zatem podstaw do zastosowania przepisu art. 448 kc i zasądzenia zadośćuczynienia.

W pełnym zakresie podziela Sąd Apelacyjny także rozważania Sądu pierwszej instancji, że zamieszczenie na billboardach wizerunku powoda w konwencji zdjęcia osoby poszukiwanej nie prowadziło do naruszenia ani dobrego imienia, ani godności powoda. Nie naruszyło także jego czci. Wprawdzie przedstawienie zdjęcia osoby w konwencji zdjęcia policyjnego osoby zatrzymanej może sugerować dopuszczenie się przez tę osobę przestępstwa, jednakże obiektywnie rzecz biorąc przeciętny obserwator widząc takie zdjęcie na billboardzie skojarzy to z reklamą, a nie poszukiwaniem osoby przez organy ścigania. Wiadomym jest bowiem, że nośniki te służą reklamie, zaś metody i sposoby reklamy są bardzo różne.

Nie wykazał także powód, że naruszona została jego godność, a w szczególności że to z powodu zamieszczonych zdjęć pomijany był przez szkoły, w których poszukiwał zatrudnienia, co powodowało, że czuł się upokorzony. Przynajmniej powód nie wykazał, by istniał związek przyczynowy pomiędzy reklamą z wykorzystaniem jego wizerunku, a trudnościami w uzyskaniu zatrudnienia. Trzeba przy tym pamiętać, że w środowisku szkół językowych powód nie był postrzegany jako bardzo dobry nauczyciel, co niewątpliwie mogło mieć wpływ na decyzje szkół o jego zatrudnieniu. Z pewnością reklama nie zawierała żadnego negatywnego przekazu o jego umiejętnościach jako nauczyciela języka, a wręcz przeciwnie skoro przedstawiony był jako native speaker, to oznaczało, że doskonale zna język jakiego ma nauczać.

Również kolor skóry powoda, jakkolwiek nie był dla reklamy bez znaczenia, to nie można wysuwać z tego twierdzenia o dyskryminacji. Była to bowiem okoliczność pozytywna, mająca sama w sobie świadczyć, że powód jest obcokrajowcem, dla którego język, którego naucza jest językiem ojczystym.

W konsekwencji uznać należy, że podnoszony przez powoda zarzut naruszenia art. 78 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych oraz art. 24 kc nie znalazły potwierdzenia.

Zatem nie znajdując podstaw do kwestionowania zaskarżonego wyroku Sąd Apelacyjny na podstawie art. 385 kpc apelację powodów oddalił.

O kosztach postępowania apelacyjnego Sąd orzekł na podstawie art. 98 kc.