

Katarzyna Grzybczyk

Autorskie prawa osobiste twórcy reklamy

Treść prawa autorskiego określa pozycję twórcy wobec innych podmiotów, wyznacza granice między autorem, uprawnionym do korzystania z utworu i innymi osobami. Na treść tę składają się prawa o charakterze osobistym i majątkowym. Prawa osobiste wynikają z samego faktu stworzenia dzieła i dlatego przysługują jedynie twórcy, przedmiotem ich ochrony jest więź między autorem i utworem; mają one charakter bezwzględny i w zasadzie nie podlegają zrzeczeniu się ani zbyciu. Natomiast prawa majątkowe służą ochronie ekonomicznego interesu twórcy, ale przede wszystkim mają na celu zabezpieczenie prawidłowej eksploatacji utworu. Z tego powodu mogą powstawać na rzecz innych podmiotów niż twórca, a także mogą być przedmiotem obrotu.

W odniesieniu do twórców utworów reklamowych treść prawa autorskiego im przysługującego jedynie teoretycznie jest taka jak w przypadku innych twórców. Specyfika utworu reklamowego, wynikająca z podporządkowania celom marketingowym, rzutuje również na treść prawa autorskiego do utworu reklamowego. W praktyce twórcy nie mają możliwości wykorzystania swoich autorskich praw osobistych, ze względu na „nadrzędny” interes zamawiającego reklamę. Również ich prawa majątkowe kończą się, w zasadzie, na prawie do wynagrodzenia, bowiem resztę praw przenoszą na agencję lub zamawiającego.

Konstrukcja prawa autorskiego

Rozważania dotyczące autorskich praw osobistych i majątkowych rozpoczną od krótkiego przedstawienia podstawowej konstrukcji prawa autorskiego. Powszechnie przyjmuje się w doktrynie istnienie dwu podstawowych teorii dotyczących tejże konstrukcji: monizmu i dualizmu prawa autorskiego. Dyskusja na ten temat rozpoczęła się jeszcze w XIX wieku i zaowocowała wieloma pracami z tego zakresu¹, obecnie jednak nie wzbudza takich emocji.

Teoria monistyczna ujmuje prawo autorskie jako jednolite, niepodzielne podmiotowe prawo składające się z uprawnień o charakterze tak majątkowym, jak i osobistym, ściśle ze sobą powiązanych². Zwolennicy tej teorii argumentują, iż brak jest wyraźnej granicy pomiędzy interesami osobistymi a majątkowymi autora, co ich zdaniem uniemożliwia dokonanie podziału praw na autorskie osobiste i autorskie majątkowe. Koncepcja monistyczna zakłada ponadto niezbywalność prawa autorskiego jako takiego. Dla zobrazowania tej koncepcji autorzy odwołują się do użytego przez E. Ulmera porównania z drzewem. Korzenie drzewa oznaczają różne interesy twórcy, które łączą się w jedno wspólne prawo autorskie rozgałęziające się następnie na pojedyncze uprawnienia³.

Teoria dualistyczna natomiast traktuje prawo autorskie jako składające się z dwu odrębnych praw, różnych co do treści i co do charakteru: osobistego i majątkowego. Przedmiotem praw osobistych jest więź łącząca twórcę z jego utworem, natomiast przedmiotem praw majątkowych jest możliwość rozporządzania dziełem⁴. Prawa osobiste są bardzo ściśle zwią-

¹ Chronologicznie wcześniejsze są konstrukcje monistyczne prawa autorskiego: konstrukcja własności intelektualnej, konstrukcja prawa autorskiego jako prawa osobistego (O.V. Gierke, E. Piola-Caseli). Wczesne konstrukcje dualistyczne oparte były na koncepcji tzw. praw na dobrach niematerialnych (głównie J. Kohler, F. Zoll). Szerzej na ten temat por. S. Grzybowski, [w:] S. Grzybowski, A. Kopff, J. Scrd a, *Zagadnienia prawa autorskiego*, Warszawa 1973, s. 65 i nast. i cytowana tam literatura.

² A. K o p f f, *Dzielo sztuk plastycznych i jego twórca w świetla przepisów prawa autorskiego*, Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego, Kraków 1961, s. 111.

³ J. B a r t a, R. M a r k i e w i c z, *Ochrona dóbr osobistych w zakresie twórczości*, [w:] *Dobra osobiste i ich ochrona w polskim prawie cywilnym*, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk-Lódź 1986, s. 140.

⁴ E. T r a p l e, *Dzielo zależne jako przedmiot prawa autorskiego*, Warszawa 1979, s. 83.

zane z osobą twórcy, przysługują tylko jemu, są niezbywalne i nie wygasają wraz z jego śmiercią. Prawa majątkowe mogą powstać nie tylko na rzecz twórcy, lecz również na rzecz innych osób, jeśli ustawa tak stanowi; ich związek z autorem ma charakter bardziej „ekonomiczny” niż emocjonalny; mogą być przedmiotem obrotu oraz wygasają prędzej czy później, po śmierci twórcy. Prócz tych podstawowych teorii dotyczących konstrukcji prawa autorskiego można wskazać również konstrukcje pośrednie i pochodne. Znana jest koncepcja podziału prawa autorskiego na uprawnienia osobiste, majątkowe i mieszane, tj. osobisto-majątkowe⁵. Inna, w zasadzie dualistyczna, koncepcja przyznaje dominującą rolę prawom osobistym, których wykonywanie pociąga za sobą powstanie praw majątkowych⁶.

W polskiej doktrynie prawa autorskiego należy wskazać dwie koncepcje modyfikujące teorię dualistyczną.

Pierwszą która miałaby pomóc w rozwiązaniu problemu praw mieszanych o charakterze majątkowo-osobistym (np. prawo do zezwalania na wykonywanie autorskich praw zależnych), zaproponował A. Kopff. Według niego całość praw dotyczących zagadnień autorskich powinna zostać podzielona na dwie części:

- 1) prawo autorskie, obejmujące swym zakresem autorskie prawa osobiste i autorskie prawa majątkowe nieprzenoszalne, oraz
- 2) majątkowe prawa autorskie przenoszalne.

Układ ten pozwoliłby na zakwalifikowanie tzw. interesów granicznych do jednej bądź drugiej grupy⁷.

Autorami drugiej koncepcji są J. Barta i R. Markiewicz⁸. Opowiadając się za teorią dualistyczną przeciwstawiają oni autorskim uprawnieniom osobistym nie uprawnienia majątkowe *sensu stricto* (czyli pozbawione całkowicie elementów osobistych), lecz uprawnienia służące „w przeważającym stopniu realizacji majątkowych interesów twórców”. Takie ujęcie koncepcji dualistycznej pozwoliłoby na zakwalifikowanie uprawnień do jednej z grup.

⁵ Por. J. Błęszyński, *Prawo autorskie*, Warszawa 1985, s. 115.

⁷ A. Kopff, *op. cit.*, s. 119.

Z. Cwiąkałski, R. Markiewicz, E. Trapie, *Komentarz do ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych*, Warszawa 1995, s. 144, cytowany dalej jako *Komentarz do ustawy...*

Polska ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych jest oparta na koncepcji dualistycznej. Prawa osobiste i prawa majątkowe zostały uregulowane w odrębnych artykułach, a nawet rozdziałach. Te pierwsze odnoszą się do „sfery niemajątkowych (pozaekonomicznych) interesów twórcy, związanych z konkretnym utworem”⁹, co nie oznacza jednak, iż nie mogą one przynosić autorowi zysku, i to całkiem „materialnego”. Chronią one nieograniczoną w czasie i nie podlegającą zbyciu ani zrzeczeniu się więź twórcy z utworem. Natomiast prawa majątkowe dotyczą korzystania z utworu, rozporządzania nim i wynagrodzenia. Mogą one w pewnych sytuacjach chronić dobra osobiste autora. W świetle przepisów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych koncepcja zaproponowana przez A. Kopffą mogłaby znaleźć zastosowanie ze względu na istnienie nieprzenoszalnych praw majątkowych (prawa do wynagrodzenia twórcy - art. 18 pkt 3). Jednakże dość wyraźny podział ustawowy na prawo osobiste i majątkowe raczej nie pozwala na połączenie praw osobistych z prawami majątkowymi nieprzenoszalnymi. Przedmioty ochrony tych dwóch grup różnią się od siebie. Można natomiast, w razie konieczności, wówczas gdy istnieją wątpliwości co do charakteru prawa, posłużyć się koncepcją zaproponowaną przez J. Bartę i R. Markiewicza.

Autorskie prawa osobiste

Ochrona autorskich dóbr osobistych kształtowała się powoli, głównie pod wpływem XIX-wiecznego orzecznictwa francuskiego i niemieckiej doktryny. Wpływy niemieckie za sprawą F. Zolla¹⁰ widoczne były również w projektach pierwszej polskiej ustawy o prawie autorskim. Ustawa z 1926 r. została oparta na dualistycznej koncepcji prawa autorskiego, z tym że autorskie prawa osobiste chroniły nie tylko „osobisty stosunek do dzieła”, ale również wszelkie niematerialne interesy związane z prowadzeniem działalności twórczej¹¹. Również ustawa z 1952 r. chroniła autorskie prawa osobiste, ale — jak się jednak wydaje - w sposób niezadowolający, wyliczając jedynie w sposób przykładowy rodzaje naruszeń tych dóbr, bez wskazania ogólnego przedmiotu autorskich praw osobistych.

⁹ J. Barta, R. Markiewicz, [w:] *Komentarz do ustawy...*, s. 137.

¹⁰ Por. *Prawo autorskie w projekcie prof. Fryderyka Zolla*, Kraków 1920, cyt. za J. Barta, R. Markiewicz, *Ochrona dóbr osobistych...*, s. 142.

¹¹ J. Barta, R. Markiewicz, *Ochrona dóbr osobistych...*, s. 143.

Najnowsza ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych z 1994 r. określa w art. 16 przedmiot autorskich praw osobistych, którym jest więź twórcy z utworem. Przyjęte rozwiązanie jest zgodne z zapatrywaniem S. Grzybowskiiego, który twierdził, iż autorskie prawa osobiste chronią szczególną więź, jaka łączy twórcę z rezultatem jego działalności, jego osobisty stosunek do dzieła¹². Dlatego też autorskie prawa osobiste przysługują jedynie twórcy-osobie fizycznej, a nie każdemu uprawnionemu z tytułu praw autorskich, a nigdy osobie prawnej.

Właśnie ze względu na tę więź, która w zależności od charakteru danego utworu jest mniej lub bardziej ścisła, treść autorskich praw osobistych i ich intensywność może różnie się kształtować¹³. Wydaje się, że o takim szczególnym przypadku możemy mówić przy utworze reklamowym, gdy więź między twórcą a dziełem jest z reguły słabsza¹⁴. Wynika to z przeznaczenia reklamy, która ma służyć promocji towarów lub usług, nie zaś promocji działalności twórczej konkretnego artysty. A zatem bardziej istotne jest (również z punktu widzenia twórcy - wynagrodzenie!), jak reklama wpływa na potencjalnych klientów, niż to, jaki jest stosunek autora do utworu.

Odmienne poglądy dotyczące przedmiotu autorskich dóbr osobistych prezentuje A. Kopff. Otóż uważa on, iż dla zapewnienia pełnej ochrony twórcy „nie można ograniczyć się do osłaniania relacji uczuciowej autor - utwór, lecz trzeba nią objąć również relację autor - wartości przejawiające się poprzez jego dzieła, oraz relację autor - proces twórczy, pojęty jako praca mająca dać w wyniku dzieło”¹⁵.

W świetle przepisów ustawy o prawie autorskim z 1994 r. wydaje się, iż koncepcja tak szerokiego ujęcia autorskich dóbr osobistych nie znajduje uzasadnienia, bowiem art. 16 mówi wyraźnie o więzi twórcy z utworem¹⁶. Interesy autora związane z wartością ukrytą w utworze są wystarczająco chronione przez nowe ujęcie praw majątkowych i wprowadzenie nowych instytucji, jak np. *droit de suite*. Ponadto, o czym będzie mowa, ochronę

¹² S. Grzybowski, [w:] S. Grzybowski, A. Kopff, J. Szwałka, S. Włodkowska, *Zagadnienia prawa wynalazczego*, Warszawa 1969, s. 80-81.

¹³ Por. J. Barta, R. Markiewicz, [w:] *Komentarz do ustawy...*, s. 138.

¹⁴ Można oczywiście wskazać na wyjątki, np. wówczas gdy twórca tworzy dzieła reklamowe swoich innych utworów lub usług, które sam świadczy. Wtedy więź z utworem reklamowym może okazać się równie silna jak z dziełem reklamowanym.

¹⁵ A. Kopff, *op. cit.*, s. 180.

¹⁶ Por. J. Barta, R. Markiewicz, [w:] *Komentarz do ustawy...*, s. 138.

całej działalności twórczej można uzyskać za pomocą przepisów art. 23 i 24 k.c. Doktrynalny spór dotyczący koncepcji ogólnego prawa osobistego i koncepcji wielu praw osobistych nie został rozstrzygnięty, jak się wydaje, w nowej ustawie. Z jednej strony bowiem używa się zwrotu „autorskie prawa osobiste”, a nie prawo, co sugerowałoby koncepcję wielości, z drugiej jednak strony nadrzędnym pojęciem jest „więź twórcy z utworem”, będąca ogólnym określeniem przedmiotu ochrony. Jednakże praktyczne konsekwencje związane z wyborem którejs z koncepcji są w zasadzie takie same w obydwu przypadkach¹⁷.

Autorskie prawa osobiste powstają z chwilą stworzenia utworu, skoro przedmiotem praw osobistych jest więź twórcy z utworem. Dobra osobiste mają charakter obiektywny, co oznacza, iż autorowi przysługuje ochrona niezależnie od tego, czy odczuł on ujawnienie fakt naruszenia¹⁸.

Autorskie prawa osobiste są niezbywalne, nie można również się ich zrzec. Jednakże zdaniem autorów *Komentarza do ustawy o prawie autorskim* można zobowiązać się do powstrzymania się od ich wykonywania lub upoważnić osobę trzecią do wykonywania praw osobistych w imieniu autora. J. Barta i R. Markiewicz przedstawiają także, jako jedną z możliwych, interpretację dotyczącą charakteru autorskiego prawa osobistego opartą na koncepcji ogólnego dobra osobistego. Dobrem tym byłaby niezbywalna więź twórcy z utworem, natomiast poszczególne uprawnienia chroniące tę więź mogłyby być przedmiotem czynności prawnych rozporządzających¹⁹.

w prawach autorskim jest odbiciem podobnej dyskusji dotyczącej dóbr osobistych prawa powszechnego. Argumenty przedstawione w tym sporze są aktualne również na płaszczyźnie prawa autorskiego. Należy zaznaczyć, że większość autorów prezentuje pogląd o wielości praw osobistych. W ten sposób wypowiedzieli się m.in. A. S z p u n a r, *Ochrona dóbr osobistych*, Warszawa 1979, s. 115 i nast.; A. W o l t e r, *Prawo cywilne. Zarys części ogólnej*, Warszawa 1972, s. 158; J. P a n o w i c z - L i p s k a, *Majątkowa ochrona dóbr osobistych*, Warszawa 1975, s. 29, J. S t. P i a t o w - s k i, *Ewolucja ochrony dóbr osobistych*, [w:] *Tendencje rozwoju prawa cywilnego*, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk-Lódź 1983, s. 38 i nast.; Z. R a d w a Ń s k i, *Prawo cywilne - część ogólna*. Warszawa 1993, s. 122-123. Odrębną pozycją zajmuje S. G r z y b o w s k i, który opowiada się za wielością dóbr i praw osobistych, ale równocześnie nic odrzuca całkowicie ogólnego prawa osobistego, por. S. G r z y b o w s k i, *System prawa cywilnego*, I, Wrocław 1974, s. 79. Krytyki koncepcji wielości praw osobistych dokonał A. K o p f f w pracy *Koncepcja praw do intymności i do prywatności życia osobistego*, *Studia Cywilistyczne* 1972, t. XX, s. 3 i nast.

¹⁸ Por. A. S z p u n a r, *Ochrona dóbr...*, s. 149 i cytowana tam literatura.

Wydaje się, że zaproponowana interpretacja oparta na wykładni językowej art. 16 jest zbyt daleko idąca. Dotychczasowa praktyka i teoria stały na stanowisku niezbywalności i niezrzekalności praw osobistych i brak jest, moim zdaniem, argumentów za przyjęciem odmiennego rozwiązania. Przemawia za tym również wykładnia celowościowa. Nic natomiast nie stoi na przeszkodzie zobowiązaniu się twórcy do niewykonywania swoich praw, zwłaszcza wówczas, gdy ze względu na charakter utworu więź z autorem jest słaba. Dobrym przykładem takiej sytuacji jest utwór reklamowy.

W polskiej ustawie o prawie autorskim art. 16 wylicza następujące uprawnienia, wchodzące w zakres autorskich praw osobistych: prawo do autorstwa utworu, oznaczenia utworu swoim nazwiskiem lub pseudonimem albo do udostępnienia go anonimowo, prawo do integralności dzieła, tj. do nienaruszalności treści i formy utworu, prawo do rzetelnego wykorzystania utworu, do decydowania o pierwszym udostępnieniu utworu publiczności oraz prawo do nadzoru nad sposobem korzystania z utworu.

Nie jest to katalog zamknięty uprawnień autora, a jedynie przykładowy, co oznacza, iż może on być wzbogacony o inne prawa, w zależności od konkretnej sytuacji powodującej nieznanie dotychczas naruszenie, które nie mieści się w powyższym katalogu. Poza tym w innych przepisach ustawy określone są prawa o charakterze osobistym, takie jak prawo wstrzymania dalszego rozpowszechniania dzieła, prawo dostępu do utworu czy wreszcie prawo sprzeciwiania się zniszczeniu dzieła.

Systemy prawne państw posługują się dwojakimi rozwiązaniami kwestii autorskich dóbr osobistych. Różnice dotyczą nie samego istnienia praw osobistych, lecz technik legislacyjnych przyjętych dla ich uregulowania²⁰. Otóż istnieje zgoda co do tego, iż autorowi przysługuje prawo do „ojcostwa” dzieła i że ma on prawo bronić integralności utworu. Sporna pozostaje kwestia, czy *droit moral* jest częścią prawa autorskiego i powinno być wobec tego szczegółowo uregulowane w ustawodawstwie dotyczącym własności literackiej i artystycznej, czy też jest pojęciem szerszym, nie związanym z żadną ustawą szczegółową i należy sięgnąć do innych środków, aby chronić autorskie dobra osobiste.

²⁰ C. C o l o m b e t, *Grands principes du droit d'auteur et des droits voisins dans le monde*, Paris 1992, s. 40.

Pierwsze rozwiązanie znajduje się w ustawodawstwie większości krajów europejskich i niektórych afrykańskich. Drugie natomiast jest charakterystyczne dla jurystycznej tradycji krajów anglosaskich. Ustawodawstwo Stanów Zjednoczonych Ameryki, dotyczące prawa autorskiego, nie chroni autorskich praw osobistych, niemniej większość uprawnień, które składają się na to prawo, jest uwzględniana (tj. ich ewentualne naruszenie) przez sędziów sądów amerykańskich na podstawie przepisów dotyczących zniesławienia (*defamation*), zniewagi i oszczerstwa (*libel*), prawa do ochrony prywatności (*right of privacy*) albo nieuczciwej konkurencji (*unfair competition*)²¹.

Prawo do autorstwa utworu

Najważniejszym prawem przysługującym autorowi jest prawo do autorstwa utworu. Jest ono znane tym ustawodawstwom, które zakresem swojej regulacji obejmują zarówno autorskie dobra majątkowe, jak i osobiste. Określa się je również mianem prawa do „ojcostwa” (*paternite*) dzieła albo prawa do poszanowania oznaczenia utworu (*droit au respect du nom*).

Natomiast w państwach, których ustawy o prawie autorskim nie odnoszą się do autorskich dóbr osobistych, można odnaleźć omawiane prawo w zakazie fałszywego przypisywania sobie autorstwa, który to zakaz wynika z prawa zobowiązań bądź ustawy o znakach towarowych²².

Na prawo do autorstwa utworu składają się dwa uprawnienia: pierwsze, o charakterze negatywnym, polegające na przyznaniu twórcy możliwości żądania, aby inni uznawali i respektowali jego autorstwo, również poprzez zakaz przywłaszczania sobie jego nazwiska, pseudonimu lub innych oznaczeń. Drugie uprawnienie ma charakter pozytywny i przyznaje autorowi możliwość podjęcia decyzji, która powinna być respektowana przez osoby trzecie, czy chce oznaczyć utwór swoim nazwiskiem, pseudonimem, czy może chce go udostępnić anonimowo²³.

W ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych z 1994 r. prawo do autorstwa utworu zostało uregulowane w sposób nieco odmienny od

²¹ C. C o l o m b e t, *op. cit.*, s. 41.

²² C. C o l o m b e t, *op. cit.*, s. 44.

²³ J. B a r d o u, *Living with real moral rights: dream or nightmare*, *Managing Intellectual Property* 1992, nr 12, s. 18.

modelowego rozwiązania, obejmując swoim zakresem tylko aspekt negatywny, i to zawężony. Polega ono na możliwości żądania, aby osoby trzecie uznawały autorstwo twórcy. Brak natomiast występującego w ustawie z 1952 r. zakazu przywłaszczania sobie przez osobę trzecią nazwiska i pseudonimu twórcy. Ta połowiczna regulacja może być uzasadniona tym, że przywłaszczenie nazwiska autora nie narusza „więzi twórcy z utworem”²⁴. W takim wypadku autor może dochodzić ochrony na podstawie art. 23 i 24 k.c. oraz przepisów ustawy o nieuczciwej konkurencji. Ponadto aspekt pozytywny modelowego prawa do autorstwa utworu został uregulowany oddzielnie w art. 16 pkt 2 ustawy o prawie autorskim jako prawo do oznaczenia utworu swoim nazwiskiem lub pseudonimem albo do udostępnienia go anonimowo.

Obydwa prawa, niezależnie od ich ustawowej konstrukcji, są ze sobą bezpośrednio związane i mogą być omawiane razem.

Prawo do autorstwa utworu wynika z samego faktu stworzenia utworu, jest usankcjonowaniem szczególnej więzi istniejącej między twórcą a jego dziełem. Dlatego też przynajmniej autorom pełną suwerenność w podejmowaniu decyzji, czy chcą się ujawnić, czy z jakichś względów chcą pozostać anonimowi. Decyzja o nieujawnianiu swojego autorstwa nie musi być jednak ostateczna - twórca może w dowolnym momencie zmienić swoją wolę i „zaprezentować się publiczności”.

Warto w tym miejscu przytoczyć wciąż aktualne orzeczenie Sądu Najwyższego, iż „gdy autor przysłał do druku utwór podpisany swym nazwiskiem lub pseudonimem, to tym samym wyraża żądanie, aby utwór został umieszczony z takim właśnie podpisem. Specjalnego zastrzeżenia w tym przedmiocie ustawa o prawie autorskim nie wymaga”²⁵. Oznacza to, iż obowiązek oznaczenia utworu spoczywa na drugiej stronie umowy, chyba że autor wyraził (wyraźnie, a więc np. w umowie) wolę nieoznaczania utworu.

Z prawa do ojcostwa dzieła wynikają następujące konsekwencje:

- po pierwsze, autor rozpowszechniający swoje prace anonimowo lub pod pseudonimem nie zrzeka się w ten sposób swoich praw ani osobistych,

²⁴ J. Barta, R. Markiewicz, [w:] *Komentarz do ustawy...*, s. 141.

²⁵ Orzeczenie SN z dnia 6 czerwca 1928 r. K. 715/28, OSP 1928, nr 7, poz. 492.

ani majątkowych. W ich wykonywaniu będzie on zastąpiony przez wydawcę, zleceniodawcę czy wreszcie pracodawcę,

- po drugie, prawo to nie może być naruszone przez drugą stronę umowy, wobec czego ujawnienie bądź zatajenie autorstwa bez zgody twórcy będzie uznane za zawinione zachowanie i spowoduje powstanie obowiązku zadośćuczynienia lub odszkodowania,

- o trzeciej konsekwencji była już mowa wyżej, a mianowicie o możliwości odwołania swojej decyzji o anonimowości utworu, i to zarówno przez samego autora, jak i przez jego spadkobierców, o ile twórca taką wolę wyraził w testamentie²⁶,

- prawo do oznaczania utworu przysługuje twórcy utworu pierwotnego również w odniesieniu do sposobu oznaczania opracowania. Nie dotyczy to jednak utworu inspirowanego²⁷.

W niektórych ustawodawstwach (np. francuskim) prawo do poszanowania oznaczenia utworu jest uzupełnione prawem do poszanowania pozycji czy też wyróżnień autora (*droit au respect de la qualite*) i polega ono na możliwości żądania umieszczenia na wszystkich egzemplarzach utworu swoich tytułów (godności), stopni i odznaczeń. Sędziowie orzekający w sprawach o naruszenie *droit de la qualite* w większości przypadków uznają jednak za okoliczność wyłączającą odpowiedzialność ograniczenia techniczne, takie jak np. mała powierzchnia okładki utworu²⁸. Polska ustawa o prawie autorskim nie zawiera żadnych postanowień dotyczących *droit au respect de la qualite*. Wydaje się, iż brzmienie pkt 1 i 2 art. 16 nie stwarza podstaw do żądania oznaczenia utworu inaczej niż tylko nazwiskiem, pseudonimem lub oznaczenia go anonimowo. Pominięcie tytułów, stopni i odznaczeń nie będzie zatem naruszeniem dóbr osobistych autora, chyba że strony zawarły odpowiednie postanowienie w umowie. Ponadto w praktyce

²⁶ C. C o l o m b e t, *op. cit.*, s. 45.

²⁷ J. B a r t a, R. M a r k i e w i c z, [w:] *Komentarz do ustawy...*, s. 142. Por. również orzeczenie SN z dnia 02.02.1968 r. I CR 649/67, OSN 1968, nr 10, s. 173: w przypadku powstania zależnego prawa autorskiego do dzieła stanowiącego opracowanie cudzego utworu należy na tym dziele zamieścić wzmianką wskazującą, według jakiego oryginału zostało ono opracowane [...], wzmianka taka natomiast nie jest konieczna na utworze mającym cechą samodzielnej twórczości, dla powstania którego inny utwór stanowił jedynie podniętą twórczą [...].

„utytułowany" autor podnosi niewątpliwie wartość dzieła, co niejednokrotnie skłania wydawców i producentów do opisywania dokonań autora.

Jak zatem przebiega realizacja prawa do ojcostwa dzieła przez twórcę czy twórców reklamy. Stosowaną powszechnie praktyką jest prezentacja tego typu utworów anonimowo - przykładów dostarczają zarówno reklamy telewizyjne, radiowe, prasowe, jak i plakaty reklamowe w postaci billboardów. Można zatem wnioskować, iż umowy o stworzenie utworu reklamowego (lub jakiegoś elementu do takiego utworu) zawierają postanowienie o nieoznaczaniu utworu w żaden sposób. Ponieważ prawo do autorstwa utworu, jak i pozostałe prawa osobiste, jest niezbywalne i nie można się go zrzec, przeto autor może się jedynie zobowiązać do powstrzymania się od korzystania ze swojego prawa. Sytuacja się nieco komplikuje, gdy umowa nie zawiera żadnego postanowienia dotyczącego kwestii oznaczenia utworu. Jak już wskazano, dostarczenie dzieła nie znaczonego lub nie podpisanego nie uprawnia drugiej strony do wydawania go anonimowo. W prawie niemieckim istnieje możliwość ograniczenia prawa do ojcostwa dzieła ze względu na okoliczności lub zwyczaj, gdy brak oznaczenia twórcy wynika z przyczyn praktycznych lub estetycznych. A zatem może i na gruncie polskiego ustawodawstwa można byłoby ograniczyć to prawo w odniesieniu do reklamy, która ze względu na swoje przeznaczenie nie może zawierać oznaczenia twórcy, aby nie rozpraszać uwagi odbiorcy reklamy bądź też koncentrować teje uwagi na elemencie nieistotnym (z punktu widzenia zamawiającego reklamę, jak i z punktu widzenia celu, któremu reklama ma służyć). Z brzmienia przepisów ustawy nie wynika jednak taka możliwość. Wydaje się jednak, że ze względu na oczywisty dla każdego (również twórcy) cel reklamy i jej komercyjne przeznaczenie nie będzie można żądać od zamawiającego oznaczenia produktu reklamowego w taki sposób, aby twórca był rozpoznawalny. Za przyjęciem takiego rozwiązania przemawiają również inne okoliczności, jak np. wysokie wynagrodzenie twórców reklamy, koszty, jakie zamawiający ponosi w związku z kampanią reklamową jak również to, iż reklama jest promocją towaru, a nie artysty i jego sztuki. Również w sytuacji gdy twórcę łączy z agencją reklamową stosunek pracy, jego prawo do decydowania o oznaczeniu utworu może być ograniczone, jeśli przemawiają za tym obiektywne i istotne interesy pracodawcy. Wskazuje się tutaj na takie okoliczności, w których oznaczenie utworu mogłoby doprowadzić do znacznego obniżenia wartości dzieła, jego poziomu arty-

stycznego, funkcji użytkowej, znacznie zwiększyłyby koszt lub powodowałyby utrudnienia techniczne²⁹.

Dodatковым argumentem przemawiającym za ograniczeniem prawa do oznaczania utworu reklamowego jest problem natury technicznej - kogo wymienić. Byłoby to zwłaszcza niewykonalne w przypadku reklam audio-wizualnych, gdy należałoby wymienić wszystkie osoby, które wniosły wkład twórczy w powstanie dzieła, a więc zarówno reżysera, jak i scenarzystę, twórcę muzyki itd. Rozwiązanie takie byłoby absurdalne, bowiem wymienienie wszystkich tych osób zajęłoby więcej czasu niż trwa reklama. Ten sam argument można podnieść przy reklamie radiowej, którą tworzy kilka osób.

Podsumowując rozważania nad prawem do ojcostwa dzieła, należy wskazać dwie kwestie: twórca reklamy nie może powołać się na osobiste prawo autorskie wobec zamawiającego, który korzysta z utworu bądź nim rozporządza w sposób zgodny z treścią umowy i z przeznaczeniem utworu ale bez wskazania autora. Pewność obrotu i cel umowy oraz obiektywne interesy zamawiającego przemawiają za ograniczeniem prawa autora. Spośród trzech możliwości dotyczących oznaczenia utworu, przewidzianych przepisami prawa autorskiego, twórca materiałów reklamowych ma tylko jedną możliwość - udostępnić utwór anonimowo. Ze względu na wszystkie wymienione wyżej okoliczności wydaje się, iż w sytuacji gdyby twórca żądał jednak oznaczenia utworu reklamowego, należałoby odwołać się do art. 5 k.c., powołując się na nadużycie prawa podmiotowego w konkretnej sytuacji.

Równocześnie należy zaznaczyć, iż można żądać od twórcy nieoznaczenia jego utworu tylko ze względu na eksploatację promocyjną podczas kampanii reklamowej. Natomiast podczas prezentacji utworów reklamowych, np. na konkursach, festiwalach czy wystawach, nie można ograniczyć prawa twórcy do ujawnienia swojego autorstwa. Jak już wspomniano, uzasadnieniem dla ograniczenia prawa twórcy są obiektywnie istotne i słuszne interesy zamawiającego lub pracodawcy, wynikające z przeznaczenia utworu - promocji towaru lub usługi. Natomiast w przypadkach gdy utwór jest

²⁹ Por. J. B a r t a, *Artystyczna twórczość pracownicza a prawo autorskie*, Kraków 1988, s. 149; T. K u c z y Ń s k i, *Ochrona twórczości artystycznej według prawa pracy i ubezpieczenia społecznego*, Wrocław 1991, s. 160.

wykorzystywany w innych celach niż reklama trudno, dopatrzeć się takich interesów zamawiającego, które byłyby istotniejsze niż interesy osobiste twórcy.

Prawo do integralności utworu

Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych w art. 16 pkt 3 wymienia kolejne autorskie prawo osobiste, którym jest prawo do nienaruszalności treści i formy utworu. W różnych ustawodawstwach bywa ono określane mianem prawa do integralności (*droit a l'integrite*), prawem do poszanowania utworu (*droit au respect de l'oeuvre*), prawem do niepożyczania dzieła (*droit a l'inviolabilite de l'oeuvre*).

Prawo to dotyczy całości utworu, jak i poszczególnych jego części, zarówno dzieł ukończonych, jak i nie ukończonych.

W literaturze prawa autorskiego powszechnie przyjmuje się, iż treścią prawa do integralności utworu jest możliwość sprzeciwienia się wszelkim deformacjom, zmianom, skrótom i „dodatkom”. Czasem prawo to ujęte jest szerzej i pozwala na sprzeciwienie się każdemu zachowaniu (w stosunku do dzieła), które mogłoby przynieść ujmę autorowi, rzucić cień na jego honor i reputację³⁰. Prawo do integralności odnosi się do treści, formy i wymowy utworu. W obecnej ustawie o prawie autorskim prawo to powinno być interpretowane raczej wąsko, bowiem ustawodawca wymienia w art. 16 jeszcze jedno, nieznanne dotychczas - prawo do rzetelnego wykorzystania utworu, które może również mieć na celu właśnie ochronę honoru, godności i indywidualności autora³¹. Nieco odmiennie prawo do integralności zostało ujęte w poprzednio obowiązujących ustawach. W ustawie z 1926 r. naruszenie autorskiego dobra osobistego miało miejsce „gdy ktoś wprowadza w publikacji zmiany, dodatki, skrócenia, których treść wykrzywają lub uwłaczają godności i wartości dzieła”. Natomiast w ustawie z 1952 r. naruszenia dopuszczał się ten, kto „wprowadza w utworze zmiany,

³⁰ C o l o m b e t, *op. cit.*, s. 46.

³¹ Por. na temat prawa do integralności utworu dzieła J. B l e s z y ń s k i, *Prawo autorskie*, s. 121-125; J. B a r t a, R. M a r k i e w i c z, *Ochrona dóbr osobistych...*, s. 157-158; J. B a r t a, *Artystyczna twórczość pracownicza...*, s. 153 i nast.; E. W o j n i c k a, *Współczesne sposoby eksploatacji dzieła audiowizualnego jako źródło zagrożenia jego integralności...*, s. 54 i nast.; L. J a - w o r s k i, *Znaczenie i zakres prawa do integralności utworu w polskim prawie autorskim*, PUG 1995, nr 10, s. 21 i nast.

„dodatki lub skróty, które zniekształcają treść lub formę albo pomniejszają wartość utworu”.

W doktrynie prawa autorskiego prawo do nienaruszalności dzieła najczęściej rozpatrywane jest w dwu sytuacjach:

- w stosunkach z nabywcą lub licencjobiorcą uprawnionym do reprodukcji lub rozpowszechniania utworu, który dokonał zmian w utworze,
- w stosunkach między autorem a właścicielem oryginału utworu, kiedy dochodzi do kolizji praw osobistych autora z prawami rzeczowymi właściciela egzemplarza.

W związku z tym wskazuje się na obowiązek zaniechania wynikający z prawa do integralności, bierną postawę, którą winni zachować właściciel przedmiotu i nabywca praw autorskich.

Prawo do integralności uznawane jest powszechnie za prawo niezbywalne i nie podlegające zrzeczeniu się, co w polskiej ustawie o prawie autorskim zostało wyrażone wprost w art. 16. Rodzi się jednak pytanie, czy autor może wyrazić zgodę na dokonanie zmian w utworze. Odpowiedź jest uzależniona od charakteru zmian: w zasadzie nie ma wątpliwości, że autor może wyrazić zgodę na wprowadzenie konkretnych, ustalonych zmian. Bezskuteczna jest zgoda *in blanco* i *profuturo*, obejmująca wszelkie zmiany „bez względu na ich rodzaj i zakres”³². Takie postanowienie umowne jest bezwzględnie nieważne³³. Zauważa się również, że zgoda twórcy nie wyłącza bezprawności działania naruszającego jego dobro osobiste³⁴.

Czy zatem każda najdrobniejsza zmiana jest naruszeniem prawa osobistego autora? Wydaje się, że jednak nie. Powszechnie uznaje się, iż można dokonywać modyfikacji, które są konieczne, niezbędne, ale należy respektować „istotę” dzieła, nie wolno zmienić jego wymowy. Możliwa jest także taka interpretacja art. 16 ustawy o prawie autorskim, iż żądanie twórcy zostanie uwzględnione tylko wtedy, gdy dokonane zmiany spowodowały naruszenie więzi istniejącej pomiędzy twórcą a utworem.

³²M. P o ź n i a k - N i e d z i e l s k a, *Autorstwo dzieła filmowego*, Warszawa 1968, s. 245 i nast.

³³H. D e s b o i s, *La propriete litteraire et artistique*, Paris 1953, s. 115.

³⁴Stanowisko takie zaprezentował S. G r z y b o w s k i, *System prawa cywilnego*, 1.1, s. 301-302, a także J. S e r d a, *Adaptacja dzieła literackiego a naruszenie autorskich dóbr osobistych jego twórcy*, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego* 1974, z. 1, s. 359; L. J a w o r s k i, *Znaczenie i zakres prawa do integralności...*, s. 27.

Istnieje zgodność co do tego, że błędy ortograficzne i językowe mogą być poprawiane bez konieczności uzyskiwania zgody autora. W tej kwestii wypowiedział się również Sąd Najwyższy: „błędy interpunkcyjne, które nie mogą mieć wpływu na treść merytoryczną utworu i nie wpływają na odbiór artykułu przez czytelnika, choćby nawet budziły negatywne odczucia u autora, nie mogą być uważane za wywołujące ujemę dla autorskich praw osobistych. Błędy takie nie stanowią naruszenia autorskich dóbr osobistych”³⁵.

Na tej podstawie nie można bynajmniej wyciągać wniosków, iż dozwolone jest dokonywanie wszelkich zmian mających podnieść wartość dzieła, bowiem jest to kwestia subiektywnej oceny, nieuchronnie prowadząca do konfliktów. Kto bowiem, w przypadku sporu, miałby orzekać, czy dokonane zmiany podnoszą czy też obniżają wartość dzieła? Sędziowie orzekający zawsze będą kierować się bądź własną estetyką i gustem, bądź „odczuciem publiczności, kapryсами tłumu”³⁶, a to sprzeciwiałoby się podstawowym zasadom prawa autorskiego i byłoby niedopuszczalnym naruszeniem swobody wypowiedzi twórcy.

Nieco szerszy margines swobody w dokonywaniu zmian ma następca prawny, który na podstawie art. 49 ust. 2 „nie może, bez zgody twórcy, czynić zmian w utworze, chyba że są one spowodowane oczywistą koniecznością a twórca nie miałby słusznej podstawy im się sprzeciwić”. Kryterium „oczywistej konieczności” powinno być rozumiane w sposób obiektywny i uzasadniać dokonanie zmian względami technicznymi lub merytorycznymi, natomiast wprowadzenie własnej koncepcji do cudzego dzieła narusza prawa twórcy³⁷.

Druga sytuacja, w której prawo do integralności może być naruszone, zachodzi podczas wykonywania prawa własności do oryginalnego egzemplarza utworu plastycznego, ma ona jednak niewielki znaczenie w odniesieniu do reklamy. Należałoby jedynie wspomnieć, iż ustawa z 1994 r. reguluje tę kwestię w art. 32 ust. 2, który zawiera równocześnie kolejne uprawnienie osobiste autora, tj. prawo dostępu do utworu. Zgodnie z normą zawartą w tym przepisie, jeśli właściciel oryginalnego egzemplarza utworu

³⁵ Orzeczenie SN z dnia 16 września 1986 r. II CR 241/86, OSPiKA 1988, nr 11-12, poz. 267.

³⁶ H. D c s b o i s, *op. cit.*, s. 114.

³⁷ J. B l e s z y ń s k i, *Prawo autorskie*, s. 122; J. B a r t a, R. M a r k i e w i c z, *Ochrona dóbr osobistych...*, s. 157 i 158.

plastycznego znajdującego się w miejscu publicznie dostępnym podjął decyzję o jego zniszczeniu, wówczas jest on zobowiązany złożyć twórcy utworu lub jego bliskim ofertę sprzedaży. Jeżeli sprzedaż jest niemożliwa, to właściciel egzemplarza jest zobowiązany umożliwić twórcy sporządzenie kopii albo stosownej dokumentacji.

Realizacja prawa do nienaruszalności treści i formy w przypadku utworu reklamowego nie charakteryzuje się w zasadzie niczym szczególnym. Twórca godzi się na dokonywanie koniecznych zmian w swoim utworze, przy czym „zmiany konieczne” oznaczają zmiany niezbędne dla osiągnięcia możliwie największej skuteczności reklamy. Przykładem może być tzw. reklama pulsująca. Kampania reklamowa w takim wypadku polega na tym, iż bardzo intensywne działania reklamowe (których utwór reklamowy jest pokazywany w całości, z dużą częstotliwością, we wszystkich możliwych postaciach) przechodzą po jakimś czasie w reklamę stosunkowo mało nasiloną, tak aby jedynie utrwalić się u odbiorcy i przypomnieć mu od czasu do czasu o produkcie. Wtedy właśnie dochodzi do naruszenia (choć za zgodą twórcy) integralności utworu, który zostaje rozpowszechniony w niepełnej postaci, np. z dokonanymi skrótami. Należałoby zastanowić się, czy w takim przypadku konieczna jest zgoda twórcy, czy też można mówić o „oczywistej konieczności” zmiany. Otóż wydaje się, że w odniesieniu do utworów reklamowych zgoda twórcy powinna być rozpatrywana tak, jak w odniesieniu do innych utworów. Oznacza to, że wyrażenie z góry zgody na dokonanie wszelkich zmian jest nieważne. Samowolne skrócenie reklamy, ze względu na strategię reklamową nie wydaje się wynikać z „oczywistej konieczności” i nie może być przeciwstawiane interesom osobistym twórcy. Również ze względu na fakt, iż materiał reklamowy jest bardzo krótki, istnieje niebezpieczeństwo, że dokonanie zmian i skrótów zmieni w sposób istotny utwór reklamowy.

W praktyce najczęściej dochodzi do naruszenia integralności reklamowego utworu audiowizualnego. Istnieje wiele sposobów naruszenia integralności dzieła audiowizualnego³⁸:

- 1) udźwiękowanie filmu,
- 2) kolorowanie filmu,
- 3) umieszczenie logo stacji lub kanału telewizyjnego,

³⁸ E. Woj n i c k a, *Współczesne sposoby eksploatacji...*, s. 63.

- 4) nadawanie reklam w trakcie programu,
- 5) ingerencja cenzury,
- 6) przystosowanie filmu kinematograficznego do nadawania w telewizji,
- 7) odmienne wykadrowanie obrazu przy przenoszeniu filmu kinematograficznego na kasetę wideo,
- 8) ponowny montaż filmu powodujący zmianę narracji,
- 9) skrócenie utworu wyświetlanego przy przyspieszeniu przewijania taśmy.

Integralność reklamowego utworu audiowizualnego może być naruszona zwłaszcza przez umieszczenie logo - znaku graficznego programu lub stacji telewizyjnej w rogu ekranu. W polskiej judykaturze brak jest na razie orzeczeń dotyczących takiego sposobu naruszenia, nie można jednak wykluczyć, że w przyszłości pojawią się one. Sądy francuskie, które rozstrzygały właśnie tego rodzaju kwestie, uznały roszczenia autorów, którzy dowodzili, że logo stacji telewizyjnej naruszające integralność ich utworów jest autoreklamą tej stacji i jako takie jest obce dziełu³⁹.

Prawo do rzetelnego wykorzystania utworu

Prócz prawa do integralności dzieła art. 16 pkt 3 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych wymienia jeszcze jedno prawo osobiste, mianowicie prawo do rzetelnego wykorzystania utworu. Jest ono nową instytucją w ustawie polskiej i brak całkowitej jasności co do znaczenia i zakresu tego pojęcia. Zgodnie z wykładnią J. Barty i R. Markiewicza, prawo do rzetelnego wykorzystania utworu należałoby odnieść jedynie do eksploatacji w dziełach zależnych oraz w innych utworach niesamoistnych⁴⁰. Stwarzałoby to twórcy utworu podstawowego możliwość ingerencji w twórczość zależną innej osoby. Gdyby przyjąć takie ujęcie prawa do rzetelnego wykorzystania utworu, to jego naruszenie w odniesieniu do działalności reklamowej byłoby stosunkowo rzadkie ze względu na to, iż utwory reklamowe raczej nie są przedmiotem opracowań i adaptacji. Nie jest

³⁹ Por. na ten temat: E. Wojnicka, *op. cit.*, s. 62-63; J. Bardou, *New Trends in Moral Rights - droit moral in France*, Copyright World 1991, nr 19, s. 20-24, tenże, *Living with...*, s. 17 i nast.

⁴⁰ Por. J. Barta, R. Markiewicz, [w:] *Komentarz do ustawy...*, s. 144.

to jednak wykluczone. Problem taki mógłby powstać np. przy tłumaczeniu polskiego sloganu reklamowego, który przetłumaczony dosłownie byłby niezrozumiały lub wypaczałby sens nadany mu przez twórcę.

Inne próby wyjaśnienia treści prawa do rzetelnego wykorzystania utworu sugerują możliwość posłużenia się nim w celu przeciwstawienia się agresywnej krytyce, tendencyjnemu przedstawianiu utworów autora, złośliwej kompilacji jego wypowiedzi lub fragmentów jego dzieł itp. To właśnie na prawo do rzetelnego wykorzystania utworu mógłby powołać się twórca, w razie gdyby osoba dysponująca prawami autorskimi dyskredytowała go niewłaściwym korzystaniem z utworu.

Przychylam się do drugiego, szerszego ujęcia tego prawa, zdając sobie sprawę, iż istnieje niebezpieczeństwo jego nadużycia i sprowadzenia go do roli cenzury. W sytuacji jednak, gdy brak jest powszechnie przyjętego i przestrzegane go kodeksu etyki reklamy i nie wykształciły się jeszcze dobre zwyczaje w nowej rzeczywistości, taki środek jak prawo autora do żądania rzetelnego wykorzystania jego dzieła nie jest aż tak niebezpiecznym rozwiązaniem.

W przypadku utworów reklamowych opowiedzenie się za jedną lub drugą interpretacją nie będzie miało większego praktycznego znaczenia. Prawo to, jak i pozostałe autorskie prawa osobiste, jest ograniczone do minimum, tzn. twórca reklamy, który zgodził się np. na wykorzystanie swojej muzyki w reklamie, nie może powołać się na nierzetelne wykorzystanie swojego utworu z tego tylko powodu, że reklama bądź promowany przedmiot mu się nie podoba. Natomiast prawo to może znaleźć zastosowanie w sytuacji odwrotnej, gdy wykorzystano w reklamie utwór nie przeznaczony do reklamy (np. nie informując twórcy o tym zamiarze przy nabywaniu praw albo nawet wówczas, gdy prawa majątkowe wygasły). Zagadnienie to dotyczy ograniczeń swobody twórczej i należałoby poświęcić mu więcej miejsca, ale wydaje się ono być równie interesujące, co kontrowersyjne. Bo czy na pewno nie jest naruszeniem prawa do rzetelnego wykorzystania utworu stworzenie reklamy proszku do prania odwołującej się do *Trylogii* Sienkiewicza napisanej „ku pokrzepieniu serc”? Albo wykorzystanie legendy o Janosiku, obrońcy ciemnej biedoty, dla reklamy margaryny? Z pewnością odpowiedzi nie są jednoznaczne i wymagają analizy wykraczającej poza prawo autorskie, niemniej jednak takie zagadnienia mogą pojawić się w przyszłości.

Prawo decydowania o pierwszym udostępnieniu utworu

Powszechnie przyjmuje się, iż twórca jest jedyną osobą uprawnioną do podjęcia decyzji o publikacji utworu, ponieważ tylko on jeden może ocenić, czyjego dzieło jest wystarczająco dobre, aby przedstawić je publiczności.

Inne sformułowania określające to prawo autora: prawo rozpowszechniania, prawo pozostawienia utworu do dyspozycji publiczności, prawo zapoznania. Dotychczas w polskim ustawodawstwie znane ono było jako „prawo decydowania o publikacji dzieła”. Może ono również wystąpić jako zakaz, prawo o charakterze negatywnym do odmowy przedstawienia utworu publiczności.

Prawo to zostało przedstawione obrazowo przez H. Debois, jako prawo, które pozwala na oderwanie się utworu od osoby autora, z którym do tej pory dzieło było ściśle związane.

Decyzja o udostępnieniu czy publikacji utworu to nie tylko podjęcie decyzji o poddaniu tegoż utworu krytyce, ale również możliwość wyboru środków i sposobów jego przedstawienia, terminu i miejsca⁴¹.

W związku ze sformułowaniem tego prawa, użytym w ustawie o prawie autorskim z 1994 r., decyzja autora dotyczy jedynie pierwszego udostępnienia utworu i nie będzie można się już powoływać na orzeczenia Sądu Najwyższego z dnia 6.05.1976 r., iż „do praw osobistych autorskich należy prawo autora wyrażające się w swobodnym decydowaniu o tym, czyjego dzieło ma być wydane, czy też nie ma być wydane; uprawnienie to rozciąga się także na dalsze wydania dzieła”⁴².

Samo pojęcie udostępnienia utworu publiczności rozumiane jest jako „opublikowanie (art. 6 pkt 1) lub inne rozpowszechnienie utworu (art. 6 pkt 3), które stwarza możliwość zapoznania się z dziełem nie ograniczonej z góry liczbie osób”⁴³. Obecne sformułowanie tego prawa zwiększa ochronę twórcy, którego dobro jest naruszone przez każde udostępnienie utworu, nawet bez jego zwielokrotnienia, a nie tak jak w ustawie z 1952 r., tylko wówczas gdy utwór „opublikowano” bez zgody twórcy.

Prawo to „warunkuje” powstanie autorskich praw majątkowych, jest prawem pierwotnym w stosunku do nich, ale równocześnie nie może być

⁴¹ C. Colom bet, *op. cit.*, s. 43.

⁴² Orzeczenie SN z dnia 6 maja 1976 r. IV CR 129/76, OSPiKA 1977, nr 9.

⁴³ Por. J. Barta, R. Markiewicz, [w:] *Komentarz do ustawy...*, s. 146.

zrealizowane bez uprzedniej zgody uprawnionego z tytułu praw majątkowych. Do chwili udostępnienia utworu „należy” tylko do autora, z chwilą wykorzystania prawa zapoznania staje się powszechnie znany⁴⁴.

Sytuacja zmienia się, gdy utwór powstał w ramach wykonywania obowiązków pracowniczych. Może wówczas dojść do konfliktu między prawem osobistym twórcy a prawami pracodawcy, który chciałby utwór udostępnić osobom trzecim. Ponieważ brak jest w ustawie wskazówek dotyczących takiej sytuacji, przyjmuje się, iż przekazanie utworu pracodawcy jest równoznaczne z wyrażeniem zgody na publikację, chyba że twórca wyraźnie zastrzegł, iż udostępni utwór pracodawcy w innym celu niż publikacja albo iż jest to utwór nie skończony⁴⁵.

W przypadku twórcy materiałów reklamowych prawo decydowania o pierwszym udostępnieniu jest realizowane tak, jak w przypadku utworów pracowniczych. Dostarczenie utworu agencji będzie równoznaczne z udzieleniem zgody na publiczne udostępnienie, tj. rozpowszechnianie dzieła. Sytuacja w której to twórca ustala kiedy i gdzie jego utwór ma być po raz pierwszy udostępniony lub chociażby ma decydujący głos w tej kwestii, w działalności reklamowej raczej nie zdarza się. O pierwszym udostępnieniu decydują tutaj głównie czynniki ekonomiczne, strategia reklamowa firmy, czyli to wszystko, co może wpłynąć na zwiększenie zapotrzebowania na dany towar. A zatem prawo do decydowania o udostępnianiu jest ograniczone w przypadku twórcy utworu reklamowego, który może jedynie zdecydować, czy uznaje dzieło za ukończone i w takiej postaci je akceptuje oraz czy jest gotowy utwór przekazać agencji lub zamawiającemu. Zamawiający nie może żądać wydania utworu uznanego przez twórcę za niegotowy, może jedynie dochodzić roszczenia odszkodowawczego i ewentualnie, jeśli twórca jest pracownikiem, pociągnąć go do odpowiedzialności dyscyplinarnej. Natomiast po przekazaniu utworu prawo twórcy „wyczerpuje się” i nie ma on wpływu na wybór miejsca i terminu udostępnienia utworu.

⁴⁴ J. B a r d o u, *Living with...*, s. 18.

⁴⁵ J. B a r t a, *Artystyczna twórczość...*, s. 149 -153; T. K u c z y Ń s k i, *Ochrona twórczości artystycznej*, s. 162.

Prawo do nadzoru

Kolejne prawo wymienione w art. 16 pojawia się w polskim ustawodawstwie po raz pierwszy, choć orzecznictwo sądowe posługiwało się tym pojęciem jeszcze pod rządami ustawy z 1952 roku. Chodzi o prawo do nadzoru nad sposobem korzystania z utworu.

Rozwinięcie tego punktu znaleźć można w art. 60 ustawy o prawie autorskim, który nie wyjaśnia co prawda samego pojęcia nadzoru, ale w sposób szczegółowy opisuje wykonywanie tego prawa. Zważywszy na fakt, iż prawo do nadzoru jest ściśle związane z prawem do integralności dzieła, wykonywanie nadzoru autorskiego jest jednym ze sposobów czy też zabezpieczeń przed naruszeniem treści i formy utworu. Może ono być realizowane w każdym stadium, zarówno przygotowań do eksploatacji utworu, jak i podczas realizacji eksploatacji. I tak „korzystający z utworu jest obowiązany umożliwić twórcy przed rozpowszechnieniem utworu przeprowadzenie nadzoru autorskiego. Jeżeli wniesione w związku z nadzorem zmiany w utworze są niezbędne i wynikają z okoliczności od twórcy niezależnych, koszty ich wprowadzenia obciążają nabywcę autorskich praw majątkowych lub licencjobiorcę”⁴⁶. Ponadto, realizacja prawa do nadzoru jest zabezpieczona poprzez przyznanie twórcy prawa odstąpienia od umowy lub jej wypowiedzenia ze względu na istotne interesy twórcze (art. 56) albo ze względu na nienależyte wykonanie utworu (art. 58 ustawy).

W przypadku utworu reklamowego wykonywanie prawa do nadzoru nad sposobem korzystania z utworu jest uzależnione w dużej mierze od realizacji prawa do integralności dzieła. Jeżeli bowiem autor wyraziłby zgodę na dokonywanie zmian w swoim utworze, koniecznych dla celów kampanii reklamowej, to równocześnie musiałby zrezygnować chociaż częściowo z wykonania prawa do nadzoru nad sposobem korzystania z utworu. Takie rozwiązanie wydaje się być rozsądne. Nie pozbawia ono twórcy prawa do nadzoru całkowicie, a jedynie ogranicza nadzór do kontroli sposobu dokonywania zmian w utworze, na które twórca wyraził uprzednio zgodę.

Na marginesie należy wspomnieć, iż prawo do nadzoru autorskiego dotyczące utworu audiowizualnego może być wykonywane tylko w stosunku do ostatecznej wersji tego utworu.

⁴⁶ J. Błeszyński, *Prawo autorskie*, s. 125.

Prawo do wycofania utworu z obrotu

W art. 56 ustawy o prawie autorskim można odnaleźć kolejne dobro osobiste chronione prawem autorskim. Jest to prawo wstrzymania dalszego rozpowszechniania dzieła, określane też mianem prawa do wycofania utworu z eksploatacji.

Według C. Colombet, „jeśli autor ma wyrzuty sumienia i żałuje rozpowszechnienia utworu, który jemu samemu wydaje się być niedoskonały, może go poprawić i opublikować ponownie albo może on wycofać utwór z obrotu definitywnie, jako niegodny jego talentu”⁴⁷.

Prawo to składa się z dwu uprawnień autora: do wycofania w celu dokonania zmian albo wycofania ostatecznego. Na prawo to można powołać się w dwu sytuacjach: gdy autor tworzący na zamówienie lub na podstawie stosunku pracy niezadowolony ze swojego dzieła nie chce przekazać go zamawiającemu lub pracodawcy, czyli przed przyjęciem utworu albo po przyjęciu utworu autor powołuje się na ważne interesy.

Prawo to może być ograniczane w różny sposób:

- może być ono wykonywane tylko w przypadku kolejnego wydania, o ile zmiany nie zwiększą nadmiernie kosztów wydania i nie zmienią charakteru utworu,

- jego wykonywanie może być ograniczone ze względu na wyrządzenie szkody kontrahentowi spowodowanej zwiększeniem kosztów,

- dla realizacji tego prawa niezbędne będzie orzeczenie sądu cywilnego, który weźmie pod uwagę i oceni „poważne przyczyny” lub też „przyczyny osobiste”, na które powołuje się autor⁴⁸.

Polska ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych przyjęła rozwiązanie, zgodnie z którym twórca może odstąpić od umowy lub ją wypowiedzieć ze względu na swoje istotne interesy twórcze. Ponadto, skuteczność zachowania twórcy może być uzależniona od zabezpieczenia kosztów poniesionych w związku z zawartą umową a w razie ponownego przystąpienia do korzystania z utworu twórca ma obowiązek zaoferować korzystanie swojemu pierwotnemu kontrahentowi. Jak wynika z brzmienia

⁴⁷ C. C o l o m b e t, *op. cit.*, s. 50.

torskim, Przegląd Sądowy 1995, nr 7-8, s. 42 i nast.

⁴⁸ M. S z

przepisu, ma on zastosowanie tylko w stosunkach w których stroną jest twórca i dotyczy umów przenoszących prawa autorskie i umów licencyjnych.

W art. 56 ustawodawca posługuje się bardzo szerokim i niedookreślonym pojęciem „istotne interesy twórcze”. Sformułowanie to należy interpretować w kontekście art. 16, zgodnie z którym autorskie prawa osobiste chronią „więź twórcy z utworem”. Chodzi zatem o takie istotne interesy twórcze, których naruszenie spowoduje naruszenie więzi psychicznej istniejącej między twórcą a jego dziełem. Decyzje o wycofaniu lub zmodyfikowaniu utworu uzasadniane są zwykle naruszeniem integralności dzieła wbrew woli twórcy, zmianą warunków społecznych czy politycznych, zmianą poglądów (naukowych, politycznych) lub koncepcji estetycznej autora. W razie sporu ocena „istotnych interesów” należy do sądu, który powinien kierować się zobiektywizowanymi kryteriami, odwołując się do przeciętnych dla danego środowiska autorów ocen, zachowań i poglądów⁴⁹.

Specyfika reklamy polega również na tym, iż musi być rozpowszechniana „tu i teraz”, aby miała sens i osiągnęła zamierzony rezultat. Twórca, który podejmuje się stworzyć taki utwór reklamowy, wie o jego przeznaczeniu i nie wydaje się, by mógł powoływać się np. na zmianę swojej koncepcji artystycznej. Fakt, iż utwór stworzony przez niego (np. podkład muzyczny) został wykorzystany do reklamy pokarmu dla zwierząt, a nie – jak to sobie wyobrażał twórca – do reklamy luksusowego samochodu, nie daje mu podstawy do skorzystania z tego uprawnienia, chyba że został celowo wprowadzony w błąd, ale w tym wypadku znajdują zastosowanie ogólne zasady dotyczące nienależytego wykonania zobowiązania. Wykonanie tego prawa może prowadzić i najczęściej prowadzi do kolizji między uprawnieniami twórcy a uprawnieniami nabywcy lub licencjobiorcy. Prawo do wycofania lub modyfikacji utworu może być ograniczone, gdy interes prawny nabywcy lub licencjobiorcy przeważa nad interesami twórcy⁵⁰. Tak jest w przypadku utworu reklamowego.

Jak zaznaczono wyżej, prawo wycofania z obrotu doznaje szeregu ograniczeń już w samej ustawie. Przede wszystkim z zakresu działania art.

⁴⁹ J. Barta, R. Markiewicz, [w:] *Komentarz do ustawy...*, s. 298.

⁵⁰ S. Soltysiński, *Dysponowanie autorskimi uprawnieniami osobistymi. Prace z prawa cywilnego*, Warszawa 1985, s. 85; M. Szaćkiński, *op. cit.*, s. 49.

56 wyłączone są niektóre kategorie dzieł, m.in. utwory audiowizualne oraz utwory zamówione w zakresie ich eksploatacji w utworze audiowizualnym. A zatem twórcy reklam audiowizualnych (a te przeważają w działalności promocyjnej) nie będą mogli skorzystać ze stosowania prawa wycofania z obrotu.

Innym poważnym ograniczeniem stosowania prawa wycofania jest obowiązek zabezpieczenia kosztów poniesionych przez drugą stronę umowy, w razie gdy odstąpienie albo jej wypowiedzenie następuje po przyjęciu utworu.

Natomiast aby nie dopuścić do nadużywania tego prawa i wykorzystywania go wówczas, gdy osoba trzecia przedstawi twórcy warunki umowy lepsze od dotychczasowych, ustawa nakłada na autora obowiązek zafektowania pierwszemu nabywcy albo licencjodawcy korzystanie z wycofanego utworu. Obowiązek ten powstaje wówczas, gdy autor zamierza przystąpić do ponownego korzystania z utworu w ciągu dwóch lat od skorzystania z prawa do wstrzymania jego rozpowszechniania. Należy jeszcze wspomnieć o sytuacji istotnej dla twórcy reklam, gdy strony łączy stosunek pracy. W doktrynie prawa autorskiego zaznacza się, że wówczas prawo to zostaje ograniczone ze względu na charakter stosunku pracy, podporządkowanie pracownika. Nie oznacza to jednak, że w sytuacjach szczególnych, dotyczących np. ochrony czci lub dobrego imienia, pracownik nie mógłby się powołać na swoje prawo⁵¹. Ocena jest uzależniona od konkretnych okoliczności, a zwłaszcza interesów obu stron.

Dysponowanie autorskimi prawami osobistymi

Jak już zostało powiedziane, autorskie prawa osobiste są ściśle związane z osobą twórcy. Nie można się ich zrzec ani zbyć. Takie rygorystyczne stanowisko panowało od dawna w literaturze przedmiotu i w zasadzie nie budziło większych wątpliwości. S. Grzybowski uznał nawet, iż „zgoda na działania, która uchylałaby naruszenie dóbr osobistych, jest bezskuteczna, gdyż zgoda taka prowadziłaby, przy jej logicznym rozwinięciu, do praktycznych konsekwencji i równających się zrzeczeniu się prawa osobistego”⁵².

⁵¹ J. B a r t a, *Artystyczna twórczość pracownicza...*, s. 153, M. S z a c i ń s k i, *op. cit.*, s. 49.

szawa 1973, s. 245.

⁵² S. G r z y b o w s k i, *op. cit.*, s. 100.

Wobec brzmienia art. 16 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych takie stanowisko jest w pełni uzasadnione. Jednakże nie każde zachowanie osoby trzeciej, „ingerujące” w dobra osobiste, musi powodować ich naruszenie, np. zmiany dokonywane przez uprawnionego w utworze niekoniecznie muszą naruszać prawo do integralności. Dopiero takie działanie, które pociąga za sobą zakłócenie więzi psychicznej twórcy z utworem, powinno być zakazane.

W związku z tym pojawiają się w doktrynie prawa autorskiego poglądy, iż w zakresie niezbędnym do prawidłowej eksploatacji dzieła autorskiego prawa osobiste mogą być przenoszone na osoby uprawnione z tytułu prawa autorskiego⁵³. Brzmienie polskiej ustawy nie pozwala na przyjęcie takiego poglądu, wydaje się jednak, że nic nie stoi na przeszkodzie, by autor mógł skutecznie zobowiązać się do powstrzymania się od wykonywania swoich praw lub zezwolić innej osobie na wykonywanie praw w jego imieniu. Skutkiem udzielenia takiej zgody byłoby nie zrzeczenie się praw osobistych przez autora, ale wykonywanie ich przez inną osobę⁵⁴. Taki pogląd należy uzupełnić kilkoma uwagami. Jak już wspomniano, zgoda wyrażona *in blanco* i *profuturo* dotycząca dowolnego wykonywania praw osobistych w imieniu twórcy jest bezwzględnie nieważna. Ponadto można zezwolić innej osobie na wykonywanie tylko tych praw osobistych, które nie są związane ściśle z osobowością autora, np. prawo modyfikacji utworu. O ile bowiem osoba trzecia może zdecydować o pierwszym udostępnieniu utworu, nie naruszając więzi autora z dziełem, o tyle zmodyfikować lub uzupełnić utwór może tylko sam autor. W każdym przypadku zgoda autora może być odwołana, a drugiej stronie przysługuje jedynie roszczenie o naprawienie szkody wynikającej z niewykonania lub nienależytego wykonania umowy.

Ochrona wynikająca z art. 23 i 24 k.c. a prawo autorskie

Relacje między autorskimi dobrami osobistymi a dobrami osobistymi prawa powszechnego były przedmiotem wielu opracowań w polskiej literaturze prawniczej⁵⁵. Art. 23 k.c. wśród chronionych dóbr osobistych

⁵³ M. S z a c i ń s k i, *op. cit.*, s. 50.

⁵⁴ J. B a r t a, R. M a r k i e w i c z, [w:] *Komentarz do ustawy...*, s. 137.

⁵⁵ Przykładowo wymienić można: S. G r z y b o w s k i, *System prawa cywilnego*, 1.1, Warszawa 1985, s. 30 i nast.; t e n ǳ e, [w:] *Zagadnienia prawa autorskiego*, s. 42; A. S z p u n a r,

wymienia także twórczość artystyczną i naukową. Zgodnie z powszechnie panującym obecnie poglądem, autorskie dobra osobiste nie stanowią odrębnej kategorii pojęciowej, ale są szczególnymi dobrami osobistymi powszechnego prawa cywilnego. Użyty w art. 23 k.c. termin „twórczość” ma „znaczenie techniczne i został użyty w celu zbiorczego określenia wszelkich dóbr osobistych, jakie służą twórcom”⁵⁶. Również Sąd Apelacyjny uznał, że „autorskie prawa osobiste są tylko szczególnymi dobrami osobistymi powszechnego prawa cywilnego, nie są odrębną kategorią pojęciową. Analogicznie autorskie prawa osobiste są jedynie szczególnymi prawami osobistego powszechnego prawa cywilnego”⁵⁷.

Istnieją różnice poglądów pomiędzy poszczególnymi autorami dotyczące zakresu pojęcia „twórczość artystyczna”.

Według J. Błęszyńskiego, art. 23 i 24 k.c. chronią „swobodę rozwijania pewnej działalności”, a nie określony rezultat działalności twórczej, jakim jest dzieło. Przedmioty autorskich dóbr osobistych i dóbr osobistych prawa powszechnego są różne”⁵⁸.

Inny pogląd zaprezentowali J. Barta i R. Markiewicz. Otóż „twórczość naukowa i artystyczna jest postacią ogólnego pojęcia dobra osobistego, na które składają się m.in. autorskie dobra osobiste”⁵⁹. A zatem zakresy odpowiednich praw osobistych mogą się czasem krzyżować. Istnieją jednak sytuacje, w których twórca może posłużyć się tylko uprawnieniami kodeksowymi. Jak wiadomo, autorskie prawa osobiste chronią więc między twórcą a jego konkretnym dziełem, i to wówczas gdy rezultat jego pracy spełnia przesłanki ustawy o prawie autorskim - gdy jest utworem. Jeśli jednak proces twórczy nie zakończył się ustaleniem utworu, to dobra osobiste twórcy mogą być chronione tylko na podstawie art. 23 k.c.

Ochrona dóbr osobistych, Warszawa 1979, s. 148 i nast.; J. St. Piątkowski, *Ewolucja ochrony dóbr osobistych*, [w:] *Tendencje rozwoju prawa cywilnego*, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk-Lódź 1983, s. 9 i nast.; J. Barta, R. Markiewicz, *Ochrona dóbr osobistych w zakresie twórczości naukowej i artystycznej*, [w:] *Dobra osobiste i ich ochrona w polskim prawie cywilnym*, Wrocław-Warszawa-Kraków-Gdańsk-Lódź 1986, s. 135 i nast.

⁵⁶ J. Panowicz-Lipska, *Majątkowa ochrona dóbr osobistych*. Warszawa 1975, s. 168.

⁵⁷ Nie publikowane orzeczenie Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 30 października 1991 r. I ACr 436/91.

⁵⁸ J. Błęszyński, *Prawo autorskie*, Warszawa 1985, s. 116-117.

⁵⁹ Por. J. Barta, R. Markiewicz, [w:] *Komentarz do ustawy...*, s. 139 oraz *Ochrona dóbr osobistych...*, [w:] *Dobra osobiste...*, s. 136; R. Markiewicz, *Dzieło literackie...*, s. 88-91.

Druga, szersza interpretacja pojęcia „twórczość” pozwala na kumulatywne stosowanie przepisów prawa autorskiego i kodeksu cywilnego, zgodnie z art. 24 § 3. W przypadku różnicy między rozwiązaniami tych dwu ustaw należy stosować przepisy korzystniejsze dla uprawnionego⁶⁰.

Analiza autorskich praw osobistych pozwala na stwierdzenie, iż twórcy materiałów reklamowych nie mogą w pełni z nich korzystać. Wykonywanie autorskich praw osobistych jest ograniczone przede wszystkim ze względu na interes drugiej strony - zamawiającego lub agencji reklamowej. Ograniczenie to wynika również ze słabszej niż w innych przypadkach więzi z utworem, a także rekompensowane jest atrakcyjnym wynagrodzeniem. Ponadto, ze względu na krótkotrwały okres eksploatacji, ograniczenie wykonywania praw osobistych można uznać za przejściowe, zwłaszcza że dotyczy ono korzystania z utworu tylko w celach reklamowych.

⁶⁰ S. Grzybowski, *System...*, s. 300.