

Porady prawne Legalnej Kultury



Skąd Św. Mikołaj zna nasze adresy? Skąd wie, kto był grzeczny? Czy pakowanie prezentów i wysyłanie życzeń podlega ochronie? Czy wizerunek Mikołaja jest dobrem publicznym? - czyli prawo autorskie w przedświątecznej gorączce

6 grudnia, to moim zdaniem data, od której można bez wstydu mówić o okresie świątecznym i na ten temat pisać. Pochłonięci prezentową i kulinarną gorączką często zapominamy, że w grudniu obowiązuje nas takie samo prawo, jak w innych miesiącach roku. Prezenty, kartki świąteczne, czy w końcu same opakowania podarków, podlegają ochronie na takich samych zasadach, jak wszystkie inne produkty, a ich symboliczne konotacje nie usprawiedliwiają naruszeń prawa.

Zgodnie z tym, co na wczesnym etapie naszego życia opowiadają nam rodzice oraz różne kreskówki, prezenty, które Św. Mikołaj przynosi dzieciom, produkowane są w specjalnej fabryce obsługiwanej przez bliżej nieokreślone humanoidalne elfy czy skrzaty.

Problem w tym, że te produkty łudząco przypominają te, które można kupić w normalnych, ludzkich sklepach. Jakby tego było mało, pomocnicy Świętego umieszczają logotypy znanych marek na wyprodukowanych przez siebie klockach czy konsolach video. Z punktu widzenia prawa, produkt podróbiony to towar, na którym widnieje oznaczenie, np. logo czy napis, taki sam, jak zarejestrowany znak towarowy lub którego istotne cechy są identyczne, pod warunkiem, iż są to produkty z tej samej kategorii.

Oczywiście, żeby można mówić o podróbce, umieszczenie oznaczenia musi nastąpić bez wymaganego zezwolenia, np. w postaci licencji. Zakładając, że Mikołaj wraz ze zgrają elfów nie respektują prawa własności intelektualnej, należy z całą stanowczością stwierdzić, że dochodzi tu poważnych naruszeń – mówi o tym np. art. 305 ustawy prawo własności przemysłowej – „kto, w celu wprowadzenia do obrotu, oznacza towary podrobionym znakiem towarowym, w tym podrobionym znakiem towarowym Unii Europejskiej, zarejestrowanym znakiem towarowym lub znakiem towarowym Unii Europejskiej, którego nie ma prawa używać lub dokonuje obrotu towarami oznaczonymi takimi znakami, podlega grzywnie, karze ograniczenia wolności albo pozbawienia wolności do lat 2.” W tym miejscu, warto również przytoczyć art. 115 ustawy o prawie autorskim – „kto przywłaszcza sobie autorstwo albo wprowadza w błąd co do autorstwa całości lub części cudzego utworu albo artystycznego wykonania, podlega grzywnie, karze ograniczenia wolności albo pozbawienia wolności do lat 3. Tej samej karze podlega, kto rozpowszechnia bez podania nazwiska lub pseudonimu twórcy cudzy utwór w wersji oryginalnej albo w postaci opracowania, artystyczne wykonanie, albo publicznie zniekształca taki utwór, artystyczne wykonanie, fonogram, wideogram lub nadanie.” Sytuacja robi się jeszcze bardziej skomplikowana, gdy w liście dziecko zażyczy sobie np. płytę muzyczną albo grę komputerową. Wtedy mamy bowiem do czynienia z jawnym piractwem, które, w przypadku produkcji komputerowych, jest ścigane osobnymi przepisami m.in. art. 278 § 2 – „kto bez zgody osoby uprawnionej uzyskuje cudzy program komputerowy w celu osiągnięcia korzyści majątkowej podlega karze pozbawienia wolności od 3 miesięcy do 5 lat”. Przepis wskazuje, że uzyskanie programu komputerowego nie musi się wiązać z fizycznym zaborem nośnika, może polegać na sporządzeniu kopii tego programu i wykorzystywaniu przez inną osobę. Historię nielegalnej dystrybucji multimediów opisywałem tutaj -> <https://www.legalnakultura.pl/pl/prawo-w-kulturze/prawo-w-praktyce/news/2839,od-romantycznych->

[aktywistow-do-miedzynarodowych-przestepcow](https://www.legalnakultura.pl/pl/legalne-zrodla), także zainteresowanych bardziej szczegółowym zgłębieniem tematu, odsyłam tamże. Warto jednak wspomnieć, iż korzystając z legalnych źródeł kultury (bazę takich źródeł można znaleźć np. pod tym linkiem -> <https://www.legalnakultura.pl/pl/legalne-zrodla>) wspieramy twórców i artystów oraz przyczyniamy się do rozwoju tej niezwykle ważnej strefy naszego społecznego życia.

A czy zastanawialiście się kiedyś skąd Św. Mikołaj zna nasze adresy? Albo skąd wie, kto był grzeczny? Z prawniczego punktu widzenia, wygląda to na naruszenie przepisów RODO. I to właśnie tu na chwilę się zatrzymam, gdyż nie będę wchodził w prawne aspekty stalkingu. W kontekście ochrony danych osobowych warto się przyjrzeć już bardziej przyziemnej kwestii wysyłania kartek świątecznych. Powszechną praktyką w przedświątecznym okresie, jest wysyłanie przez różne firmy życzeń lub prezentów do swoich klientów. Adresy odbiorców znajdują się w bazach przedsiębiorstw ze zgoła innych powodów niż chęć otrzymania kartki raz do roku. Powstaje pytanie – czy to jest w ogóle zgodne z obecnie obowiązującymi przepisami? RODO wprowadziło sześć podstaw przetwarzania danych osobowych. Obok najbardziej znanej, jaką jest zgoda właściciela danych, ustawodawca wprowadził również enigmatyczną kategorię „uzasadniony interes administratora” – czyli firmy, która decyduje się na taką formę kontaktu. Interesem jest w tym wypadku chęć wspólnego świętowania i dzielenia się atmosferą świąt. Wymienienie się życzeniami czy prezentami jest akceptowanym, a nawet oczekiwanym działaniem – także w kontaktach biznesowych. Sprawa wygląda trochę inaczej, gdy weźmiemy pod uwagę formę składania życzeń. W sytuacji, w której firma chciałaby wysłać świątecznego maila, wtedy musi liczyć się z obowiązkiem posiadania zgody odbiorcy – zgodnie z ustawą o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Nie jest to jednak w 100% jasne, gdyż przepisy mówią o „informacji handlowej”, lecz część komentatorów wskazuje, iż budowanie relacji biznesowych poprzez wysyłanie właśnie życzeń może być zinterpretowane jako forma marketingu. Z uwagi na ryzyko uznania, że na gruncie przepisów UŚUDE wysyłka e-maila z życzeniami wymaga uzyskania zgody, takie maile do klientów detalicznych (konsumentów) z ostrożności lepiej wysłać jednak wyłącznie do osób, których dane znajdują się w naszej „bazie marketingowej” (tj. konsumentów, którzy wyrazili zgodę na otrzymywanie informacji handlowej).

Ciekawym aspektem są również opakowania prezentów, które w dzisiejszych czasach są niezwykle ważnym elementem całego świątecznego procesu. Coraz częściej można spotkać się z specjalnymi punktami, które oferują indywidualne i twórcze opakowanie upominków. Czy zatem sam sposób pakowania (sposób wyrażenia) może być uznany za utwór i podlegać ochronie? Jak się okazuje, może. Wystarczy, żeby spełniał podstawowe wymogi z ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych – musi być twórczy i posiadać indywidualny charakter. Piszę o tym dlatego, iż niewiele osób wie o tym, że powszechnie używany wizerunek Św. Mikołaja jako brzuchatego brodacza w czerwonym wdzianku, został stworzony dopiero w 1931 r. na potrzeby kampanii reklamowej Coca-Coli. Oznacza to, że prawa do wizerunku tej powszechnie znanej postaci należą właśnie do tej korporacji i umieszczając go na torebkach prezentowych, teoretycznie narażamy się na odpowiedzialność karną i cywilną. Teoretycznie, bo jak mówi Iwona Jacaszek – dyrektor korporacyjny Coca-Cola HBC Polska „wizerunek św. Mikołaja jest dobrem publicznym. To, że powszechnie używa się obrazu Mikołaja inspirowanego tym wypromowanym przez Coca-Colę, bardzo nas cieszy. Ten wizerunek się spodobał, a my nie uzurpujemy sobie prawa do niego. Jeszcze raz więc podkreślę, że nie pobieramy żadnych opłat z tytułu jego wykorzystania”. Wiadomo, że korporacjom nie należy pod żadnym pozorem ufać, ale rzeczywiście jeszcze nie słyszałem o przypadku dochodzenia roszczeń do wizerunku Św. Mikołaja.

Autor: Paweł Kowalewicz, prawnik w Fundacji Legalna Kultura

**Publikacja powstała w ramach Społecznej kampanii edukacyjnej Legalna Kultura
Dofinansowano ze środków Ministra Kultury i Dziedzictwa Narodowego**

<https://www.legalnakultura.pl/>