

Korzystanie z wizerunku pracownika po ustaniu stosunku pracy

Employee image rights after the end of the employment relationship

Streszczenie

Korzystanie i rozpowszechnianie wizerunku pracownika w trakcie trwania stosunku pracy staje się jednym z podstawowych narzędzi do promocji zarówno pracownika, jak i pracodawcy. Ponadto często w korespondencji wewnętrznej i zewnętrznej oraz na stronach internetowych wykorzystuje się i rozpowszechnia wizerunki pracowników. Często też tworzy się materiały szkoleniowe, wykorzystywane zarówno wewnętrznie, jak i zewnętrznie, środki przekazu, w których rozpowszechnia się to dobro osobiste pracownika. Problematyczne pozostaje zagadnienie wykorzystywania wizerunku po ustaniu stosunku pracy. Cofnięcie bowiem zgody nie następuje samoistnie wraz z ustaniem stosunku pracy. Wymaga złożenia osobnego oświadczenia przez pracownika. Po złożeniu zaś takiego oświadczenia pracodawca wykorzystując i rozpowszechniając wizerunek pracownika musi liczyć się z ewentualnym dochodzeniem swoich praw przez byłego już pracownika zarówno na podstawie przepisów prawa cywilnego, jak również RODO.

Słowa kluczowe

wizerunek; prawo pracy; RODO

JEL: K31

Abstract

Using and disseminating an employee's image during the course of employment has become one of the primary tools for promoting both the employee and the employer. Employee images are frequently used in internal and external communications, as well as on websites. Training materials, which may be used both internally and externally in the media, often include the employee's likeness, thereby disseminating their personal image. However, the use of images after the termination of the employment relationship remains a complex issue. Consent for the use of the image does not automatically expire with the end of employment; the employee must submit a separate statement to withdraw their consent. Once such a statement is submitted, the employer must cease using and disseminating the employee's image and need to be aware of the potential legal consequences of continued use, including those under civil law and the General Data Protection Regulation (GDPR).

Keywords

Image; labor law; GDPR

Wstęp

Obecnie coraz częściej podczas zawierania umowy o pracę pracownik zobowiązuje się, do wykonywania pewnych czynności na rzecz pracodawcy, w tym udziela zgodę na korzystanie i rozpowszechnianie swojego wizerunku. Taka zgoda może być też udzielana później, w trakcie trwania umowy o pracę lub może być udzielona w sposób dorozumiany, przez pozowanie i otrzymanie odpowiedniego (dodatkowego) wynagrodzenia od pracodawcy. Najczęściej wykorzystywanie i rozpowszechnianie wizerunku jest związane z promowaniem działalności pracodawcy w mediach społecznościowych.

Często też pracownik niejako afiszuje się udziałem w konferencjach, sympozjach czy wystąpieniach właśnie odnosząc się do zatrudnienia u konkretnego pracodawcy lub wręcz odwrotnie, to pracodawca korzysta z osiągnięć pracownika, promując się w ten sposób w sieci. Taki sposób korzystania i rozpowszechniania wizerunku powinien być określony między stronami, bowiem nieprawidłowe jego rozpowszechnianie może wiązać się z naruszeniem również innych niż wizerunek dóbr osobistych, zarówno pracownika, jak i pracodawcy.

Problematyczne pozostaje natomiast zagadnienie możliwości korzystania i rozpowszechniania wizerunku pracownika po ustaniu stosunku pracy. Pytanie, na jakie

postara się odpowiedzieć autor w tym opracowaniu, dotyczy zakresu i sposobu rozpowszechniania wizerunku po ustaniu umowy o pracę. Czy pracodawca może w nieograniczony sposób korzystać i rozpowszechniać zarejestrowany wizerunek byłego pracownika, zarówno w Internecie, jak również na potrzeby własne, np. wewnętrznych szkoleń. Jakie środki prawne przysługują pracownikowi, który nie chce, aby jego wizerunek był wykorzystywany przez poprzedniego pracodawcę? Jakie relacje występują między ochroną wizerunku na podstawie prawa prywatnego a regulacjami rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/WE (ogólne rozporządzenie o ochronie danych)? Czy te dwa reżimy prawne mogą stanowić oddzielny sposób dochodzenia roszczeń przez pracownika po ustaniu umowy o pracę?

Ochrona prawna wizerunku i zgoda na wykorzystywanie na podstawie przepisów prawa prywatnego

Wizerunek jest jednym z dóbr osobistych wymienionym w art. 23 ustawy z 23 kwietnia 1964 r. – Kodeks cywilny, tekst jedn. Dz.U. z 2024 r. poz. 1061 ze zm. (dalej: k.c.). Jednocześnie ochrona i sposób rozpowszechniania wizerunku został uregulowany w art. 81 ustawy z 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, tekst jedn. Dz.U. z 2025 r., poz. 24 (dalej: prawo autorskie). Rozpowszechnianie wizerunku chronione jest również przepisami prawa prasowego – art. 13. Ponadto, kodeks pracy zawiera regulacje dotyczące ochrony dóbr osobistych pracownika. Zgodnie z art. 11¹ k.p. pracodawca jest obowiązany szanować godność i inne dobra osobiste pracownika (Gersdorf, 2005, s. 14–19), zaś art. 300 k.p. odsyła do odpowiedniego stosowania przepisów Kodeksu cywilnego, również w obszarze dóbr osobistych (w doktrynie podnosi się również, że można wyróżnić godność pracowniczą – wyrok SN z 21 października 2008 r., II PK 71/08, wyrok SA w Gdańsku z 13 listopada 2014 r., III APa 31/14, w którym mowa o „godności osobistej, w tym pracowniczej”; wyrok SA w Gdańsku z 3 listopada 2016 r., III APa 23/16. Odmienne stanowisko – zgodnie z którym godność pracownicza człowieka, podobnie jak inne jego dobra osobiste, jest pojęciem integralnym i przysługuje mu jako osobie w ogóle, a nie tylko jako pracownikowi, jest prezentowane przez SN m.in.. w uchwale (7) SN z 28 maja 1971 r., III PZP 33/70, wyroku z 10 maja 2012 r., II PK 215/11).

Pojęcie wizerunku nie obejmuje jedynie obrazu jednostki ludzkiej, ochrony udziela się również pewnym odpowiednikom tego dobra – podobiznom, portretom (Grzybowski, 1957, s. 96), jak również głosowi (Balcarczyk, 2010, s. 115 i n., wyrok SN z 3 października 2007 r., II CSK 207/07). W judykaturze zauważono, że na wizerunek składać się może ogół zewnętrznych cech, które

charakteryzują daną osobę. Innymi słowy, wizerunek definiowany jest jako wygląd człowieka, jego podobizna, jego obraz fizyczny. Według niektórych w te ramy włączyć można dodatkowe atrybuty związane z wykonywanym zawodem, jak charakterystyka, ubiór, sposób poruszania się, inne cechy identyfikujące, np. okulary, fryzura czy nawet szczególna linia profilu bądź charakterystyczny cień. W każdym przypadku chodzi o cechy immanentnie związane z konkretną osobą fizyczną, dla niej znamienne i pozwalające na jej rozpoznawalność. Za wizerunek w analizowanym znaczeniu nie można potraktować sposobu postrzegania i oceny danej osoby w odbiorze zewnętrznym, m.in. jej życiorysu, cech charakteru, postępowania, utrwalonej pozycji zawodowej (wyrok SA w Warszawie z 10 kwietnia 2015 r., I ACa 1471/14).

Zgodnie z art. 81 ust. 1 prawa autorskiego rozpowszechnianie wizerunku wymaga zezwolenia osoby na nim przedstawionej. W doktrynie od dłuższego czasu prowadzi się dyskusję, w jaki sposób powinna być udzielana ta zgoda. Według pierwszego stanowiska jest to oświadczenie woli, w którym osoba wyraża zgodę na rozpowszechnianie jej wizerunku (Np. Niewęglowski, 2021, s. 920 i n.; Bojarczyk, 2019, s. 1336; Stefaniuk, 1970, s. 67; Traple, 2007, s. 827–831). Zgodnie z drugim, jest to zachowanie podobne do czynności prawnej, do którego odpowiednio znajdują zastosowanie przepisy o tych czynnościach (Por. Matlak, 2004, s. 338; Barta, Markiewicz, 2002, s. 29; Grzeszak, 2017, s. 810; Sośniak, 1959, s. 142; Szpunar, 1990, s. 46; Radwański, 1988, s. 14; Sieńczyło-Chlabicz, 2006, s. 441). Taki podział ma kluczowe znaczenie w przypadku odwołania zgody i odpowiedniego stosowania do niego przepisów k.c. Niejako kompromisowe stanowisko w tym zakresie zajął Sąd Apelacyjny w Krakowie, wskazując, że zgoda na rozpowszechnianie wizerunku jest zachowaniem podobnym do czynności prawnej, chyba że została wyrażona w umowie, wówczas stanowi oświadczenie woli (wyrok SA w Krakowie z 29 czerwca 2018 r., I ACa 1515/17). W konsekwencji pozwalałoby to na stosowanie art. 65¹ k.c. (szerzej na ten temat i pokazując wiele wątpliwości Pązik, 2021, nb. 18).

Wobec tego należy przyjąć, że zezwolenie osoby, której wizerunek został utrwalony i rozpowszechniony, jest podobne do czynności prawnej (Ślęzak, 2017, nb. 31 i n.), w której osoba udziela zgody na wykonywanie przez uprawnionego prawa do wizerunku. Takie stanowisko pozwala na przyjęcie, że zgoda na rozpowszechnianie wizerunku może również następować jako element umowy, np. umowy o pracę. Zgoda na rozpowszechnianie wizerunku musi być jednoznaczna, osoba zaś wyrażająca zgodę powinna „obejmować swoją świadomością skonkretyzowane sposoby eksploatowania swojego wizerunku” (wyrok SA w Krakowie z 29 czerwca 2018 r., I ACa 1515/17; wyrok SA w Warszawie z 12 lutego 1998 r., I ACa 1044/97) oraz wiedzieć o miejscu, czasie oraz częstotliwości udostępnienia jej wizerunku (wyrok SA w Warszawie z 4 lipca 2018 r., V ACa 484/17; wyrok SA w Gdańsku z 29 października 2018 r., V ACa 829/17). Za bezprawne rozpowszechnianie będzie moż-

na uznać zamieszczenie linku odsyłającego do innej strony (wyrok SA w Krakowie z 20 lipca 2004 r., I ACa 564/04), jeśli jego zamiarem było bezprawne rozpowszechnianie wizerunku (niezależnie od motywów, jednocześnie może się to wiązać z naruszeniem art. 23 i 24 k.c.). Przyjmuje się również że zgoda na rozpowszechnianie wizerunku może stanowić element wzorca umownego (Widło, 2025, s. 220).

Odmienne uregulowano pozowanie, zgodnie bowiem z art. 81 ust. 1 zdanie 2 prawa autorskiego w braku wyraźnego zastrzeżenia zezwolenie nie jest wymagane, jeżeli osoba otrzymała umówioną zapłatę za pozowanie. W takim przypadku należy uznać, że przyjęcie zapłaty jest jednoznaczne z udzieleniem zgody na rozpowszechnianie wizerunku. Wydaje się, że taką formę mogłoby mieć również wypłacenie pracownikowi nagrody/premii za korzystanie i rozpowszechnianie jego wizerunku, jeśli wynikało to jednoznacznie z oświadczeń strony. Natomiast niezasadnym byłoby twierdzenie, że pracownik, który prowadzi galę w imieniu swojego pracodawcy i z tego tytułu otrzymuje dodatkowe wynagrodzenie, wyraził jednocześnie zgodę na rozpowszechnianie swojego wizerunku (Niewęglowski, 2021, s. 924) w ramach art. 81 ust. 1 zdanie 2 prawa autorskiego. Zdanie drugie art. 81 ust. 1 wskazanej ustawy należy, jako wyjątek, interpretować w sposób wąski. Wobec tego, mimo otrzymania dodatkowego wynagrodzenia przez pracownika, a jednoczesnego braku określenia, że wynagrodzenie to obejmuje zgodę na rozpowszechnienie wizerunku, zapłata obejmować będzie jedynie wynagrodzenie, np. za prowadzenie gali – nawet jeśli obejmuje zadania „służbowe”.

Podobnie w przypadku art. 81 ust. 2 pkt 2 prawa autorskiego, w którym uregulowano zagadnienie związane z wykorzystywaniem wizerunku osoby stanowiącej jedynie szczegół całości takiej jak zgromadzenie, krajobraz, publiczna impreza. Określenie „takich jak” oznacza, że katalog ten ma charakter przykładowy i usunięcie wizerunku jednej z osób na rozpowszechnionym, np. zdjęciu nie powodowałoby zmiany charakteru i przedmiotu rozpowszechnionego zdjęcia. W odniesieniu do rozpowszechniania wizerunku dotyczyć to będzie fotografii przedstawiającej, np. wszystkich pracowników, czy będą to zdjęcia z imprezy firmowej (Zieliński, 2021, s. 191 i n.).

W doktrynie rozważa się, w jaki sposób i kiedy można cofnąć zgodę na rozpowszechnianie wizerunku. Odrzucić należy pogląd, że zgoda na rozpowszechnianie wizerunku jest nieodwoływalna (Okon, 2009, s. 33; Żelechowski, 2010, s. 99 i n.) i stanąć na stanowisku, że cofnięcie zgody na rozpowszechnianie wizerunku jest możliwe, do czasu kiedy wizerunek zostanie udostępniony publicznie w umówiony sposób (Grzeszak, 2017, s. 691–692), co wywołuje skutek *ex nunc*. Wątpliwości dotyczą natomiast sposobu, w jaki może następować odwołanie zezwolenia na korzystanie z wizerunku. Przedstawiciele poglądu dominującego w doktrynie stoją na stanowisku, że odwołanie zezwolenia na rozpowszechnianie wizerunku może, co do zasady, następować w każdym czasie (Grzeszak, 2017, s. 811; Bojarczyk, 2019, s. 1338). Uza-

sadniają to m.in. ochroną godności ludzkiej (Targosz, 2018, s. 119), jak również traktują wizerunek jako prawo osobiste człowieka (Pązik, 2021, nb. 20).

Zwolennicy odmiennego stanowiska powołują się na unormowania dotyczące oświadczenia woli (Niewęglowski, 2021, s. 921), a w szczególności na możliwość uchylecia się od skutków oświadczenia woli, które zostały uregulowane w konkretnych przypadkach. Uchylić bowiem można się jedynie w przypadku złożenia oświadczenia woli w razie błędu lub podstępów. A. Niewęglowski stoi na stanowisku, że oświadczenie złożone w umowie dotyczące rozpowszechniania wizerunku powinno następować w „jakimś trybie, ażeby oświadczenie o wyrażeniu zgody przestało wiązać” (2021, s. 921) – sugerując jednocześnie, że umowa dotycząca rozpowszechniania wizerunku powinna zawierać stosowne regulacje w tym zakresie. Wobec tego, jego zdaniem, kontrahent, który przygotował się do wykonania umowy, jednocześnie ponosząc z tego tytułu koszty, mógłby korzystać z wizerunku zgodnie z prawem. Postuluje on, aby przy wykładni przepisu brać pod uwagę również interes kontrahenta, który ponosił wydatki, np. związane z kosztowną kampanią marketingową, wobec tego uchylenie się od skutków woli związanej z rozpowszechnianiem wizerunku powinno klarownie wynikać z postanowień umownych (Niewęglowski, 2021, s. 921). Pogląd taki należy zaaprobować. Jednakże, odmienne regulacje dotyczą udostępniania wizerunku, uchybiającego godności osoby, której wizerunek został wykorzystany. W takiej sytuacji, sama czynność prawna mająca na celu udzielenie zgody na rozpowszechnianie wizerunku może być nieważna, bowiem mogłaby uchybiać zasadom współżycia społecznego. Zauważyć można również, że samo zawarcie w umowie (np. o pracę) zezwolenia na rozpowszechnianie wizerunku z jednoczesnymi unormowaniem dotyczącym naprawienia szkody z tego tytułu, jak również wprowadzeniem unormowania zastrzegającego karę umowną na wypadek zabezpieczenia zobowiązania do nieodwoływania zezwolenia można uznać za konstrukcję służącą obejściu prawa (Pązik, 2021, nb. 21) lub możliwą jedynie w ściśle określonych przypadkach (w tym kierunku podążają m.in. Traple, 2007, s. 832; Balcarczyk, 2009, s. 309 i 310; Grzeszak, 2017, s. 813 i 814; Zieliński, 2021, s. 191 i n.). Uprawnienie umowne do rozpowszechniania wizerunku, ze względu na niezwykły charakter wizerunku, ma jedynie charakter upoważniający (Pacek, 2019, nb. 9 i n.), nie powoduje bowiem, że powstaje prawo podmiotowe. Rodzi to po stronie kontrahenta jedynie możliwość podejmowania czynności, najczęściej o charakterze reklamowym, mieszczących się w ramach udzielonego zezwolenia (Balcarczyk, 2009, s. 307, takie stanowisko prezentują również organy podatkowe „udostępnianie odpłatnie przez osoby fizyczne prawa do korzystania z ich wizerunku, w celu podejmowania działań marketingowych i reklamowych stanowi przychód z praw majątkowych” – tak m.in. wyrok NSA z 20 stycznia 2017 r., II FSK 3873/14).

Wobec tego, uznać należy za T. Grzeszak, że nawet zawarcie w umowie postanowienia o przeniesieniu pra-

wa do wizerunku, nie powoduje nieważności umowy, jeśli zamiarem stron był interes majątkowy dotyczący rozpowszechniania wizerunku (Grzeszak, 2017, 813–814). Idąc dalej, zgodnie z tym poglądem, ważne będzie postanowienie umowne, w którym zastrzeżono sobie skutecznie zobowiązanie do powstrzymywania się od odwołania zgody na rozpowszechnianie wizerunku w celu gospodarczym, bowiem mieściłoby się to w zasadzie wyrażonej w art. 353¹ k.c. (Grzeszak, 2013, s. 351–352). Inaczej bowiem należy traktować zgodę na rozpowszechnianie wizerunku w celach reklamowych, a inaczej w celach informacyjnych. Słuszne bowiem T. Grzeszak wyróżnia dwa rodzaje takiej umowy (Grzeszak, 2017, s. 813–814), podkreślając, że umowa w celu reklamowym ma charakter zobowiązująco-upoważniający, w której kontrahent osoby uprawnionej do rozpowszechniania wizerunku uzyskiwałby na podstawie umowy zezwalającej możliwość bezpiecznego prowadzenia eksploatacji tego dobra, dopóki działałby w granicach umownego zezwolenia i nie naruszał innych dóbr, takich jak np. cześć (s. 813–814).

Wobec tego zasadnie twierdzi się, że zgoda na rozpowszechnienie wizerunku nie upoważnia podmiotu uprawnionego do rozpowszechniania wizerunku w sposób nieograniczony, do udzielania dalszej zgody (Flisak, 2018, Lex), jak również do wykorzystywania go w zmienionej wersji (Wujczyk, 2012, Lex). Oczywiście taka możliwość może wynikać z treści umowy. Jednakże, należy zauważyć, że prawo do wizerunku, jak również prawo do rozpowszechniania wizerunku, jest prawem podmiotowym ściśle związanym z osobą, której wizerunek zostaje rozpowszechniony. Dlatego też umowna zgoda na rozpowszechnianie wizerunku nie powoduje możliwości rozpowszechniania go przez podmioty trzecie w sposób nieograniczony.

Wizerunek jako dane osobowe

Zgodnie z art. 4 ust 1 RODO wizerunek można uznać za dane osobowe, ponieważ jest informacją o zidentyfikowanej lub możliwej do zidentyfikowania osobie fizycznej. Jednakże, już *prima facie* widać, że w pojęciu wizerunku w rozumieniu kodeksu cywilnego i prawa autorskiego kluczowe znaczenie ma rozpoznawalność danej osoby. W przypadku zaś regulacji RODO mowa jest o zidentyfikowaniu lub możliwości zidentyfikowania osoby. Rozpoznawalność w tym pierwszym znaczeniu wzbudza też wiele kontrowersji, niektórzy bowiem zauważają, że chodzi o rozpoznawalność przez osoby znające osobę osobiście (Grzeszak, 2017, s. 782). Zdaniem zaś Sądu Najwyższego takie ujęcie jest zbyt wąskie i to jako dominujące przyjmuje się w obecnym orzecnictwie (wyrok z 27 lutego 2003 r., IV CKN 1819/00). W takiej sytuacji nie ma znaczenia to, jakie osoby rozpoznały powoda na fotografii (np. osoby bliskie, znajomi lub inne jeszcze osoby) i jaka była liczba tych osób. Opublikowanie fotografii w prasie i zaopatrzenie jej w zdecydowanie pejoratywne informacje, sugerujące określone działanie przestępcze, może uzasadniać wniosek, że doszło do naruszenia dobra osobistego w postaci czci (dobrego imie-

nia) w rozumieniu art. 23 k.c.). W przypadku zaś regulacji RODO definicja ta jest szersza i nie jest brana pod uwagę możliwość rozpoznania osoby, a jedynie perspektywy możliwości jej zidentyfikowania. Znaczące jest to, czy na podstawie konkretnej informacji dochodzi do zidentyfikowania danej osoby albo czy istnieje możliwość jej identyfikacji. Oceny zaś dokonuje się z perspektywy administratora – art. 4 pkt 7 RODO z uwzględnieniem jednak motywu 26 RODO oraz orzecznictwa Trybunału Sprawiedliwości UE (wyrok z 7 marca 2024 r., C-604/22; wyrok z 11 lipca 2024 r., C-757/22), zgodnie z którym uwzględnia się wszelkie rozsądnie prawdopodobne sposoby umożliwiające identyfikację przez administratora.

W konsekwencji takie ujęcie definicyjne sprawia, że brak rozpoznawalności danej osoby na podstawie jej wizerunku może powodować, że wizerunek ten mimo wszystko stanowić będzie dane osobowe (Widło, 2025, s. 216). Ponadto regulacja RODO może być jeszcze szersza, jeśli uwzględnimy przy ocenie, że fotografia, na której utrwalono wizerunek, jest przetwarzana za pomocą specjalnych metod technicznych, które umożliwiają identyfikację osoby (oczywiście pomijając w tym miejscu sam charakter fotografii, która może być traktowana jako utwór w rozumieniu prawa autorskiego). Tak ujęte zagadnienie powoduje, że również tutaj należy odnieść się do art. 4 pkt 14 RODO i uznać, że będą miały zastosowanie regulacje dotyczące danych biometrycznych. Wobec tego sama forma eksploatacji wizerunku nie będąca rozpowszechnieniem będzie stanowić przetwarzanie danych osobowych zgodnie z art. 4 pkt 2 RODO. Takie przetwarzanie będzie miało miejsce, gdy dane osobowe zostały utwalone i wykorzystane, ale nie zostały jednocześnie rozpowszechnione (Widło, 2025, s. 216).

W doktrynie przyjmuje się, że ujawnienie oznacza uczynienie określonych informacji jawnymi, czyli poznanie przez inne osoby informacji, których do tej pory nie znały. Ujawnienie musi być skutkiem działania osoby przetwarzającej dane (Chomiczewski, 2018, s. 196). Za przykład takiego ujawnienia danych, nie będącego jednocześnie rozpowszechnieniem wizerunku, można uznać wysłanie np. mailem zdjęcia pracownika, ściśle oznaczonym adresatom, bez dalszego jego publicznego rozpowszechniania (Widło, 2025, s. 223).

Jednocześnie należy podkreślić, że wyjątek dotyczący zakresu przetwarzania danych został określony w art. 2 ust. 2 lit. c) RODO, zgodnie z którym rozporządzenie nie ma zastosowania do przetwarzania danych osobowych przez osobę fizyczną w ramach czynności o czysto osobistym lub domowym charakterze. W motywie 18 preambuły doprecyzowano, że chodzi o czynności bez związku z działalnością zawodową lub handlową. Działalność osobista lub domowa może między innymi polegać na korespondencji i przechowywaniu adresów, podtrzymywaniu więzi społecznych oraz działalności internetowej podejmowanej w ramach takiej działalności. Wobec tego wykorzystywanie wizerunku na portalach społecznościowych, domowych stronach internetowych pozostaje poza zakresem działania RODO (Fajgielski, 2018, art. 4, notka 7).

Przyjęcie, że wizerunek stanowi dane osobowe, którego przetwarzanie następuje na podstawie unormowań RODO powoduje, że na administratorze spoczywa kilka obowiązków. Przede wszystkim na etapie pozyskiwania danych niezbędne jest, m.in. wskazanie podstawy i celu przetwarzania danych (art. 5 i 6 RODO), wykonanie obowiązku informacyjnego (odpowiednio zgodnie z art. 13 i 14 RODO), odpowiednie zabezpieczenie tych danych (art. 24 i 32 i n. RODO) oraz prowadzenie rejestru czynności i przetwarzania tych danych (art. 30 RODO).

W tym kontekście należy odpowiedzieć na pytanie, jak kształtują się różnice i zależności zachodzące między regulacjami zawartymi w kodeksie cywilnym i prawie autorskim a regulacjami RODO? Czy zgoda na rozpowszechnianie wizerunku jest tożsama z zgodą na przetwarzanie wizerunku jako danych osobowych na podstawie RODO? Jeśli nie, czy może ona znajdować się w tej samej umowie zawieranej z pracownikiem?

Zgodnie z przeprowadzonymi wcześniej rozważaniami dotyczącymi wyrażenia zgody na rozpowszechnianie wizerunku w rozumieniu prawa autorskiego należy wskazać, że zgoda ta powinna być jednoznaczna, wyrażona i nie może być nieograniczona w czasie. Niezależnie od przyjętego stanowiska dotyczącego jej charakteru, podkreślić należy, że taka zgoda może być częścią umowy o pracę. Korzystanie z wizerunku pracownika powinno bowiem odbywać się z poszanowaniem jego praw, zgodnie z art. 11¹ k.p. oraz art. 23 i 24 k.c. Pracodawca jest zobowiązany do zaakceptowania niewyrażenia zgody przez pracownika na rozpowszechnianie wizerunku, nawet gdy odmowa może się wydawać irracjonalna i sprzeczna z interesami pracodawcy (Spytek-Bandurska, 2017, Legalis). Istotne z perspektywy prawa autorskiego jest to, czy wizerunek pracownika zostanie utrwalony czy rozpowszechniony. Samo bowiem utrwalenie wizerunku pracownika bez późniejszego jego rozpowszechnienia nie wymaga uzyskania zgody od pracownika. Rozpowszechnieniem nie będzie wobec tego, monitorowanie pracownika kamerą i utrwalanie jego wizerunku w celu kontroli (Ferenc-Szydełko, 2021, kom. do art. 81 nb. 43). Jednak w przypadku, gdy wizerunek pracownika zarejestrowano w ramach szkolenia BHP, słusznie wskazuje się w doktrynie, że dalsze korzystanie z takiego nagrania w celach szkoleniowych jest rozpowszechnianiem wizerunku pracownika i wymaga udzielania przez niego odrębnej zgody na taką czynność (Rycak, 2022, s. 627–628).

Podstawą do uzyskania zgody będzie art. 6 ust. 1 lit. a RODO, zgodnie z którym przetwarzanie jest zgodne z prawem, gdy osoba, której dane dotyczą wyraziła zgodę na przetwarzanie swoich danych osobowych w jednym lub większej liczbie określonych celów. Już tak ujęty zakres jednoznacznie wskazuje, że zgoda na rozpowszechnianie wizerunku na podstawie regulacji prawa autorskiego nie jest tożsamym oświadczeniem ze zgodą określoną w RODO, wobec tego nie powinna być składana w tym samym oświadczeniu (Widło, 2025, s. 223). Ponadto zgoda na podstawie RODO powinna być wyodrębniona w taki sposób, aby można było ją odróżnić od

pozostałej treści (Widło, 2025, s. 224), np. innych postanowień umowy o pracę i/lub zgody na rozpowszechnianie wizerunku¹. Zgoda nie może też być wyrażona w postaci oznaczenia „tak” w formularzu (Litwiński, 2021a, nb. 26). Obie te zgody (stosownie do art. 4 pkt 11 RODO i art. 81 prawa autorskiego) powinny być dobrowolne, jednoznaczne i określać dokładnie sposób udostępniania lub rozpowszechniania wizerunku. Jednakże w przypadku regulacji zawartych w RODO zgoda powinna być udzielona w takiej formie, która pozwala uwzględnić rozliczalność danych (art. 7 ust. 1 RODO). Przemawia to za formą pisemną wyrażenia takiej zgody, aby w toku ewentualnego postępowania spornego w sposób jednoznaczny móc określić podstawę, zakres i sposób przetwarzania wizerunku pracownika, zgodnie z wymaganiami zasady rozliczalności danych (art. 5 ust. 2 RODO). Za zasadne należy uznać stanowisko, że zgoda na przetwarzanie wizerunku powinna być udzielna oddzielnie w oderwaniu od np. zawarcia umowy o pracę czy udzielania zgody na rozpowszechnianie wizerunku (Fajgielski, 2018, s. 165).

W myśl motywu 42 preambuły RODO wyrażenia zgody nie należy uznawać za dobrowolne, jeżeli osoba, której dane dotyczą, nie ma rzeczywistego lub wolnego wyboru oraz nie może odmówić ani wycofać zgody bez niekorzystnych konsekwencji. Ponadto motyw 43 preambuły RODO określa, że aby zapewnić dobrowolność, zgoda nie powinna stanowić ważnej podstawy prawnej przetwarzania danych osobowych w szczególnej sytuacji, w której istnieje wyraźny brak równowagi między osobą, której dane dotyczą, a administratorem, w szczególności gdy administrator jest organem publicznym i dlatego jest mało prawdopodobne, by w tej konkretnej sytuacji zgodę wyrażono dobrowolnie. Zgody nie uważa się za dobrowolną, jeżeli nie można jej wyrazić z osobna na różne operacje przetwarzania danych osobowych, mimo że w danym przypadku byłoby to stosowne, lub jeżeli od zgody uzależnione jest wykonanie umowy – w tym świadczenie usługi – mimo że do jej wykonania zgoda nie jest niezbędna. Odzwierciedleniem tego jest również treść art. 7 ust. 4 RODO. Wobec tego, analogicznie do unormowań prawa autorskiego, zgoda powinna być konkretna i jednoznaczna oraz wiązać się z dokładnym zakresem, w którym dokonuje się przetwarzania danych. Takie przetwarzanie również musi być celowe i świadome, w konsekwencji niezbędne jest umieszczenie klauzuli informacyjnej (Fajgielski, 2022, s. 138 i n.). W odróżnieniu zaś od zgody dotyczącej rozpowszechniania wizerunku na podstawie prawa autorskiego zgoda na przetwarzania danych osobowych nie może stanowić też części wzorca umownego (wyrok NSA z 4 kwietnia 2003 r., II SA 2135/02; Widło, 2025, s. 220).

Zauważyć należy również, że relacje między pracownikiem a pracodawcą podlegać mogą pewnym szczególnym regulacjom. Zgodnie bowiem z motywem 43 preambuły RODO zgoda nie powinna stanowić ważnej podstawy prawnej przetwarzania danych osobowych w szczególnej sytuacji, w której istnieje wyraźny brak równowagi między osobą, której dane dotyczą. Taki

brak równowagi może pojawić się między pracodawcą a pracownikiem i wpływać na dobrowolność udzielanej przez niego zgody na przetwarzanie jego danych, w tym wizerunku. Takie uwagi były zgłaszane już podczas projektowania RODO², jak również po sformułowaniu takiego przepisu³. Podnoszono, że zgoda pracownika w tym kontekście może nie być dobrowolna, bowiem wiąże się z jego stanem emocjonalnym i pewną presją o charakterze psychicznym, społecznym i/lub emocjonalnym, która może być na niego wywierana (wyrok NSA z 1 grudnia 2009 r., I OSK 249/09). Ostatecznie w motywie 155 dopuszczono możliwość uchwalenia przez państwa członkowskie lub wprowadzenia w porozumieniach zbiorowych przepisów szczegółowych o przetwarzaniu danych osobowych pracowników w związku z zatrudnieniem, w szczególności określenie warunków, na podstawie których dane osobowe w związku z zatrudnieniem można będzie przetwarzać za zgodą pracownika do celów procedury rekrutacyjnej, wykonywania umowy o pracę, w tym wykonywania obowiązków określonych w tych przepisach, a także dla celów zarządzania, planowania i organizacji pracy, równości i różnorodności w miejscu pracy, bezpieczeństwa i higieny pracy oraz do celów indywidualnego lub zbiorowego wykonywania praw i korzystania ze świadczeń związanych z zatrudnieniem, a także do celów zakończenia stosunku pracy (por. art. 88 RODO). W wyniku tego znówelizowano art. 22¹ k.p. oraz dodano art. 22^{1a}–art. 22^{1b} k.p. które eksponują warunek dobrowolności wyrażenia zgody w zakresie przetwarzania danych osobowych pracownika. W tym jednak ujęciu przepisy te nadal pozostają niejednoznaczne (imię/imiiona i nazwisko; datę urodzenia; dane kontaktowe wskazane przez taką osobę; wykształcenie; kwalifikacje zawodowe; przebieg dotychczasowego zatrudnienia). Wydaje się, że należy odnieść się tutaj do podstawowych zasad wykładni oświadczenia woli zawartych w przepisach kodeksu cywilnego i ponownie, jak w przypadku oświadczenia woli złożonego w kontekście rozpowszechniania wizerunku podkreślić należy, że musi to być oświadczenie dobrowolne, zaś zgoda na przetwarzanie musi wynikać z ściśle określonych postanowień i wiązać się ze ściśle określonym zakresem wykorzystywania wizerunku (Sakowska-Baryłka, 2018, nb. 106). Odmienne stanowisko zajmuje J. Szczotka, który uważa, że udzielenie zezwolenia na rozpowszechnianie wizerunku stanowi jednoczesną zgodę na przetwarzanie tego dobra jako identyfikatora z zakresu danych osobowych (art. 4 pkt 11 RODO – „wyrażenie działania potwierdzające”), „jednakże jedynie w zakresie tych czynności rozpowszechniania, które mieszczą się w pojęciu przetwarzania” (s. 608). Wprawdzie w dalszych rozważaniach autor zauważa możliwość innego stanowiska, jednak wydaje się, że niesłusznie utożsamia rozpowszechnianie z przetwarzaniem danych osobowych.

Podobnie jak przy oświadczeniu woli dotyczącym zgody na rozpowszechnianie wizerunku, zgoda na przetwarzanie danych osobowych powinna być możliwa do odwołania na każdym etapie przetwarzania danych. Jed-

nakże w odróżnieniu od zgody na rozpowszechnianie wizerunku, nie można zgody na przetwarzanie danych osobowych obwarować karą umowną (jak w przypadku praw autorskich), bowiem byłoby to niezgodne z uormowaniami RODO i mogłoby stanowić podstawę do nierównego traktowania pracownika. Wprowadzenie kary umownej mogłoby również wpłynąć na dobrowolność składanego oświadczenia, wobec tego godzić w podstawowe zasady określone w RODO.

Wobec powyższego pracodawca będzie musiał uzyskać zgodę na przetwarzanie danych również w przypadkach, gdy wizerunek będzie rozpowszechniany na podstawie przepisów prawa autorskiego i cywilnego, ale bez uzyskania uprzedniej zgody (art. 81 ust. 1 zd. 2 oraz art. 81 ust. 2 prawa autorskiego). Dotyczy to sytuacji, gdy osoba, której wizerunek został rozpowszechniony, otrzymała umówioną zapłatę za pozowanie. Ponownie zauważyć należy, że zapłata musi być związana z rozpowszechnianiem wizerunku, a nie stanowić np. premii z tytułu występowania na gali firmowej i/lub dokonywaniem innych czynności związanych ze stosunkiem pracy. Ma to miejsce również wówczas, gdy osoba jest powszechnie znana, a wizerunek został wykonany w związku z pełnieniem przez nią funkcji publicznych. Ponadto zezwolenia nie wymaga rozpowszechnianie wizerunku osoby stanowiącej jedynie szczegół całości takiej jak zgromadzenie, krajobraz, publiczna impreza (np. zdjęcia z imprez firmowych, z których bez uszczerbku dla zdjęcia można usunąć jedną z osób).

Kontrowersje wzbudza natomiast umieszczanie zdjęcia wraz z wizerunkiem na identyfikatorach oraz w korespondencji wewnętrznej i zewnętrznej. Działanie takie, co do zasady, wymaga zgody osoby, której wizerunek będzie przetwarzany, bowiem stanowi on dane osobowe. Wyjątek stanowi jednak sytuacja określona w art. 6 ust. 1 lit b i f RODO. Zgodnie z art. 6 ust. 1 lit b przetwarzanie jest zgodne z prawem, gdy jest niezbędne do wykonania umowy, której stroną jest podmiot danych lub do podjęcia działań na żądanie osoby, której dane dotyczą, przed zawarciem umowy, przykładowo umowy o pracę (Szczotka, 2024, s. 607). W doktrynie jednak brak jednolitego poglądu, czy pracodawca może powoływać się tę przesłankę w zakresie przetwarzania danych osobowych, niektórzy bowiem wskazują, że właściwe będzie tu powołanie się na art. 6 ust 1 lit c RODO, zgodnie z którym przetwarzanie jest niezbędne do wypełnienia obowiązku prawnego ciążącego na administratorze wynikającego z umowy o pracę (Litwiński, 2021a, nb. 36). Jednakże można zauważyć, że tak sformułowany wyjątek powoduje, że pracodawca nie musi uzyskiwać zgody pracownika na przetwarzanie jego zdjęcia na podstawie RODO. Zgoda nie jest również wymagana na podstawie prawa autorskiego, jeżeli zdjęcie takie nie zostanie rozpowszechnione, czyli np. umieszczone na stronie internetowej i/lub w korespondencji zewnętrznej.

Zgodnie zaś z art. 6 ust 1 lit f RODO przetwarzanie jest zgodne z prawem, gdy jest ono niezbędne do celów wynikających z prawnie uzasadnionych interesów realizowanych przez administratora lub przez stronę trzecią, z wyjątkiem sytuacji, w których nadrzędny charakter wo-

bec tych interesów mają interesy lub podstawowe prawa i wolności osoby, której dane dotyczą, wymagające ochrony danych osobowych, w szczególności gdy osoba, której dane dotyczą, jest dzieckiem. Na wskazaną wyżej podstawę określoną w art. 6 ust. 1 lit. f RODO można powołać się w przypadku możliwości zamieszczania wizerunku pracownika na identyfikatorach. Zgodnie z opinią z 5 marca 2008 r.⁴ możliwość używania w taki sposób wizerunku pracownika musi bezpośrednio wynikać z regulacji prawnej, np. regulaminu pracy bądź układu zbiorowego pracy, w którym określa się zasady m.in. przebywania w zakładzie pracy. Wówczas jest wymagana zgoda pracownika dotycząca zarówno możliwości rozpowszechniania jego wizerunku, jak również przetwarzania wizerunku przez pracodawcę (Zieliński, 2021, s. 191 i n.). Zgoda taka powinna być złożona w dwóch niezależnych oświadczeniach. Odmienne stanowisko wyraża G. Pacek, który uznaje „takie podejście za zbyt radykalne, niezyciowe i nielogiczne, w braku jednak wyraźnych instrumentów przyznanych przez przepisy prawa autorskiego czy Kodeksu pracy, w wielu przypadkach ewentualne roszczenia pracowników należałoby oddalić jako oczywiste nadużycie praw podmiotowych (zwłaszcza tam, gdzie umieszczenie takiego wizerunku byłoby konieczne – np. dla pracowników ochrony, ale też w znacznej mierze osób odpowiedzialnych za marketing, kontakty z klientami, etc.” (Pacek, 2019, nb. 16). W przypadku braku zgody alternatywą pozostaje powołanie się pracodawcy na art. 6 ust. 1 lit. f RODO, dotyczący możliwości przetwarzania takich danych, gdy jest ono niezbędne do celów wynikających z prawnie uzasadnionych interesów realizowanych przez administratora, takich jak np. bezpieczeństwo w miejscu wykonywania pracy czy na terenie siedziby pracodawcy.

Powołanie się na art. 6 ust. 1 lit. f RODO może być również uzasadnione w przypadku rozsyłania zdjęcia pracownika w procesie tzw. *onboarding'u*. Wtedy też może dochodzić do rozpowszechniania zdjęć pracownika wraz opisem. W takim zakresie również pracodawca powinien otrzymać zgodę od pracownika – moim zdaniem – odrębną na wykorzystywanie zdjęć na identyfikatorze od tej, która związana jest z wysłaniem zdjęcia nowego pracownika w wiadomościach mailowych do innych pracowników. Zgoda ta, w obu przypadkach, powinna być wyraźna, jednoznaczna i ściśle określać sposób wykorzystywania wizerunku pracownika (wyrok SA w Warszawie z 7 maja 2014 r., I ACa 1686/13). W takim zakresie nie będzie dochodziło do rozpowszechniania wizerunku i stosowania przepisów prawa autorskiego, gdyż zdjęcie jest wysyłane do ściśle określonego i zamkniętego kręgu pracowników. Analogicznie należy uznać w przypadku wykorzystywania zdjęć pracowników do komunikacji wewnętrznej. W wielu bowiem organizacjach w korespondencji mailowej pojawia się ikona ze zdjęciem pracownika. W tym również przypadku, podobnie do *onboarding'u*, niezbędna jest zgoda pracownika. Również w takim przypadku nie dochodzi do rozpowszechniania wizerunku, gdyż jest on wykorzystywany do korespondencji wewnętrznej⁵.

Przeprowadzone rozważania prowadzą do następujących wniosków. Po pierwsze zgoda na rozpowszechnianie wizerunku na podstawie prawa autorskiego nie jest tożsama ze zgodą na przetwarzanie danych osobowych w postaci wizerunku. Są to oddzielne oświadczenia woli, których zakres jest odmienny. Zgoda na rozpowszechnianie wizerunku powinna być wyraźna, jednoznaczna i ściśle określona, analogicznie jak ta dotycząca przetwarzania danych. Jednakże zakres, w jakim uzyskuje się zgodę na przetwarzanie danych, jest szerszy. Nie każde bowiem przetwarzanie wizerunku musi wiązać się z rozpowszechnieniem wizerunku, np. wysłanie korespondencji wewnątrzfirmowej, związanej z przetwarzaniem danych nie będzie stanowiło rozpowszechniania w myśl prawa autorskiego. Odrębną kwestią jest to, że w relacjach pracownik-pracodawca zgoda na przetwarzanie danych powinna być dobrowolna oraz nie związana z żadnym emocjonalnym bądź innym wpływem ze strony pracodawcy. Wobec tego, że strony takiego stosunku nie są równe, należy każdorazowo dokonywać wnikliwej oceny okoliczności stanowiących podstawę udzielonej przez pracownika zgody. Wszelkich okolicznościach dotyczących wyrażenia zgody, która powinna być udzielona oddzielnie od innych oświadczeń. Zasadne wydaje się w takim wypadku zachowanie formy pisemnej, gdyż ta umożliwia zapoznanie się z treścią złożonego oświadczenia i ogranicza wątpliwości co do zakresu udzielonej zgody. Analogicznie jak w przypadku udzielania zgody na rozpowszechnianie wizerunku, zgoda na przetwarzanie danych powinna, ze względu na charakter dobra, jakim jest wizerunek, odwoływalna w każdym czasie. Jednakże zgoda na przetwarzanie danych nie może być objęta klauzulami umownymi dotyczącymi konsekwencji cofnięcia udzielonej zgody. Ze względu na art. 7 oraz treść motywów 42 i 43 preambuły RODO, takie postanowienia godziłyby w podstawowe założenia RODO i powodowałyby nierówność stron w relacjach dotyczących przetwarzania danych.

Rozpowszechnianie wizerunku pracownika po ustaniu stosunku pracy

Obecnie, często dochodzi do sytuacji, w której wizerunek pracownika jest rozpowszechniany po ustaniu stosunku pracy. Nadal bowiem figuruje na stronie internetowej pracodawcy, bądź jest wykorzystywane promujące przedsiębiorstwo nagranie z utrwalonym wizerunkiem byłego już pracownika. Wobec tego oczywiste jest, że rozpowszechnianie wizerunku pracownika bez jego uprzedniej zgody na bilbordach i reklamach będzie naruszeniem prawa do wizerunku byłego pracownika (Pacek, 2019, nb. 16; wyrok SR w Szczecinie z 15 października 2018 r., IX P 311/15).

W odniesieniu do wykorzystania wizerunku pracownika po ustaniu stosunku pracy należy wyodrębnić trzy sytuacje, a mianowicie ustanie stosunku pracy, cofnięcie zgody na rozpowszechnienie wizerunku przez pracodawcę oraz cofnięcie zgody na przetwarzanie danych w tym wizerunku przez pracodawcę (administratora).

Sytuacje te nie są tożsame i nie można stwierdzić, że wraz z ustaniem stosunku pracy pracodawca przestaje mieć możliwość rozpowszechniania i przetwarzania wizerunku pracownika. W celu skutecznego cofnięcia zgody na rozpowszechnienie wizerunku, pracownik, wraz z rozwiązaniem umowy o pracę, powinien jednocześnie złożyć oświadczenie, w którym cofa zgodę na rozpowszechnianie wizerunku przez pracodawcę.

W przypadku zaś gdy zgoda na rozpowszechnianie wizerunku została zawarta w formie oddzielnej umowy, należy również złożyć oświadczenie o cofnięciu takiej zgody. Powtórzyć należy, że zastrzeżenie kary umownej na wypadek zabezpieczenia zobowiązania do nieodwoływania zezwolenia na rozpowszechnianie wizerunku można uznać za konstrukcję służącą obejściu prawa (Pązik, 2021, nb. 21) lub możliwą jedynie w ściśle określonych przypadkach (Traple, 2007, s. 832; Balcarczyk, 2009, s. 309 i 310; Grzeszak, 2017, s. 813 i 814; Zieliński, 2021, s. 191). Wobec tego, od momentu cofnięcia zgody na wykorzystanie wizerunku, która była skuteczna, dalsze wykorzystanie wizerunku przez osobę, wobec której zgodę cofnięto, nabiera charakteru działania bezprawnego. Zgoda na utrwalanie i rozpowszechnianie wizerunku ma charakter odwoływalny, szczególnie w takich warunkach, kiedy sposób wykorzystywania wizerunku narusza dobra osobiste osoby, której wizerunek utrwalono i tak właśnie, w sposób je naruszający rozpowszechniono, a ona nie przewidywała, udzielając zgody, konsekwencji, które o nim stanowią (wyrok SA w Krakowie z 29 czerwca 2018 r., I ACa 1515/17).

Podkreślić należy, że komercyjne rozpowszechnianie wizerunku po wygaśnięciu umowy, w tym umowy o pracę, rodzi zobowiązanie z bezpodstawnego wzbogacenia. Rozpowszechnienie wizerunku osoby bez jej zgody może stać się podstawą do dochodzenia przez osobę, której wizerunek został wykorzystany, roszczenia o wydanie przez naruszcyciela uzyskanej z tego tytułu korzyści (art. 405, 414 k.c.), jak również o zrekompensowanie uszczerbku w postaci utraconych korzyści (art. 361 k.c.). Takimi utraconymi korzyściami może być utracone wynagrodzenie od innego podmiotu (pracodawcy), który nie zawarł umowy z pracownikiem lub brakiem możliwości zawarcia innej umowy, w której przykładowo mógłby być wykorzystywany i rozpowszechniany wizerunek byłego pracownika. Wyczerpywać to może również znamiona czynu niedozwolonego – bowiem rozpowszechnianie wizerunku bez zgody osoby, której wizerunek rozpowszechniono jest bezprawne, zawinione i prowadzi do uszczerbku w majątku poszkodowanego. Podstawą takiego roszczenia nie może być jednak art. 471 k.c., bowiem między stronami – pracodawcą a byłym pracownikiem nie ma już stosunku prawnego – więzi obligacyjnej. Wobec tego niezasadne będzie wskazywanie na niewłaściwe wykonanie umowy (wyrok SN z 16 grudnia 2020 r., I CSK 790/18).

Podstawą, na którą można powołać się w przypadku wykorzystywania wizerunku pracownika po wygaśnięciu umowy o pracę i jednoczesnym cofnięciu zgody na jego rozpowszechnianie, może być art. 24 k.c., zgodnie z któ-

rym ten, czyje dobro osobiste zostaje zagrożone cudzym działaniem, może żądać zaniechania tego działania, chyba że nie jest ono bezprawne. Według dominującego w literaturze stanowiska, bezprawność zachowania podmiotu naruszającego dobra osobiste jest pojmowana szeroko, bowiem chodzi tu o zachowanie sprzeczne „z szeroko rozumianym porządkiem prawnym, a więc z normami prawnymi lub regułami postępowania wynikającymi z zasad współżycia społecznego” (Pazdan, 2012, s. 1272). W kontekście jednak wycofania zgody na rozpowszechnienie wizerunku, przy braku respektowania tego przez pracodawcę, można mówić o bezprawności przez zaniechanie podmiotu, który powinien dokonać określonych działań, a których nie dokonał. Pomimo tego, że taka interpretacja odbiega od literalnej treści art. 24 k.c. i wzbudza pewne wątpliwości, w tym zakresie należy jednak stanąć na stanowisku, że brak podjęcia działania będzie traktowany jako naruszający dobra osobiste (Romańska, 2020, s. 233). Za takim stanowiskiem opowiada się również Sąd Najwyższy (wyrok SN z 6 września 2022 r., II CSKP 466/22). W tym miejscu podkreślić należy, że przy badaniu, czy pracodawca dopuścił się naruszenia wizerunku lub innych dóbr osobistych uwzględnia się nie tylko subiektywne podejście pracownika żądającego ochrony prawnej, ale przede wszystkim obiektywną reakcję społeczeństwa (por. wyrok SN z 16 stycznia 1976 r., II CR 692/75).

Odmiernym zagadnieniem jest cofnięcie zgody na przetwarzanie danych. Zgoda taka może zostać złożona na każdym etapie, również po rozwiązaniu umowy o pracę. Ponadto, zgodnie z art. 7 ust. 3 RODO, wycofanie zgody musi być równie łatwe, jak jej wyrażenie (Litwiński, 2021b, nb. 7 i n.). Odmienne niż w przypadku zgody na rozpowszechnianie wizerunku sytuacja taka będzie obejmować zarówno przypadki rozpowszechniania wizerunku, jak również samego przetwarzania, tj. np. wykorzystanie wizerunku w korespondencji wewnętrznej. Podobnie w przypadku nagrania, które będzie pokazywane jako treningowe wewnątrz zakładu pracy w którym wykorzystano wizerunek byłego już pracownika.

Wobec tego pracownik, którego wizerunek bezprawnie wykorzystano, może żądać ochrony nie tylko na podstawie przepisów prawa cywilnego, ale również na podstawie regulacji RODO. W tym kontekście zasadnym wydaje się oparcie ochrony na podstawie art. 17 ust. 1 lit. b w zw. z art. 82 RODO, umożliwiających dochodzenie roszczenia o odszkodowanie w związku z brakiem niezwłocznego usunięcia danych osoby, która cofnęła zgodę, na której opierała się możliwość przetwarzania danych. Dotyczy to sytuacji, gdy pracownik udzielił zgody na przetwarzanie danych, która została cofnięta wraz z ustaniem stosunku pracy. Zgodnie z motywem 146 RODO pojęcie szkody należy interpretować szeroko i niezależnie od innych regulacji krajowych. Osoba, której dane zostały naruszone, powinna uzyskać pełne i skuteczne odszkodowanie za poniesioną szkodę. Zgoda bowiem na rozpowszechnianie wizerunku może być cofnięta w każdym czasie, jak również na podstawie art. 7

ust. 3 RODO osoba, której wizerunek dotyczy, ma prawo w dowolnym momencie wycofać zgodę lub zgodnie z art. 21 ust. 1 RODO wnieść sprzeciw wobec przetwarzania jej danych. Sprawę taką rozpatrywał LGD – Landesarbeitsgericht (Krajowy Sąd Pracy) 27 lipca 2023 r. (LGD Baden-Württemberg, wyrok z 27 lipca 2023 r., 3 Sa 33/22), w której powód dochodził odszkodowania niemajątkowego z tytułu wykorzystania nagrań wideo i fotograficznych z jego wizerunkiem po ustaniu stosunku pracy. Powód był zatrudniony przez pozwanego, gdzie prowadził specjalistyczne szkolenia, zarówno dla pracowników wewnętrznych, jak i zewnętrznych. W trakcie trwania stosunku pracy pozwany za zgodą powoda zlecił powodowi wykonanie licznych zdjęć „w pracy” oraz nakręcenie około czterominutowego filmu reklamowego, który następnie został wykorzystany w celach promocyjnych w Internecie. Po odejściu powoda z pracy zdjęcia i nagrania wideo były nadal wykorzystywane przez pozwanego. Powód wysłał kilka wiadomości żądając usunięcia spornych zdjęć. Pozwany w pełni zastosował się do podniesionego żądania usunięcia dopiero w lutym 2020 roku. Arbeitsgericht (sąd pracy) przyznał powodowi odszkodowanie w wysokości 3000 euro. Po rozpoznaniu apelacji powoda Landesarbeitsgericht (Krajowy Sąd Pracy) przyznał mu nie tylko 3 000 euro, ale 10 000 euro odszkodowania za nieuprawnione wykorzystanie odnoszących się do niego obrazów w nagraniach wideo i fotograficznych, powołując się na naruszenie art. 17 ust. 1 w związku z art. 82 RODO. W uzasadnieniu podkreślono, że doszło do naruszenia dóbr osobistych, nawet jeśli początkowo powód zgodził się na tworzenie zdjęć i filmów, które były wykorzystywane do promocji, to w momencie zmiany pracy i „przejścia do konkurencji” dawny pracodawca nie powinien wykorzystywać i rozpowszechniać wizerunku bez zgody byłego pracownika. Jednakże pozwany nie usunął przedmiotowych zdjęć i nagrań wideo ani z własnej inicjatywy, ani po wielokrotnych naleganiach powoda. Uczynił to dopiero całkowicie w lutym 2020 r., ponad 9 miesięcy po odejściu powoda z pracy i wielokrotnym ponawianiu przez niego żądań.

Należy jednak zauważyć, że w odniesieniu do wycofania zgody problematyczne pozostaje to, w jaki sposób traktować wizerunek kwalifikowany jako dane biometryczne. Zgodnie bowiem z art. 4 pkt 14 RODO dane biometryczne oznaczają dane osobowe, które wynikają ze specjalnego przetwarzania technicznego, dotyczą cech fizycznych, fizjologicznych lub behawioralnych osoby fizycznej oraz umożliwiają lub potwierdzają jednoznacznie identyfikację tej osoby, takie jak wizerunek twarzy lub dane daktyloskopijne; takimi danymi bez wątpienia jest wizerunek. Jednakże nie chodzi o wizerunek jako dobro osobiste. Wizerunek osoby fizycznej będzie jej daną biometryczną tylko wtedy, gdy zgodnie z art. 4 RODO dzięki specjalnym technikom przetwarzania będzie umożliwiał identyfikację osoby lub potwierdzenie jej tożsamości⁶. Wobec tego nie wystarczy, że pracodawca będzie wiedział, do kogo należy konkretny wizerunek, ponieważ możliwość identyfikacji musi wynikać

z technologii przetwarzania wizerunku. Samo więc wykonanie zdjęcia i umieszczenie go w katalogu danych osobowych nie będzie równoważne z ich przetwarzaniem (Litwiński, 2021, nb. 139). Art. 17 RODO wyraża uprawnienie podmiotu, którego dane zostały wykorzystane, do żądania od administratora niezwłocznego usunięcia dotyczących go danych osobowych, któremu odpowiada obowiązek administratora usunięcia tych danych bez zbędnej zwłoki (prawo do bycia zapomnianym). Jednocześnie jeżeli administrator upublicznił dane osobowe, to – biorąc pod uwagę dostępną technologię i koszt realizacji – podejmuje rozsądne działania, w tym środki techniczne, by poinformować administratorów przetwarzających te dane osobowe, że osoba, której dane dotyczą, żąda by administratorzy ci usunęli wszelkie łącza do tych danych, kopie tych danych osobowych lub ich replikacje. Wyjątek od tych reguł został określony art. 17 ust. 3 RODO, zgodnie z którym nie mają one zastosowania w zakresie, w jakim przetwarzanie jest niezbędne z uwagi na względy interesu publicznego w dziedzinie zdrowia publicznego zgodnie z art. 9 ust. 2 lit. h, i oraz art. 9 ust. 3 RODO.

W przypadku prawa do bycia zapomnianym należy jednak stanąć na stanowisku, że wizerunek, co do zasady, będzie miał charakter danych zwykłych, stąd dopuszczalność ich przetwarzania należy oceniać na podstawie art. 6 RODO (Litwiński, 2021c, nb. 13). Jak słusznie podkreśla się w doktrynie, prawo do bycia zapomnianym nie przysługuje, jeżeli przetwarzanie danych jest niezbędne do wywiązania się z prawnego obowiązku wymagającego przetwarzania na mocy prawa Unii lub prawa państwa członkowskiego, któremu podlega administrator, lub do wykonania zadania realizowanego w interesie publicznym lub w ramach sprawowania władzy publicznej powierzonej administratorowi. W konsekwencji z prawa do bycia zapomnianym nie będzie mógł skorzystać pracownik w sytuacji, w których przepisy prawa nakazują przechowywanie danych osobowych przez określony czas, m.in. dla realizacji stosunku pracy, ze względów podatkowych i in. (Litwiński, 2021d, nb. 24). Nie dotyczy to sytuacji, w których wizerunek pracownika został wykorzystany na stronie internetowej czy w materiale stanowiącym reklamę konkretnego pracodawcy.

Wnioski

Rozpowszechnianie i przetwarzanie (udostępnianie) wizerunku na podstawie regulacji prawa prywatnego (kodeksu cywilnego i prawa autorskiego) i RODO nie są tożsame. W szczególności wobec tego, że przepisy prawa autorskiego wymagają, co do zasady, uzyskania zgody od osoby, której wizerunek zostaje rozpowszechniony. Wyjątek stanowi sytuacja uzyskania zapłaty za pozowanie, rozpowszechniania wizerunku osoby powszechnie znanej, jeżeli wizerunek wykonano w związku z pełnieniem przez nią funkcji publicznych oraz udostępniania wizerunku osoby stanowiącej jedynie szczegół całości, takiej jak zgromadzenie, krajobraz, publiczna impreza. W przypadku zaś przepisów RODO punkt ciężkości nie dotyczy rozpoznawalności osoby, ale udostępniania

i przetwarzania wizerunku; wizerunek chroniony jest w kontekście jego udostępniania. Te dwa różne systemy – prawo publiczne i prywatne pełnią różne funkcje i wzajemnie się uzupełniają (Szczotka, 2024, s. 593). W wielu przypadkach zgoda pracownika zezwalająca na przetwarzanie jego danych (w tym wizerunku) nie będzie jednocześnie zgodą na rozpowszechnianie. Zgody te powinny być wyrażone w oddzielnych oświadczeniach woli. Nie są one tożsame i w przypadku naruszenia inna będzie podstawa dochodzenia roszczeń.

Zgoda na rozpowszechnianie i zakres oraz sposób przetwarzania wizerunku powinien być doprecyzowany. Po ustaniu stosunku pracy – niezależnie od podstawy jego ustania – nie dochodzi automatycznie do cofnięcia zgód udzielonych przez pracownika. Pracownik, jeśli nie życzy sobie, aby jego wizerunek dalej był rozpowszechniany lub przetwarzany, powinien złożyć stosowne oświadczenie. Przychylić należy się bowiem do stanowiska, że ze względu na charakter dobra osobistego, jakim jest wizerunek, w obu przypadkach, zgoda może być cofnięta w każdym czasie. Nie można również wprowadzać ograniczeń umownych związanych z brakiem możliwości cofnięcia zgody, takie bowiem postanowienia służyć mogą obejściu prawa.

Gdy wizerunek jest komercyjnie rozpowszechniany po ustaniu stosunku pracy może powstać zobowiązanie z tytułu bezpodstawnego wzbogacenia. Rozpowszechnienie wizerunku osoby bez jej zgody może stać się pod-

stawą do dochodzenia przez osobę, której wizerunek został wykorzystywany, roszczenia o wydanie przez naruszciciela uzyskanej z tego tytułu korzyści, jak również o zrekompensowanie uszczerbku w postaci utraconych korzyści. Ponadto wyczerpywać to może znamiona czynu niedozwolonego i można mówić o bezprawności takiego zaniechania usunięcia wizerunku wobec cofnięcia zgody na jego rozpowszechnianie.

W przypadku zaś przetwarzania wizerunku na podstawie RODO po ustaniu stosunku pracy, pracownik pracownik jest uprawniony do cofnięcia zgody na przetwarzanie jego wizerunku. Co do zasady, pracodawca jest odpowiedzialny za usunięcie wszelkich danych, w których pojawia się wizerunek pracownika. Pracownik zaś, którego wizerunek bezprawnie wykorzystano, może żądać ochrony nie tylko na podstawie przepisów prawa cywilnego, ale również na podstawie RODO. W tym kontekście zasadne wydaje się oparcie ochrony na podstawie art. 17 ust. 1 lit. b w związku z art. 82 RODO, umożliwiającą dochodzenie roszczenia o odszkodowanie w związku z brakiem niezwłocznego usunięcia danych osoby, która cofnęła zgodę, na której opierała się możliwość przetwarzania danych. Jednakże cofnięcie takiej zgody nie ma charakteru bezwzględnego. Część bowiem danych, w tym wizerunek, na podstawie art. 17 ust. 3 RODO, nie może zostać usuniętych, bowiem przetwarzanie pewnych danych nawet po wycofaniu zgody pozostaje nadal niezbędne.

Przypisy/Notes

- ¹ https://www.edpb.europa.eu/sites/default/files/files/file1/edpb_guidelines_202005_consent_en.pdf (dostęp: 11 kwietnia 2025 r.).a
- ² Por. [https://www.europarl.europa.eu/RegData/docs_autres_institutions/commission_europeenne/com/2012/0011/COM_COM\(2012\)0011_EN.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/docs_autres_institutions/commission_europeenne/com/2012/0011/COM_COM(2012)0011_EN.pdf)
- ³ Por. <https://archiwum.giodo.gov.pl/pl/1520110/4214>
- ⁴ DOLIS 035 219/07/461/08, Por. https://orka.sejm.gov.pl/BOP_info.nsf/0/43826AB057FD3661C125832E00368D2F/%24File/Poradnik%20dotycz%C3%84%E2%80%A6cy%20zatrudnienia.pdf
- ⁵ Podobnie szerszej refleksji wymaga również wykorzystywanie wizerunku pracownika podczas telekonferencji, zob. Ganczar, Herbet, Kloczkowska, 2023, s. 442 i n.
- ⁶ Odmienne stanowisko wyraża Sieradzka, stwierdzając, że wizerunek to nie dane biometryczne (2020, Legalis).

Bibliografia/References

- Balcarczyk, J. (2009). *Prawo do wizerunku i jego komercjalizacja*. Wolters Kluwer.
- Balcarczyk, J. (2010). Prawo do głosu – zarys problematyki. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelektualnej* (2), 115–126.
- Barta, J., Markiewicz, R. (2002). Wokół prawa do wizerunku. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelektualnej* (2), 11–32.
- Bojarczyk, K. (2019). Komentarz do art. 81. W: W. Machała, R.M. Sarbiński (Red.), *Prawo autorskie i prawa pokrewne. Komentarz*. Wolters Kluwer.
- Chomiczewski, W. (2018). W: E. Bielak-Jomaa, D. Lubasz (Red.), *Ogólne rozporządzenie o ochronie danych. Ustawa o ochronie danych osobowych. Komentarz*. Wolters Kluwer.
- Fajgielski, P. (2018). (2021). *Ogólne rozporządzenie o ochronie danych. Ustawa o ochronie danych osobowych. Komentarz*. Wolters Kluwer.
- Ferenc-Szydelko, E. (2021). Komentarz do art 81. W: E. Ferenc-Szydelko (Red.), *Prawo autorskie, Komentarz*. C.H.Beck.
- Fajgielski, P. (2022). *Ogólne rozporządzenie o ochronie danych. Ustawa o ochronie danych osobowych. Komentarz*, red. P. Fajgielski. Wolters Kluwer.
- Flisak, D. (2018). *Komentarz do wybranych przepisów ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych*, LEX/el.

- Ganczar, M., Herbet, A., Kloczkowska, M. (2023). Prawne uwarunkowania przetwarzania wizerunku pracownika lub członka organu przez pracodawcę na przykładzie wideokonferencji, *Prawo i Więź* 4(46), 435–453. DOI:10.36128/PRIW.VI47.777.
- Gersdorf, M. (2005). Kilka uwag praktycznych o ochronie danych osobowych pracownika, *Praca i Zabezpieczenie Społeczne* (8).
- Grzeszak, T. (2017). Prawo do wizerunku i prawo adresata korespondencji. W: J. Barta (Red.). *System Prawa Prywatnego (seria), t. 13: Prawo autorskie*. C.H.Beck.
- Grzeszak, T. (2013). Wyłączne prawo do wykorzystania wizerunku do celów gospodarczych, czyli kilka wniosków z art. 14 ustawy o sporcie. W: A. Matlak, S. Stanisławska-Kloc (Red.), *Spyt o własność intelektualną. Księga jubileuszowa dedykowana Profesorom Januszowi Barcie i Ryszardowi Markiewiczowi*. Warszawa.
- Grzybowski, S. (1957). *Ochrona dóbr osobistych według przepisów ogólnych prawa cywilnego*. Wydawnictwo Prawnicze.
- Litwiński, P. (2021). Komentarz do art. 4, 6, 7, 9, 17. W: P. Litwiński (Red.), P. Barta, M. Kawecki, Rozporządzenie Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679 z dnia 27 kwietnia 2016 r. w sprawie ochrony osób fizycznych w związku z przetwarzaniem danych osobowych i w sprawie swobodnego przepływu takich danych oraz uchylenia dyrektywy 95/46/we (ogólne rozporządzenie o ochronie danych). Komentarz. C.H.Beck.
- Matlak, A. (2004). Cywilnoprawna ochrona wizerunku, *Kwartalnik Prawa Prywatnego*, 13(2).
- Niewęglowski, A. (2021). *Komentarz do prawa autorskiego*. Wolters Kluwer.
- Okoń, Z. (2009). Charakter prawny umowy licencyjnej. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelektualnej* 3. 31–48.
- Pacek, G. (2019). Komentarz do art 81. W: A. Michalak (Red.), *Prawo autorskie, Komentarz*. C.H.Beck.
- Pazdan, M. (2012). W: M Safjan (Red.). *System Prawa Prywatnego, t. 1, Część ogólna*. C.H.Beck.
- Pązik, A. (2021). Komentarz do art. 81. W: R. Markiewicz (Red.), *Komentarz do ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych*. Wolters Kluwer.
- Radwański, Z. (1988). Koncepcja praw podmiotowych osobistych, *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny* (2).
- Romańska, M. (Red.) (2020). *Dobra osobiste i ich ochrona*. C.H.Beck.
- Rycak, M. (2022). Prawne uwarunkowania wykorzystywania przez pracodawcę utrwalonego wizerunku pracownika. W: K. Rączka, B. Godlewska-Bujok, E. Maniewska, W. Ostaszewski, M. Raczkowski, A. Ziętek-Capiga (Red.), *Miedzy ideowością a pragmatyzmem – tworzenie, wykładnia i stosowanie prawa. Księga jubileuszowa dedykowana Profesor Małgorzacie Gersdorf*. Wolters Kluwer.
- Sakowska-Baryła, M. (2018). Komentarz do art. 4. W: M. Sakowska-Baryła (Red.), *Ogólne rozporządzenie o ochronie danych osobowych. Komentarz*. C.H.Beck.
- Sieńczyło-Chlabicz, J. (2026). *Naruszenie prywatności osób publicznych przez prasę. Analiza cywilnoprawna*. Kantor Wydawniczy Zakamycze.
- Sieradzka, A. (2020). Ochrona wizerunku a naruszenie dóbr osobistych. W: A. Sieradzka, *Monitoring w placówkach medycznych z uwzględnieniem wytycznych Europejskiej Rady Ochrony*. C.H.Beck.
- Sośniak, M. (1959). Znaczenie zgody uprawnionego w zakresie ogólnej odpowiedzialności odszkodowawczej, *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego* (6).
- Spytek-Bandurska, G. (2017). Rola wizerunku pracownika we współczesnym świecie. W: D. Dörre-Nowak (Red.), *Ochrona danych osobowych pracowników w świetle rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) 2016/679* (s. 125–142). C.H.Beck.
- Stefaniuk, K. (1970). Naruszenie prawa do wizerunku przez rozpowszechnianie podobizny, *Państwo i Prawo* (1).
- Szczotka, J. (2024). Wizerunek na skrzyżowaniu dóbr osobistych i danych osobowych – zagadnienia wybrane. W: M. Balcerzak, J. Chlebny, J. Jakub, W.J. Katner (Red.), *Sensum, non verba spectamus. Księga jubileuszowa Profesor Urszuli Promińskiej*, Wolters Kluwer.
- Szpunar, A. (1990). Zgoda uprawnionego w zakresie ochrony dóbr osobistych, *Ruch Prawniczy, Ekonomiczny i Socjologiczny* (1).
- Ślęzak, P. (2017). Komentarz do art. 81. W: P. Ślęzak (Red.). *Prawo autorskie, Komentarz*. C.H.Beck.
- Targosz, T. (2018). Naruszenia dóbr osobistych w Internecie : rewolucja orzecznictwa. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelektualnej* (2). 94–120.
- Traple, E. (2007). Dobra osobiste w reklamie. W: E. Traple (Red.), *Prawo reklamy i promocji*. Wydawnictwo LexisNexis.
- Widło, B. (2025). Prawo ochrony danych osobowych a prywatnoprawna ochrona wizerunku. W: M. Gumularz, P. Kozik (Red.), *Ochrona danych osobowych w marketingu i sprzedaży*. C.H.Beck.
- Wujczyk, M. (2012). *Prawo pracownika do ochrony prywatności*, WKP. Lex/el.
- Zieliński, M.J. (2021). W: K. Baran, M. Gersdorf, K. Rączka (Red.), *System Prawa Pracy. Tom III. Indywidualne prawo pracy. Część szczegółowa*. Wolters Kluwer.
- Żelechowski, Ł. (2010). Zbycie licencji na korzystanie z dóbr własności przemysłowej. *Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego. Prace z Prawa Własności Intelektualnej* (1). 98–126.

Joanna Buchalska, adiunkt w Katedrze Prawa Cywilnego Akademii Leona Koźmińskiego. Jej zainteresowania naukowe obejmują prawo cywilne, prawo własności intelektualnej oraz prawo Unii Europejskiej. Była stypendystką Instytutu Max'a Planck'a ds. Innowacji i Konkurencji w Monachium oraz stażystka w EUIPO. Jest również radcą prawnym.

Joanna Buchalska, assistant professor at the Department of Civil Law at Kozminski University (Poland). Her interests include civil law, intellectual property law and EU law. She was a scholarship holder at the Max Planck Institute for Innovation and Competition in Munich and a trainee at the EUIPO. She is also a barrister.