

PUBLISKAS PERSONAS TIESĪBAS UZ SAVU ATTĒLU PRESES BRĪVĪBAS KONTEKSTĀ

THE RIGHT OF A PUBLIC FIGURE TO ITS IMAGE IN THE CONTEXT OF PRESS FREEDOM

Agris Bitāns, *Mg. iur.*

Latvijas Universitātes Juridiskās fakultātes lektors

Summary

The article is dedicated to the scope of protection of the right of public figure to its own image in conjunction with the freedom of press. Since the approaches to the matter in hand differ not only between US and Europe, but also amongst the EU countries, there is systemic inconsistency regarding the *right of publicity (publicity right)* and the *right to personality (personality right)*.

Latvia needs to introduce appropriate legal term analogical to *publicity right*, which describes the right of an individual be protected against unauthorised use of person's likeness (photo or video) with a commercial or an otherwise public purpose.

Despite the fact that public figures have less protection from press, it is very important to establish proper balance between public interests and private interests, since an individual, even if he or she is a public figure, does not forfeit all the privacy or individual protection.

Atslēgvārdi: privātums, publiska persona, ārējais izskats, personiskās tiesības, aizsardzība

Keywords: privacy, public figure, likeness, personality rights, protection

Ievads

Diskusijas par *paprazzi* darbības ētisko un tiesisko pusi atjaunojas, kad sabiedrība saskata preses pārāk lielo iejaukšanos personu privātajā dzīvē, piemēram, saistībā ar Kembridžas hercogienes, Lielbritānijas prinča Viljama sievas Ketrīnas Midltones (*Catherine, Duchess of Cambridge; Catherine Elizabeth "Kate" Middleton*) fotogrāfiju, kas uzņemtas viņai saūļojoties¹ vai neveiksmīgā

¹ Sk., piem., Itāļu žurnāls tomēr publicējis Ketrīnas atklātos foto. <http://apollo.tvnet.lv/zinas/italu-zurnals-tomer-publicejis-ke-trinas-atklatos-foto/553963> [aplūkots 06.06.2013.]. Itāļu tenku žurnāls izdod speciālizdevumu par Kembridžas hercogienes fotogrāfijām. <http://apollo.tvnet.lv/zinas/italu-tenku-zurnals-izdod-specializdevumu-par-kembridzas-hercogienes-fotografijam/531238> [aplūkots 06.06.2013.]. Francijas tiesa aizliedz jēlkādu Keitas Midltones saūļošanās foto publicēšanu. <http://nra.lv/pasaule/79898-francijas-tiesa-aizliedz-jelkadu-keitas-midltones-saulosanas-foto-publicesanu.htm> [aplūkots 06.06.2013.]. Austrālijas žurnāls publicē Midltones bikini bildes. <http://www.diena.lv/izklaide/izklaide/australijas-zurnals-publice-midltones-bikini-bildes-13994308> [aplūkots 06.06.2013.]. Eksperti: Ielaušanās Midltones privātajā telpā nav ētiska. <http://unity.lv/lv/news/711514/> [aplūkots 06.06.2013.].

situācijā,² publicēšanu dažos izdevumos, vai kad slavenību mednieki ir iesaistīti negadījumos, piemēram, princeses Diānas nāvi izraisošā negadījumā.³

Vienlaikus slavenības noslēdz līgumus par savu fotogrāfiju publicēšanu pret atlīdzību, piemēram, aktieris M. Duglass (*M. Douglas*) bija noslēdzis līgumu par viņa un K. Zetas-Džonsas (*C. Zeta-Jones*) 2000. gada novembrī Ņujorkā notikušo kāzu fotogrāfiju publicēšanu izdevumā *OK!* par 1 miljonu sterliņu mārciņu.⁴

Darba mērķis ir izpētīt publisku personu (slavenību) personiskās tiesības uz savu attēlu (ārējo izskatu) un noteikt privātautonomijas robežas saistībā ar preses brīvību.

1. Tiesības uz ārējo izskatu (attēlu)

Personas ārējā izskata, t. sk. tās attēla, aizsardzība visbiežāk tiek nodrošināta ar privāttiesībām. Beļģijā tiesības uz attēlu pārklājas ar vispārīgām **privātuma tiesībām un autortiesībām**, izejot ārpus privātuma.⁵ Arī Īrijā tiesības uz savu attēlu pamatojas uz autortiesībām un privātuma aizsardzību.⁶ Francijā personas ārējā izskata aizsardzība iziet ārpus privātuma sfēras,⁷ piemēram, Franču CK (*Code Civil*) 9. pantā paredzētās vispārīgās tiesības uz personas aizsardzību ietver arī tiesības uz savu attēlu,⁸ tādēļ Francijas tiesas aizsargā personu pret tās attēla uzņemšanu bez pašas personas piekrišanas.⁹ Austrijā bez autortiesībām tiek atzītas arī fotografējamās vai attēlojamās personas **personiskās tiesības**.¹⁰

Indijā tiesas atzinušas, ka personas izskata lietošana reklāmas vai arī nereklāmas nolūkā bez personas piekrišanas ir atzīstams par personas **privātuma pārkāpumu**.¹¹ Arī Japānā tiesības uz attēlu izriet no privātuma tiesībām un tās vairāk balstās uz tiesību doktrīnu par deliktu, kur tiek vērtēts, vai veids un apstākļi, kādos attēls ir uzņemts vai publicēts, rada vidusmēra jūtīgam cilvēkam ciešanas.¹² ECT ir atzinusi,

² Sk., piem.: *Bild* publicējis foto, kurā redzama Keitas Midltones kaila pēcpuse. <http://www.focus.lv/dzive/aprindas/foto-bild-publicejis-foto-kura-redzama-keitas-midltones-pecpuse> [aplūkots 16.06.2014.]. Keita Midltonē jau atkal nonākusi skandāla epicentrā. http://sejas.tvnet.lv/slavenibas/511905-keita_midltonē_jau_atkal_nonakusi_skandala_epicentra [aplūkots 16.06.2014.].

³ Sk., piem.: Pasaule sēro par Diānu. *Dienas Bizness*, 25.08.1997. Traģiski gājusi bojā princese Diāna. *Diena*, 01.09.1997. Niknums par Diānas nāvi vērsas pret presi. *Diena*, 02.09.1997. Vaino *paparazzi*, ātrumu un alkoholu. *Diena*, 03.09.1997. Pasaka ar bēdīgām beigām. *Fokuss*, 8.–14.09.1997. Policija: Fotogrāfi apzināti aizkavējuši palīdzību Diānai. *Diena*, 12.09.1997. Franču fotogrāfiem, kas izsekoja princesi Diānu, draud jaunas apsūdzības. <http://www.delfi.lv/archive/print.php?id=1441912> [aplūkots 20.06.2001.].

⁴ Hooper D. Hello Michael and Catherine: Goodbye privacy. *The European Lawyer*, May 2003, Issue 2, p. 18.

⁵ *International Privacy, Publicity and Personality Law*. General Editor Henry M. London: Reed Elsevier Ltd., 2001, p. 61.

⁶ *Idid.*, p. 113.

⁷ *Ibid.*, p. 152.

⁸ Blackshaw I. Protecting the images of sporting celebrities. *The European Lawyer*, March 2004, Issue 36, p. 13.

⁹ Hooper D. 2003, p. 17.

¹⁰ *International Privacy, Publicity and Personality Law 2001*, p. 42.

¹¹ *Ibid.*, p. 247.

¹² *Ibid.*, pp. 283–284.

ka privātās dzīves koncepts attiecas arī uz personas attēlu.¹³ Arī ASV tiesības uz savu attēlu izriet no privātuma tiesībām. Tiek atzīts, ka personas attēlu uz iepakojuma nevar izmantot, bet ilustrēt rakstu ar šīs personas attēlu var. Publicitātes tiesības nodrošina divus atšķirīgus mērķus – personas aizsardzību pret cieņas aizskārumu vai pret kaitējumu no neatļautas identitātes izmantošanas un aizsargā personas mantiskās intereses, sevišķi attiecībā uz slavenību identitāti.¹⁴

Francijā personas izskata (*likeness*) publicēšana var tikt atzīta arī par noziegumu saskaņā ar Soda likumu (*Penal Code art. 368–372*). Personas fotogrāfijas aizsardzība pret publicēšanu civiltiesiskā vai krimināltiesiskā kārtā ir atkarīga no tā, vai vieta ir bijusi publiska vai privāta un vai personas veiktā darbība ir ārpus personas privātās sfēras.¹⁵ Tāpat tiesas atzīst par prettiesisku citas personas fotografēšanu bez tās piekrišanas, pat ja nav plānota fotogrāfijas tālāka publicēšana, un šis noteikums attiecas arī uz slavenībām, ciktāl viņas nav iesaistītas publiskās vai profesionālās darbībās.¹⁶

Privātās sfēras pārkāpums tiek atzīts gadījumos, kad fotogrāfiju uzņemšana notiek ar teleobjektīvu palīdzību vai slēptā veidā¹⁷ vai kad tiek parādīta slavenību vai publisku personu iepirkšanās veikalā, kafejnīcā vai apmeklējot, piemēram, Anonīmo alkoholiķu grupas pasākumu.¹⁸

Personas tiesības uz savu attēlu tiek attiecinātas arī uz

- foto montāžu, ja tā ir gan reālistiska, gan kolāža un ja tam nav tiesiska attaisnojuma;¹⁹
- manipulāciju ar fotogrāfiju;
- izskata ielikšanu vēlamajā kontekstā.²⁰

Kā var redzēt, tiesības uz savu attēlu (ārējo izskatu) dažādās valstīs tiek regulētas atšķirīgi. ASV atzīst vairāk ekonomisko, Eiropa – nemantisko interesi. Eiropā nemantisko interešu aizsardzība var dot pamatu tiesību aizsardzībai neatkarīgi no tā, vai subjekts ir slavenība vai nav, savukārt ASV pat slavenībām netiek nodrošināta nekomerciāla rakstura privātuma tiesību aizsardzība.²¹

¹³ Sk.: Guide on Article 8 of the European Convention on Human Rights. Right to respect for private and family life, home and correspondence. Council of Europe/European Court of Human Rights, 2019, pp. 34–35; ECT lēmumu *Schüssel v. Austria*, No. 42409/98, 21 February 2002, <http://cmiskp.echr.coe.int/tkp197/view.asp?item=1&portal=hbkm&action=html&highlight=Sch%FCssel%20%7C%20v.%20%7C%20Austria&sessionid=59998406&skin=hudoc-en> [aplūkots 05.08.2006.].

¹⁴ International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, p. 113.

¹⁵ Personality Rights in European Tort Law. Part of The Common Core of European Private Law. Brügge-meier G., Ciacchi A. (eds), O'Callaghan P. Cambridge: Cambridge University Press, 2010, p. 18.

¹⁶ Ibid., p. 16.

¹⁷ Hooper D. 2003, p. 18.

¹⁸ Tomlinson H. The struggle between privacy and freedom. The European Lawyer, October 2004, Issue 42, pp. 70–71; The Protection of Personality Rights against Invasions by Mass Media. Koziol H., Warzilek A. (eds). Wien: Springer Wien New York, 2005, pp. 151–154.

¹⁹ Piem., Austrijā, sk.: International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, p. 44.

²⁰ Piem., Nīderlandē, sk.: Ibid., p. 319.

²¹ Greek C. International Personality Rights and Holographic Portrayals. Indiana International and Comparative Law Review, 2017, Vol. 27 (247), pp. 265–266.

2. Publicitātes tiesības un to saturs

Attiecībā uz personu, t. sk. publisku personu, slavenu personu – slavenību (angļu val. – *celebrities*),²² tiesībām, kuras tiek izmantotas masu medijos vai komerciālā veidā, ārvalstīs tiesu praksē un doktrīnā pastāv specifisks regulējums. Piemēram, Francijā tiek aizsargāts plaši pazīstamu personu ārējais izskats (*likeness*) ar lielu komerciālu vērtību pret fotogrāfijas komerciālu izmantošanu, piemēram, reklāmā vai preču katalogā.²³ Itālijas Augstākā Civiltiesā (*Corte di Cassazione*)²⁴ atzina, ka slavenu personu attēlu izmantošana reklāmas nolūkam bez attēlotās personas vēlākas piekrišanas rada personas individuālo ekskluzīvo tiesību par sava ārēja izskata aizskārumsu. Sporta zvaigznēm, līdzīgi kā citām, tiek atzīta leģitīma interese kontrolēt savas personas un slavas, kas ir ļoti vērtīgs un pieprasīts aktīvs, komerciālo izmantošanu.²⁵ Tiesību literatūrā šīs personiskās tiesības tiek apzīmētas ar terminu *publicity rights*. *Right of publicity* vispārīgi tiek definētas kā personas tiesības kontrolēt savas identitātes komerciālo izmantošanu, un tas pirmo reizi tika atzīts 1953. gadā ASV.²⁶

Austrālijā²⁷ un Austrijā²⁸ *publicity rights* tiek skaidrotas kā intelektuālā īpašuma tiesības. Savukārt Kanādā²⁹ un Japānā³⁰ – kā izņēmuma lietu tiesība. Indijā šīs tiesības ietver lietu tiesības kā komerciālu personas identitātes vērtību, negodprātīgu konkurenci un intelektuālā īpašuma tiesības.³¹ Arī Itālijas Augstākā civiltiesā slavenību tiesības uz savu attēlu aizsardzību pamatoja ar Autortiesību likumu.³²

Nīderlandes tiesas jau 1959. gadā sakarā ar to, ka Autortiesību likuma 21. pants ir attiecināms ne tikai uz nemateriālo interesi, atzina slavenību tiesības uz savu attēlu izmantošanu masu informācijas līdzekļos, nosaucot to par finansiālo interesi (*financial interest*)³³ vai komerciālo interesi (*commercial interest*).³⁴ Komerciālā interese tiek atzīta personām, kurām ir (1) noteikta popularitāte, (2) kas iegūta saistībā ar to nodarbošanos un (3) kas var tikt komerciāli izmantota.³⁵ Šādām personām ir iebilduma tiesības, ja (1) to ārējais izskats tiek izmantots kāda komerciāla produkta tirdzniecībai, (2) personas attēls tiek izmantots šī produkta reklāmā, un (3) šīs personas attēla izmantošanai būtu jāvienojas par atlīdzību.³⁶

²² Par slavenību jēdzienu sk. 2. nodaļu, kā arī: Eihmane E. Publiskā interese un personu statuss. Jurista Vārds. Latvijas Vēstnesis, 2006, Nr. 47 (450).

²³ Hooper D. 2003, p. 18.

²⁴ Blackshaw I. 2004, p. 13.

²⁵ The Law of Privacy and the Media. Tugendhat M., Christie I. (eds). Oxford: University Press, 2002, p. 100, 3.66; Blackshaw I. 2004, p. 12.

²⁶ Resta G. Personnalité, Persönlichkeit, Personality. Comparative Perspectives on the Protection of Identity in Private Law. European Journal of Comparative Law and Governance, 2014, Vol. 1, Issue 3, p. 221.

²⁷ International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, pp. 32–34.

²⁸ Ibid., pp. 41–42.

²⁹ Ibid., p. 88.

³⁰ Boundy C. Publicity rights – Recognising the law as well as the individual. http://www.iln.com/bullet_iln_three_one/fladgate_articles.htm [aplūkots 01.04.2005.].

³¹ International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, p. 244.

³² Blackshaw I. 2004, p. 13

³³ International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, pp. 316–317.

³⁴ Ibid., pp. 323–325.

³⁵ Ibid., p. 324.

³⁶ Ibid., pp. 324–325.

Jānorāda, ka nepastāv terminoloģiska konsekvence attiecībā uz personas tiesību uz savu attēlu (izskatu) apzīmēšanu. Lielbritānijā, Austrālijā, ASV, Beļģijā, Brazīlijā, Itālijā tiek atzītas personas tiesības uz *publicity right* un *personality right*.³⁷ *Publicity right* doktrīnā tiek attiecinātas uz attēla ekonomisko izmantošanu.³⁸ Literatūrā attiecībā uz ASV tiesībām uz attēlu tiek norādīts, ka *publicity right* ir privātuma tiesību apakškopa,³⁹ kas tomēr jānošķir no *the right to privacy*.⁴⁰

Tādās valstīs kā Argentīna, Austrija, Īrija, Somija, Šveice un Vācija personas tiesības uz attēlu tiek apzīmētas kā *personality right*,⁴¹ *publicity right* attiecinot uz vārdu un biogrāfiju, piemēram, Vācijā.⁴² Savukārt tādās valstīs kā Kanāda un Francija personas tiesības uz attēlu (tā komerciālu izmantošanu) tiek apzīmētas kā *publicity right*,⁴³ *personality right* attiecinot uz vārdu un biogrāfiju, piemēram, Francijā.⁴⁴

Ar *publicity rights* visbiežāk tiek saprastas personas tiesības uz savas identitātes komerciālu izmantošanu, nosakot kad, kur un kā personas identitāte tiks izmantota.⁴⁵ Japānā ar to saprot ekskluzīvas tiesības izmantot un kontrolēt ekonomisku vērtību, kas ir saistīta ar kāda spējām piesaistīt sabiedrības uzmanību.⁴⁶ Šīs tiesības sakarā ar to ekonomisko būtību **nebeidz pastāvēt arī pēc personas nāves**.⁴⁷ Jautājums ir tikai par šo tiesību pastāvēšanas ilgumu – vai ir piemērojama analogija ar autortiesību aizsardzības ilgumu pēc autora nāves vai arī šīs tiesības tiek aizsargātas tik ilgi, kamēr tās ir komerciāli lietojamas.⁴⁸ ASV tikai dažās pavalstīs publicitātes tiesības beidzas ar personas nāvi, bet lielākajā pavalstu daļā publicitātes tiesības tiek aizsargātas 70 gadus pēc personas nāves ar mantinieku starpniecību.⁴⁹ Vācijā tiesības uz attēlu turpinās pēc nāves vismaz 10 gadus.⁵⁰

Publicity rights kalpo diviem mērķiem: 1) aizsargāt peronu no ciešanām, satraukuma un cieņas zaudēšanas, kas var rasties sakarā ar neatļautu personas identitātes izmantošanu; 2) aizsargāt personas, sevišķi slavenību, mantiskās intereses attiecībā uz savas identitātes valdījumu.⁵¹ ASV attiecībā uz šo tiesību pārkāpumu ir jāpierāda: 1) ka atbildētājs ir izmantojis prasītāja identitāti; 2) ka atbildētājs piesavinājās prasītāja identitāti savam komerciālam vai citādam labumam; 3) piekrišanas trūkums; 4) aizskārums rezultāts.⁵² Lai gan tas rada risku attiecībā uz runas brīvību, publicitātes

³⁷ International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, pp. 35–36, 61–62, 68, 69–70, 251–252, 265–266, 477, 449, 476.

³⁸ Ibid., pp. 266, 477, 449, 476; The Law of Privacy and the Media, 2002, pp. 99–103, 3.65–3.76; Tweed P. Privacy and Libel Law: The Clash with Press Freedom, Sussex: Bloomsbury Professional, 2012, pp. 113, 117.

³⁹ International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, p. 476.

⁴⁰ Tweed P. 2012, p. 117.

⁴¹ International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, pp. 15–16, 42, 112–113, 128–130, 165–166, 432–433.

⁴² Ibid., p. 183.

⁴³ Ibid., pp. 88, 152.

⁴⁴ Ibid., p. 144.

⁴⁵ Ibid., p. 244.

⁴⁶ Ibid., p. 289.

⁴⁷ The Law of Privacy and the Media, 2002, pp. 139–132, 4.55.

⁴⁸ International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, p. 291.

⁴⁹ Ibid., p. 479.

⁵⁰ The Protection of Personality Rights against Invasions by Mass Media, 2005, pp. 164, 165.

⁵¹ International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, p. 476.

⁵² Ibid., p. 477.

tiesības tiek atzītas par privātuma paveidu, kas ierobežo neatļautu personas vārda, izskata vai citu indivīda identitātes aspekta lietošanu.⁵³ Doktrīnā tiek atzīts, ka personas identitātes aizsardzība pret komerciālo izmantošanu balstās uz personas autonomiju, kas nodrošina personas ekonomisko un personisko interešu aizsardzību.⁵⁴

Francijā *publicity right* tiek aizsargātas nevis ar konkrētu likumu, bet ar tiesu praksi, kura attīstījās kopš 19. gadsimta. Šo tiesību bāzei ir vairākas teorijas: 1) privātuma aizsardzības attīstība; 2) tiesības uz īpašumu; 3) personiskuma tiesību paveids; 4) mantošanas tiesības un pat 5) autortiesības.⁵⁵

Tā kā šīs tiesības ir ekskluzīvas tiesības, tad tās sava rakstura dēļ ir ļoti tuvas intelektuālā īpašuma tiesībām.⁵⁶ Aizsardzība neaprobežojas tikai ar **seju**, jo aizsargā gan **ķermeņa formu**, gan jebkura tā **atpazīstamu detaļu (daļu)**.⁵⁷ Šo tiesību būtība tiek aplūkota negatīva pienākuma veidā, t. i., kā aizliegums citas personas izskata radīšanai un izplatīšanai bez šīs personas piekrišanas.⁵⁸ Taču pastāv daži izņēmumi: 1) kad attēls (bilde) ir uzņemta nejausi sabiedriskā vietā; 2) kad tas ir saistīts ar aktuāliem notikumiem un tiek publicēts drīz pēc notikuma; 3) kad tas ir saistīts ar publisku tiesas sēdi; 4) kad tas ir saistīts ar publiskas personas (*public figure*), piemēram, politiķa, mākslinieka, sportista u. tml., attēlojumu tās publiskajā dzīvē.⁵⁹ Tomēr ir jānorāda, ka *publicity rights* ir tikušas atzītas, piemēram, sacīkšu zirgiem Japānā sakarā ar īsto sacīkšu zirgu attēlu prettiesisku izmantošanu datorspēlē.⁶⁰

Francijā, sniedzot ziņas par publiskiem notikumiem, ir pieļaujams parādīt personas attēlu no publiska notikuma vietas, piemēram, demonstrācijas.⁶¹ Tiesa atzina attēla publicēšanu par tiesisku – kur nofotografētā persona bija attēlota lielveikalā normālā pozā vai sinagogā lūgšanu pozā, taču tiesa atzina par prettiesisku nevīžīgi apģērbta tūrista bildes publicēšanu, lai parādītu, cik nabadzīgi ģērbjas francūži ceļojot.⁶²

Vācijā tiesības uz attēlu tiek atzītas kā vispārīgo personisko tiesību veids, kam piemērojamas autortiesības.⁶³ Tas skaidrojams ar to, ka sākotnēji tiesības uz attēlu bija nemantiska rakstura, kas pēc 2000. gada tiesu praksē mainījās pēc Marlēnas Dītrihas mantinieku celtajām prasībām.⁶⁴ Slavenību attēlam var būt liela komerciāla nozīme. Piemēram, futbola vārtsargs Oliveris Kāns uzvarēja tiesas procesu sakarā ar viņa vārda un attēla neatļautu izmantošanu datorspēlē.⁶⁵

⁵³ International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, p. 476.

⁵⁴ Bass E. A Right in Search of a Coherent Rationale – Conceptualizing Persona in a Comparative Context: The United States Right of Publicity and German Personality Rights. University of San Francisco Law Review, Winter, 2007, Vol. 42, No. 3, pp. 802–806.

⁵⁵ International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, p. 152.

⁵⁶ Ibid., p. 153.

⁵⁷ Ibid., p. 153.

⁵⁸ Ibid.

⁵⁹ Ibid.

⁶⁰ Ibid., p. 291.

⁶¹ Ibid., pp. 140, 153–154.

⁶² Ibid., pp. 153–154.

⁶³ Ibid., p. 164.

⁶⁴ The Protection of Personality Rights against Invasions by Mass Media, 2005, pp. 162–163.

⁶⁵ Sporta Avīze, 20.–26.01.2004, Nr. 3 (422).

Lielbritānijā attiecībā uz personas ārējo izskatu un citām viņas atšķirīgām pazīmēm izmanto gan *right of publicity (publicity right)*, gan *right to personality (personality right)*. *Publicity right* attiecas uz visiem indivīdiem, bet sevišķi uz slavenībām, un tās izmanto pret to identitātes vai darbības komerciālās vērtības piesavināšanos. Lai arī nav likuma, kas regulētu *publicity rights*, šo tiesību aizsardzība izriet no vispārēja principa – ko ir vērts kopēt, to ir vērts aizsargāt (*what is worth copying is worth protecting*). Šīs tiesības tiek atzītas par absolūtām tiesībām, kuru aizsardzības gadījumā nav nepieciešams pierādīt zaudējumu esamību vai piesavināšanos (*passing off*). Pretstatā *personality right*, kas ir vairāk personiskas intelektuāla īpašuma tiesības, *publicity right* ir finansiālas tiesības, kas ir mantojamas, un tās tiek aizsargātas 50 gadus pēc personas nāves.⁶⁶ Anglijas apelācijas tiesa lietā *Irvine v. Talksport Ltd* apliecināja vēlmi aizsargāt personas attēla komerciāli vērtīgu izmantošanu.⁶⁷ Piemēram, 1993. gadā princese Karolīna (*Princess Caroline*) saņēma kā kompensāciju 36 000 sterliņu mārciņu par savu un savu bērnu fotogrāfiju uzņemšanu un publiskošanu. Sāra Fērgusone (*Sarah Ferguson*) saņēma kompensāciju 70 000 sterliņu mārciņu par izmejošām (*toe-sucking*) fotogrāfijām.⁶⁸

Kā to ir atzinusi ECT, tad arī publiskām personām ir tiesības uz savu attēlu nublicēšanu, ja attēlos ir personas, kas nepilda oficiālas funkcijas valstī, attēli pauž tikai detaļas par tās personisko dzīvi.⁶⁹

Papildus vēl ir jānodala tiesības uz aizmirstību (tiesības uz anonimitāti), kad personai var būt leģitīma interese neatklāt informāciju par sevi – savu vārdu, adresi. Piemēram, kāda sieviete no Ņūhempšīras štata ASV, kura bija vinnējusi 560 miljonus dolāru (455 miljonus eiro) *Powerball* loterijā personiskās drošības dēļ vēlējas aizliegt publiski atklāt viņas vārdu un adresi.⁷⁰ Tāpat publiskām un ne tikai publiskām personām ir tiesības uz aizmirstību (*the right to oblivion or right to be forgotten*⁷¹).

Tā kā *publicity rights* kontekstā tiek runāts par populāras (atpazīstamas) personas ārējā izskata komerciālu un arī nekomerciālu publisku izmantošanu, lai personas individualitāti sasaistītu ar informācijas izplatīšanu sabiedrībai, t. i., publicēšanu, tad **latviešu valodā šīs tiesības būtu apzīmējamās ar terminu “publicitātes tiesības”⁷²** un šāds termins būtu ieviešams arī Latvija tiesību doktrīnā. **Publicitātes tiesības ir personiskas tiesības, kuras raksturojas kā izņēmuma tiesības uz sava ārējā izskata vai citādu savas individuālās (oriģinālās) personības izpausmes aizsardzību pret nepamatotu komerciālu vai citādu publisku izmantošanu, t. sk. publicēšanu masu informācijas līdzekļos.** Neatkarīgi no publicitātes tiesībām katram indivīdam pastāv **personiskās tiesības uz aizsardzību pret tās attēla (izskata)**

⁶⁶ International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, pp. 447, 449.

⁶⁷ Hooper D. 2003, p. 17.

⁶⁸ Ibid., p. 18.

⁶⁹ Sk. ECT spriedumu *Von Hannover v. Germany* lietā No. 59320/00. 28 July 2005, § 64, <http://hudoc.echr.coe.int/eng?i=001-61853> [aplūkots 02.05.2006.].

⁷⁰ Amerikāniete, kas loterijā laimēja \$560 miljonus, cīnās par anonimitāti. http://www.tvnet.lv/zinas/arvalstis/777094-amerikaniete_kas_loterija_laimeja_560_miljonus_cinas_par_anonimitati [aplūkots 19.03.2018.].

⁷¹ International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, pp. 4, 59; The Law of Privacy and the Media 2002, p. 66 (2.56).

⁷² Svešvārdu vārdnīca. Baldunčika J. redakcijā. Rīga: Jumava, 1999, 644. lpp.; Latviešu literārās valodas vārdnīca. 6. sējums. Rīga: Zinātne, 1987, 419. lpp.; Latviešu valodas vārdnīca. Otrais izdevums. Rīga: Avots, 1998, 653. lpp.

prettiesisku izmantošanu nekomerciālam mērķim vai nepublikā nolūkā un pat fiksāciju (fotografēšanu, filmēšanu).

3. Publicitātes tiesības Latvijas tiesiskajā regulējumā

Latvijā nav atsevišķa likuma par publicitātes tiesību aizsardzību, tomēr tiek atzītas tiesības uz attēlu, lai arī nav skaidrs šo tiesību uz attēlu juridiskais raksturs un trūkst vienotas pieejas personas tiesībām uz savu attēlu. Faktiski šīs tiesības aizsardzība var tikt nodrošināta ar vairāku likumu vai tiesību palīdzību.

Vispirms publicitātes tiesībām aizsardzība var tikt nodrošināta kā personas datu aizsardzība, jo attēls ir dati (informācija par personu (individu)) (neatkarīgi no to fiksācijas un reproducēšanas veida), kas ir derīgi tieši vai netieši indivīda identifikācijai un ļauj piekļūt šiem datiem un veikt to apstrādi.⁷³ Ir autori, kas norāda, ka personas tiesības uz savu attēlu izriet no privātuma,⁷⁴ un personas attēla publicēšana ir atzīstama par tiesību uz privāto dzīvi pārkāpumu.⁷⁵

Tāpat attiecībā uz savu attēlu var tikt piemērots Autortiesību likums,⁷⁶ piemēram, 4. pants un 29. pants, lai arī pamatā tiek regulētas personu, kas fiksē šo attēlu, autortiesības.⁷⁷ Papildus šajā likumā tiek atzīta nepieciešamība iegūt profesionālā vidutāja piekrišanu viņa fotogrāfijas izmantošanai,⁷⁸ un tas nav saistīts ar autortiesībām.

Ar likuma "Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem"⁷⁹ 7. pantu ir noteikta nepublicējamā informācija, kas attiecas arī uz nepamatotu iejaukšanos personu personiskajā dzīvē (ceturtā daļa), aizliegumu publicēt informāciju, kura aizskar fizisko personu godu un cieņu un ceļ tam neslavu (piektā daļa), kā arī ir aizliegts bez Bērnu tiesību aizsardzības likumā minēto personu un iestāžu piekrišanas publicēt 1) informāciju, kas var būt par pamatu prettiesiskas darbības rezultātā cietuša bērna interešu (privātuma, identitātes un reputācijas) apdraudējumam (astotās daļas 1. punkts), un 2) prettiesiskas darbības rezultātā cietuša bērna attēlu (astotās daļas 2. punkts).

Reklāmas likums⁸⁰ nosaka tiešu aizliegumu izmantot reklāmā fiziskās personas attēlu vai citādu identificējošu apzīmējumu (4. panta otrās daļas 4. punkts un 6. punkts).

Arī Kriminālprocesa likums⁸¹ noteic, ka bez aizrūretā vai aizdomās turētā piekrišanas nedrīkst publikot plašsaziņas līdzekļos procesuālo darbību laikā ar foto, video

⁷³ Sk. Vispārīgās datu aizsardzības regulas preambulas 26. paragrāfa 4. punkta 1. lpp.; Eiropas Padomes 1981. gada 28. janvāra Konvencijas par personu aizsardzību attiecībā uz personas datu automātisko apstrādi 2. p.

⁷⁴ Sk., piem.: Balodis K. Ievads civiltiesībās. Rīga: Zvaigzne ABC, 2007, 126. lpp.; Vai iespējams aizsargāt savu attēlu. Jurista Vārds, 2007, Nr. 30 (483); Kovaļevska A. Mans attēls – mans īpašums? <http://www.politika.lv/temas/cilvektiesibas/4839/> [aplūkots 23.02.2006.]; Kovaļevska A. Personas tiesības uz savu attēlu. http://www.tiesibsargs.lv/lat/petijumi_un_viedokli/petijumi/?doc=84 [aplūkots 05.08.2006.].

⁷⁵ Kovaļevska A. 2005.

⁷⁶ Autortiesību likums: LR likums. Latvijas Vēstnesis, 2000, Nr. 148/150 (2059/2061).

⁷⁷ Sk., piem., Autortiesību likuma 1. panta 20. punktu, 4. panta 9. punktu, 25. panta, 53. panta pirmās daļas 3. punktu.

⁷⁸ Sk. likuma 67.⁴ panta pirmās daļas 6. punktu un 67.⁵ panta ceturtās daļas 5. punktu.

⁷⁹ Likums "Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem": LR likums. Ziņotājs, 1991, Nr. 5.

⁸⁰ Reklāmas likums: LR likums. Latvijas Vēstnesis, 2000, Nr. 7 (1918).

⁸¹ Kriminālprocesa likums: LR likums. Latvijas Vēstnesis, 2005, Nr. 74.



Attēls. Jura Utāna radītā pastmarka, kurā tika izmantoti pārveidoti Latvijas hokeja līdzjutēju attēli bez attēloto personu piekrišanas

vai cita veida tehniskajiem līdzekļiem fiksētu viņa attēlu, ja vien tas nav nepieciešams noziedzīgā nodarījuma atklāšanai (63. panta otrā daļa, 66. panta otrā daļa). Līdzīgs regulējums ir piemērots arī attiecībā uz cietušo (97. panta devītā daļa) un liecinieku kriminālprocesā (110. panta ceturtnā daļa). Pirms izmeklēšanas darbības norises gaitas attēla ieraksta fiksācijas izmeklēšanas darbības veicējam par to ir jāinformē personas, kuras piedalās izmeklēšanas darbībā (143. pants).

Papildus ir jānorāda, ka virknē likumu ir regulēta fotografēšana, filmēšana un fotogrāfiju vai nofilmētā materiāla izmantošana.⁸²

Arī tiesu prakse atzīst fotogrāfijas prettiesisku publicēšanu kā kaitējumu, kuru var kvalificēt dažādi, ņemot vērā publicēšanas veidu un aizskartās tiesiskās intereses, un tā var tikt atzīta kā iejaukšanās privātajā dzīvē (privātumā), goda un cieņas aizskārums, autortiesību vai īpašuma tiesību aizskārums u. c.⁸³ Tiesas atzīst tiesības uz aizsardzību pret fotogrāfijas prettiesisku publicēšanu, pamatojoties gan uz Civillikuma 1635. pantu, gan 2352.¹ pantu.

Personas attēla izmantošana pretēji tās gribai var nodarīt kaitējumu. Kā piemēru var minēt Jura Utāna radīto pastmarku (sk. attēlu), kurā tika izmantoti pārveidoti Latvijas hokeja līdzjutēju attēli bez attēloto personu piekrišanas. Pastmarkā attēlotām personām bija iebildumi pret šādu rīcību, jo, neskatoties uz pārveidotiem attēliem, tās bija atpazīstamas un to attēlojums pastmarkā radīja nepareizu priekšstatu par šīm personām.⁸⁴

Doktrīnā tiek runāts par publicitātes tiesībām kā *sui generis* tiesībām, kuras nodrošinot kā slavenību, tā arī publiski neatpazīstamu personu izskata aizsardzību.⁸⁵ Tiesības uz savu attēlu nav saistītas tikai ar privātumu, autortiesībām, īpašuma tiesībām⁸⁶ vai arī ar kādu citu tiesību jomu. **Tiesības uz savu attēlu ir vienas no personiskajām tiesībām, kas ir saistītas ar personas autonomiju attiecībā uz tās**

⁸² Kovaļevska A. 2005, 27.–30. lpp.

⁸³ Augstākās tiesas Senāta Civillietu departamenta 20.04.2011. spriedums lietā Nr. SKC–161/2011, 9. punkts. <https://www.at.gov.lv/downloadlawfile/3189> [aplūkots 30.03.2012.].

⁸⁴ Fanu pastmarka izraisa tās varoņa sašutumu. Diena, 22.04.2004.

⁸⁵ Bass E. 2007, pp. 802–806.

⁸⁶ Piem., Šveicē – International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, p. 433.

ārējo individuālo izskatu. Šo tiesību aizsardzības objekts ir personas ārējā izskata autonomija. Līdzīgi kā personas ķermeniskā neaizskaramība, arī tiesības uz ārējo individuālo izskatu satur savu specifisku interesi – personas ārēja izskata neaizskaramību. Tās sevī ietver tiesības uz patstāvīgu (1) sava izskata (apzinātu vai neapzinātu) veidošanu, (2) sava izskata attēlojumu un (3) sava izskata izmantošanu. Tas, ka personas prettiesiska attēla izmantošanas gadījumā var tikt piemēroti dažādi tiesību aizsardzības līdzekļi, nemazina šo tiesību uz attēlu pastāvīgo raksturu. Tātad personas tiesības uz individuālo izskatu ir **atsevišķas personiskās tiesības. Tiesību un likumu pamatmērķis ir nodrošināt personas ārējā individuālā izskata neaizskaramību.** To, ka personas tiesības uz ārējo izskatu var tikt aizsargātas ar dažādām tiesībām atkarībā no tā, kādos apstākļos tika veikta personas ārējā izskata fiksācija, tā izmantošana un kādas sekas tā radījusi, **nemaina šo tiesību pamataizsardzības būtību.** Jo tiesiskā aizsardzība ir jānodrošina personai pret komerciālu un publisku izmantošanu, un uz to attiecas publicitātes tiesības, kā arī pret nekomerciālu vai privātu izmantošanu, pat pret prettiesisku indivīda izskata fiksāciju, un uz to attiecas personiskās tiesības.

Attiecīgi **publicitātes tiesības ir visu indivīdu, bet pamatā publisku personu (slavenību) sui generis tiesības pret to ārējā izskata (identitātes) prettiesisku komerciālu un publisku izmantošanu, t. sk. publicēšanu masu informācijas līdzekļos.** Neatkarīgi no publicitātes tiesībām katram indivīdam pastāv **personiskās tiesības uz aizsardzību pret tā attēla (izskata) prettiesisku izmantošanu nekomerciālam mērķim vai nepubliskā nolūkā un pat fiksāciju** (fotografēšanu, filmēšanu).

4. Publiskas personas jēdziens un tā tiesību saturs

Lai varētu runāt par publisku personu tiesību uz attēlu aizsardzības ierobežojumiem, ir jānoskaidro publiskas personas jēdziens un tā saturs. Atbilstoši Eiropas Padomes Parlamentārās asamblejas rezolūcijas Nr. 1165 “Par privātuma tiesībām”⁸⁷ 7. punktam par publiskām personām (*public figures*) tiek atzīstas personas, kuras ir kļuvušas atpazīstamas vai izpelnījušās sabiedrības uzmanību tāpēc, ka tās:

- (1) ieņem valstiskus amatus un/vai izmanto valsts resursus vai
- (2) spēlē lomu sabiedriskajā dzīvē politikā, ekonomikā, mākslā, sociālajā sfērā, sportā vai jebkurā citā jomā.

Ierēdņi un to kandidāti vai citas personas ar nozīmīgu sociālu statusu ir skaidrs piemērs tam, ka, kļūstot par publiskām personām, tās kļūst savā veidā par publisku īpašumu.⁸⁸ Publiska persona tiek definēta arī kā persona, kura sakarā ar savu sasniegumu (veikumu), slavu un popularitāti, dzīvesveidu vai pieņemot nodarbošanos (profesiju) vai aicinājumu, kas izrausa leģitīmu sabiedrības interesi par viņas darbību, uzvedību vai personību (tēlu), kļūst par “publiski nozīmīgu personu”. Vienā vārdā tā ir slavenība (*celebrity*), kura saskaņā ar savu brīvu gribu ir izvīrījusi sevi

⁸⁷ Resolution 1165 (1998) of the Parliamentary Assembly of the Council of Europe on the right to privacy, <http://assembly.coe.int/main.asp?Link=/documents/adoptedtext/ta98/eres1165.htm> [aplūkots 02.05.2006.].

⁸⁸ Post R. The Social Foundations of Privacy: Community and Self in the Common Law Tort. California Law Review, October, 1989, Vol. 77, No. 5, p. 997.

sabiedrības apskatam.⁸⁹ Bez valsts amatpersonām šo personu lokā ietver personas, kuras ir sasniegušas noteiktu reputācijas līmeni sabiedrības acīs, kā, piemēram, aktieri, beisbola spēlētāji, bokseri vai izklaidētāji (*entertainer*), kā arī citas personas, kā slaveni izgudrotāji un atklājēji, kara varoņi un pat vienkārši karavīri, brīnumbērni un arī dižciltīgas ložas valdnieki. Īsi sakot, jebkurš, kas nokļūst pozīcijā, kurā sabiedrības uzmanība koncentrējas uz viņu kā personu.⁹⁰

Tiek izdalīti vairāki publisku personu veidi, kas ietekmē arī ar tām saistīto tiesību un ierobežojumu apjomu.

Publiskas personas tiek iedalītas atkarībā no tā, kādā veidā tās kļuvušas par publisku personu. Visbiežāk tās ir t. s. brīvprātīgas publiskas personas (*voluntary public figures*), kuras ir brīvprātīgi nostādījušas sevi publiskam apskatam, uzņemoties sabiedrisku aktivitāti vai ieņemot prominentu lomu institūcijās vai darbībās ar vispārēju ekonomisku, kulturālu, sociālu vai līdzīgu sabiedrisku interesi, vai pasniedzot sevi vai savu darbu sabiedriskai apspriešanai.⁹¹ Sabiedrībā var veidoties jauni publisku personu veidi. Šobrīd pie šādām personām var pieskaitīt jaunu personu grupu – *influencerus*.⁹²

Tiek atzīts, ka šīs publiskās personas noteiktos gadījumos zaudē vismaz savas tiesības uz privātumu, kā pamatojums tam tiek norādīti trīs iemesli: 1) viņas ir meklējušas publicitāti un tai piekritušas, tāpēc nevar sūdzēties par to; 2) šo personu personība un darbība jau ir kļuvušas publiskas un nevar ilgāk tikt attiecinātas uz privātām darīšanām; 3) masu informācijas līdzekļiem ir konstitucionāli garantēta privilēģija informēt sabiedrību par to, kas kļūst par sabiedrības intereses lēģitīmu tēmu (jautājumu).⁹³

Taču ir atklāts jautājums par to, vai šīs brīvprātīgās publiskās personas ir atteikušās no visām tiesībām uz savas privātās informācijas pasargāšanu.⁹⁴ Publiskās personas saglabā tiesības uz savas dzīves nepubliskiem aspektiem, tomēr sabiedrība saglabā tiesības vērot (pētīt) arī šos aspektus, ja tie ir saistīti ar publiskās darbības nozīmīguma novērtēšanu.⁹⁵

Attiecīgi tiek izdalītas arī **absolūti publiskas personas** (*figures of contemporary society "par excellence"*) un **relatīvi publiskas personas** (*"relatively" public figures*).⁹⁶ Piemēram, noteikta amata vai pozīcijas ieņemšana pašsaprotami padara šo personu par publisku un arī sniedz maksimāli plašu iespēju iejaukties šīs personas privātumā. Savukārt citu personu privātuma un arī publicitātes tiesību aizsardzība var mainīties atkarībā no tā, kādos apstākļos tā kļuvusi par publisku personu.

Indivīdi tiek iedalīti arī **absolūti vēsturiskajās personās** (kuras neatkarīgi no notikuma ir sabiedrības uzmanības centrā, t. i., prominentas personas, kas ir

⁸⁹ Prosser W. Privacy. California Law Review, August 1960, Vol. 48, No. 3, p. 410.

⁹⁰ Ibid., pp. 410–411.

⁹¹ Post R. 1989, p. 997.

⁹² Kas ir influenceris, un kā viņš pelna? www.lsm.lv/raksts/zinas/latvija/kas-ir-influenceris-un-ka-vins-pelna.a424283/ [aplūkots 15.03.2023.]; Influenceriem un blogieriem izdomāts jauns, latviskāks nosaukums. <https://nra.lv/latvija/357999-influenceriem-un-blogieriem-izdomats-jauns-latviskaks-nosaukums.htm> [aplūkots 15.03.2023.].

⁹³ Prosser W. 1960, p. 411.

⁹⁴ Post R. 1989, p. 998.

⁹⁵ Ibid., p. 1001.

⁹⁶ Sk. ECT spriedumu *Von Hannover v. Germany* lietā No. 59320/00, 24 June 2004, § 73.

iesaistītas politikā, mākslā, sportā u. tml., piem., karaliskās ģimenes locekļi, valstu vadītāji, slaveni mākslinieki vai futbola zvaigznes⁹⁷) un **relatīvi vēsturiskajās personās** (kuras zaudē savu anonimitāti saistībā ar noteiktu notikumu, un šo personu attēlu publicēšana ir aprobežota tikai saistībā ar šo konkrēto notikumu).⁹⁸ Tomēr attiecībā uz absolūti vēsturiskām personām tiesiskais stāvoklis nav nemainīgs – tiesības izmantot pagātnē absolūti vēsturiskas personas attēlu attiecās tikai uz tiem notikumiem, kuros tā spēlēja nozīmīgu lomu.⁹⁹ Vācijas Konstitucionālā tiesa atzina, ka sabiedrības interese par noziedzniekiem ir ierobežota laikā un tā mazinās pēc nozieguma izdarīšanas.¹⁰⁰ Savukārt bērniem tiek noteikta papildu aizsardzība savām personiskuma tiesībām.¹⁰¹

Gan tiesību teorija, gan tiesu prakse izdala arī t. s. **piespiedu publiskas personas** (*involuntary public figures*), kuras kļūst par publiskām personām bez to piekrišanas vai apstiprinājuma tāpēc, ka tās bija iesaistītas publiskos notikumos, piemēram, noziegumā, katastrofās vai negadījumos.¹⁰² Tātad arī parasti cilvēki var zaudēt tiesības uz privātumu, piemēram, ja viņi ir izdarījuši noziegumu, kurš izraisīja sabiedrības interesi, vai, tieši otrādi, ir novērsuši nozīmīgu noziegumu.¹⁰³ Tomēr šīs personas kļūst par publiskām personām **uz laiku** (*season*), kamēr viņas atgriežas pie pilntiesīgas un mierīgas dzīves un beidz apmierināt sabiedrības interesi, līdzīgi kā interesi par vadītājiem, varoņiem, neliešiem un upuriem.¹⁰⁴

Publiskas personas zaudē tiesības uz savu privātumu tikai ierobežotā apjomā, un preses privilēģija ziņot par notikumiem vai sabiedrību interesējušiem jautājumiem ir ierobežota. Slavenībām neapšaubāmi ir tiesības uz aizsardzību pret sava vārda vai ārējā izskata piesavināšanos reklāmas vajadzībām vai produkcijas pārdošanai, piemēram, Austrijas imperatoram bija tiesības iebilst pret sava vārda piešķiršanu apdrošināšanas sabiedrībai,¹⁰⁵ kā arī ir tiesības uz aizsardzību pret nepatiesu vai izdomātu publisku paziņojumu vai pret fotogrāfijas publicēšanu ar netiešu mājienu, kurš pasniedz to nepatiesā gaismā sabiedrības priekšā.¹⁰⁶ Slavenībām, neskatoties uz sabiedrības leģitīmu interesi par slavenību personību, tiek aizsargātas privātas seksuālās attiecības, tiesības neteikt neko par ceļu satiksmes negadījuma izraisītāju un cietušu.¹⁰⁷

Personas noteiktos apstākļos ir tiesīgas arī atsaukt savu atteikumu no privātuma, t. i., aicināt nepievērst uzmanību masu informācijas līdzekļiem. Tiesību teorijā un praksē atzīst gadījumus, kad publiska persona atgriežas pie likumīgas un neizteiksmīgas dzīves, kādu ved citi, tad šāda persona vairs nav sabiedrības intereses objekts.¹⁰⁸

⁹⁷ International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, p. 167.

⁹⁸ Ibid., p. 167.

⁹⁹ Ibid., p. 169.

¹⁰⁰ Ibid., p. 170.

¹⁰¹ Ibid., p. 169.

¹⁰² Post R. 1989, p. 1001.

¹⁰³ Prosser W. 1960, p. 413.

¹⁰⁴ Ibid., pp. 413–414.

¹⁰⁵ Ibid., p. 415.

¹⁰⁶ Ibid., p. 416.

¹⁰⁷ Ibid., pp. 416–417.

¹⁰⁸ Post R. 1989.

5. Publicitātes tiesību sabalansētība ar preses brīvību

Privātums bieži nonāk kolīzijā ar citu konstitucionālu tiesību – preses brīvību. Un attiecībā uz publiskām personām tam ir sevišķa nozīme, jo publiskām personām ir augstāks tolerances līmenis pret iejaukšanos viņu privātajā dzīvē.

ASV tiesas ir atzinušas leģitīmu sabiedrības interesi par slavenību personību un ar tām saistīto privāto un publisko informāciju.¹⁰⁹ No vienas puses, preseī ir dota privilēģija sniegt tālāku publicitāti par jau esošām publiskām personām. No otras, notiek ziņu un citu sabiedrības interesi izraisīšu tēmu publiskošana. Pirmais primāri darbojas uz personām, kurām publicitāte jau ir dota, otrajā – notikumi, fakti vai cita tematika. Tās tomēr acīmredzami ir vienas un tās pašas lietas dažādas fāzes.¹¹⁰

Nīderlandē notiek publicitātes tiesību interešu sabalansēšana ar izteiksmes brīvību (*freedom of expression*).¹¹¹ Argentīnā personas attēlu var izmantot brīvi zinātnes, izglītības un kultūras vajadzībām.¹¹² Īrijā var brīvi publicēt personu bildes, kuras ir uzņemtas publiskā vai privātā vietā, ja tas notiek bez iekļūšanas īpašumā.¹¹³ Itālijā tiek pieļauts izņēmums no personas izņēmuma tiesībām uz sava portreta publiskošanu attiecībā uz slavenību attēlu publicēšanu, ja tas saistīts ar publisku notikumu un notiek tikai tad, ja tas ir lietots godprātīgi (*fair use*) ar informatīvu nolūku.¹¹⁴ Arī ASV attiecībā uz slavenībām un publiskām personām darbojas godprātīgas lietošanas princips,¹¹⁵ jo ir jābūt loģiskam sakaram starp publisku personu un sabiedriskās intereses jautājumu.¹¹⁶

Apskatot sabiedrības leģitīmu interesi (*legitimate public or general interest*), tiesas norāda uz diviem priekšnoteikumiem – (1) prasītāja sociālais statuss (publiska vai nepubliska persona) un (2) sniedzamās informācijas sociālais nozīmīgums.¹¹⁷

Attiecībā uz sniedzamās informācijas sociālo nozīmīgumu tiek uzsvērtā ziņu būtiska loma sabiedrības dzīvē. Ziņas ir sabiedriski sociāls fenomens, un ziņu ierobežošana attiecīgi nozīmē arī sabiedrības ierobežošanu.¹¹⁸ Jānorāda, ka nav viennozīmīgi skaidra definējuma vai robežas, kad informācija kļūst par sabiedriski nozīmīgu. Piemēram, ASV, ņemot vērā sabiedrībai kā elektorātam atvēlēto nozīmīgu lomu, sabiedrība ir tiesīga iegūt visu informāciju, kas ir nepieciešama informētai valdīšanai (*informed governance*), t. sk. politiskai.¹¹⁹ Vienlaicīgi, atsaucoties uz sabiedrības uzticamības teoriju (*theory of public accountability*), tiek pieļauta arī tīri personīgas informācijas par personām, kuras nav iesaistītas valsts pārvaldē kā sabiedriski nozīmīgas, publicēšana, piemēram, raksta publicēšana par brīnumbērna tālāko dzīvi.¹²⁰ Tomēr paša notikuma īpatnība vai sevišķums pats par sevi ne vienmēr tiek atzīts par leģitīmu sabiedrības

¹⁰⁹ Prosser W. 1960, pp. 416–417.

¹¹⁰ *Ibid.*, p. 410.

¹¹¹ International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, pp. 321–323, 325.

¹¹² *Ibid.*, p. 17.

¹¹³ *Ibid.*, pp. 62–63.

¹¹⁴ *Ibid.*, p. 266.

¹¹⁵ Piem., ziņu jaunums, mākslas darbā, parodija, nejauša izmantošana un *first sale* doktrīna. International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, pp. 480–482.

¹¹⁶ Prosser W. 1960, p. 414.

¹¹⁷ Post R. 1989, p. 997.

¹¹⁸ *Ibid.*, p. 998.

¹¹⁹ *Idid.*, pp. 999, 1004.

¹²⁰ *Ibid.*, pp. 1000–1001.

interesi. Lai gan kāds fakts ir sabiedrības dabiskas ziņkārības vērts, taču sabiedrības legītīma interese nenozīmē **vienīgi ziņkārību**, kas tiesiski nepubliciskus tematus padara par publiskās intereses objektu. Šajā sakarā notiek atsaukšanās uz kopienas (sabiedrības) tikumiem un paražām, kad nepubliciski jautājumi kļūst par sabiedrības legītīmas intereses objektu. Tāpat, lai gan tiek norādīts uz nepieciešamību pakļaut informācijas pasniegšanu pieklājības noteikumiem, šī prasība ne vienmēr tiek ievērota tiesu praksē.¹²¹

Publicējot attēlus saistībā ar negatīvu publikāciju, tiek nodalīti gadījumi, kad tas ir veikts par publiski zināmām personām vai citām personām. Piemēram, Austrijā tiesas ir noteikušas: ja attēlotās personas identitāte kļūst vizuāli zināma plašakai sabiedrībai, tikai publicējot attēlu, tad tas noved pie lieka (nevajadzīga) “apkaunojoša efekta” (*pillory effect*). Līdz ar to šādas personas attēla publicēšana ir pieļaujama tikai tad, ja sabiedrības intereses prevalē pār indivīda interesēm.¹²² Līdzīgi tiek vērtēta arī personu attēlu izmantošana personām, kas ir zināmas ierobežotai sabiedrības daļai. Personu, kuras regulāri tiek eksponētas sabiedrībai, attēlu izmantošanai ir informatīva vērtība, ja attēls ir saistīts ar attēlotās personas publiskām aktivitātēm.¹²³ Savukārt, ziņojot par jaunākajiem notikumiem, personas privātās dzīves fotogrāfiju izmantošanas atbilstība ir izlemjama katrā gadījumā individuāli, taču nekādā gadījumā tas nav attaisnojams ar vēlmi apmierināt ziņkārību un radīt sensāciju.¹²⁴ Bez tam situācijā, kad attēlam nav informatīvas vērtības, pavadošo apgalvojumu patiesumam nav nozīmes, savukārt, ja publikācijai ir informatīva vērtība, tad pavadošais teksts tiek vērtēts. Gadījumos, kad apgalvojums ir nepatiess vai godu aizskarošs, priekšroka tiek dota attēlotās personas interesēm.¹²⁵ Ja attēlotā persona ir publiski zināma savas darbības dēļ, tad tās attēlu publicēšana parasti nav atzīstama par personas likumīgu interešu aizskarošu. Savukārt politiķu un citu publiski pazīstamu personu attēlu publicēšana saistībā ar noniecinošām ziņām var tikt ierobežota, piemēram, attēla publicēšana saistībā ar notikumu, ar kuru attēlotai personai nav nekāda sakara.¹²⁶

Francijā no publiskām personām tiek pieprasīts pieņemt, ka tās var būt galvenie subjekti fotogrāfijā vai filmā, ilustrējot to publisko dzīvi.¹²⁷ Tiek prezumēts, ka tās ir devušas piekrišanu savu attēlu publicēšanai, tomēr šādai publicēšanai ir jābūt saistītai ar informatīvu un nevis publicitātes vai komerciālās izmantošanas mērķi.¹²⁸ Attiecībā uz ziņojumiem par personas privāto dzīvi, t. sk. arī attiecībā uz publiskām personām, jānorāda, ka attēla izmantošana ir prettiesiska un var tikt sodīta arī krimināltiesiski.¹²⁹

Vācijas Autortiesību likums paredz izņēmumus, kad personas attēls var tikt izplatīts vai publicēts bez personas piekrišanas: (1) vēsturiska satura bildes; (2) personas, kas ir piederīgas ainavai vai citam apvidum; (3) persona, kas piedalās sapulcēs, parādēs vai līdzīgos notikumos; (4) bildes, kuras nav veidotas pēc pasūtījuma, bet kuru izplatīšana vai publiska prezentēšana kalpo augstākās mākslas interesei.¹³⁰ Tomēr

¹²¹ Post R. 1989, p. 1006.

¹²² International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, p. 45.

¹²³ Ibid.

¹²⁴ Ibid.

¹²⁵ Ibid.

¹²⁶ Ibid.

¹²⁷ Ibid., p. 154.

¹²⁸ Ibid.

¹²⁹ Ibid.

¹³⁰ International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, p. 166.

arī šiem izņēmumiem ir izņēmumi – attēlotās personas leģitīma interese¹³¹ vai ja tas aizskar mirušās personas ģimeni, tādējādi veidojot līdzsvaru starp indivīda leģitīmo interesi par vispārīgajām personiskuma tiesībām un sabiedrības informatīvo interesi.¹³² Attiecībā uz attēla vēsturisko saturu Vācijas tiesas ir noteikušas vairākus principus. Par vēsturisku kontekstu atzīst jebkuru notikumu, kas kādu iemeslu dēļ rada sabiedrības interesi – zināšanu slāpes, turklāt šādai interesei nav jāpastāv nākotnē.¹³³

Eiropas Cilvēka tiesību un pamatbrīvību aizsardzības konvencijas 8. pants nosaka tiesības uz personas privātās un ģimenes dzīves respektēšanu, savukārt 10. pants nosaka tiesības uz politisku, komerciālu un māksliniecisku izteiksmes brīvību. Tiesību teorijā un praksē ir aktuāls jautājums par šo divu fundamentālo tiesību konkurenci. Līdzīgi kā citas tiesības, arī tiesības uz privātumu nav absolūtas. Tas nozīmē, ka likumā tieši minētajos gadījumos vai pastāvot leģitīmai interesei personas privātums var tikt tiesiski aizskarts, piemēram, izteiksmes brīvības tiesības.

Tiesības uz izpausmes brīvību var tikt aizsargātas ar privātumu, ja izteiksmes brīvība ir paredzēta privāti un ne publiski. Piemēram, aizliegums publicēt personas fotogrāfiju saistībā ar ziņām, ja fotogrāfija nav degradējoša vai apmelojoša, vai neatlāj subjekta privātās dzīves detaļas, tiek atzīts par Eiropas Cilvēktiesību konvencijas 10. panta pārkāpumu.¹³⁴

Apkopojot iepriekš minēto, ir pamats secināt, ka, līdzīgi kā ar privātuma tiesībām, arī **tiesības uz personas ārējā izskata neaizskaramību ir primāri aizsargājamas, izņemot, ja to aizsardzība nav tiesiski aprobežota**, piemēram, ar uzskatu un izteiksmes brīvību. Tātad personas neaizskaramība **ir primāra un tās aizsardzība tiek nodrošināta kā primāra interese, taču tiesības uz uzskatu un izteiksmes brīvību ir šāds tiesisks izņēmums**. Apliecinājumu tam mēs varam atrast sistēmiskā Eiropas Cilvēku tiesību un pamatbrīvību aizsardzības konvencijas iztulkojumā, jo konvencijas 8. pants ir pirms 10. panta. Arī Satversmē 96. pants ir pirms 100. panta, tādējādi apliecinot personas aizsardzības primāro mērķi.

Pie šāda secinājuma nonāca Lielbritānijas Lordu palāta *Campbell v. MGN Ltd* lietā, izskatot jautājumu par konvencijas 8. panta un 10. panta konkurenci attiecībā uz Naomi Kempbelas slēpti fotografētās bildes publicēšanu, kad viņa atgriezās no anonīmo narkomānu ārstēšanas vietas.¹³⁵ Līdzīgu pozīciju ieņem arī Kanādas Augstākā tiesa, kura, vispārīgi aizsargājot privātumu, norādīja, ka preses brīvība nedod žurnālistam lielākas tiesības uz izteiksmes brīvību, kādu vispārīgi bauda sabiedrība.¹³⁶

Arī Eiropas Cilvēktiesību tiesa ir norādījusi savos spriedumos (piemēram, *Neves v. Portugal* un *Tammer v. Estonia*¹³⁷ lietā), ka personas privātās dzīves aizsardzība nevar tikt atzīta par konvencijas 10. panta pārkāpumu. Līdz ar to **masu**

¹³¹ Tas attiecas uz bildēm, kas ir uzņemtas slepeni vai negaidīti privātā vietā, arī publiskās vietās, kurās persona nepastāv kā sabiedrības daļa, piem., restorānā, viesnīcā, telefonbūdiņā, persona veic privāta rakstura darbības ārpus trešo personu acīm, bildes uzņemtas ziņkārības vai sensācijas iemeslu dēļ. Sk.: International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, p. 168.

¹³² International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, p. 167.

¹³³ Ibid.

¹³⁴ The Law of Privacy and the Media 2002, p. 59 (2.36).

¹³⁵ Telford P. Towards the Tort of Invasion of Privacy, International Legal Practitioner. IBA, November 2004, Vol. 29, No. 3, pp. 213–214.

¹³⁶ International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, pp. 74–75.

¹³⁷ The Law of Privacy and the Media 2002, pp. 34–35 (1.70–1.71).

informācijas līdzeklim vai žurnālistam ir jāpierāda leģitīmas intereses esamība, kad, izplatot kādu informāciju, var tikt aizskartas vai ir aizskartas citas personas tiesības uz savu attēlu. Žurnālista subjektīva interese vai ziņkārība nav pietiekams pamats šādas leģitīmas intereses konstatēšanai.

Vārda brīvības un personas attēla neaizskaramības jomā būtu ļoti uzmanīgi jāizmanto analogija ar ASV tiesu praksi, jo tur ir atšķirīga nostāja līdzsvara noteikšanā, kas ir izskaidrojama ar ASV Konstitūcijas pirmo papildinājumu.¹³⁸

Kopsavilkums

1. Personas tiesības uz ārējo izskatu (attēlu) tiek atzītas ļoti plaši valstu normatīvajā regulējumā vai tiesu praksē. Šobrīd nav izveidojusies vienota izpratne par šo tiesību saturu un sistēmu civiltiesībās.
2. Personas tiesības uz individuālo izskatu ir atsevišķas personiskās tiesības, kuru pamatmērķis ir nodrošināt personas ārējā individuālā izskata neaizskaramību.
3. Tiesiskā aizsardzība ir jānodrošina personai kā pret komerciālu vai publisku tās ārējā izskata izmantošanu, tā arī pret nekomerciālu vai privātu izmantošanu, pat pret prettiesisku indivīda izskata fiksāciju. Uz pirmo gadījumu attiecas publicitātes tiesības un uz otro – personiskās tiesības. Personas tiesības uz ārējo izskatu var tikt aizsargātas ar dažādām tiesībām atkarībā no tā, kādos apstākļos tika veikta personas ārējā izskata fiksācija, tā izmantošana un kādas sekas tā radījusi.
4. Publicitātes tiesības ir visu indivīdu, bet pamatā publisku personu (slavenību) *sui generis* tiesības pret tās ārējā izskata (identitātes) prettiesisku komerciālu un publisku izmantošanu, t. sk. publicēšanu, masu informācijas līdzekļos. Šis personisko tiesību apzīmējums būtu atbilstoši jālieto Latvijas tiesību doktrīnā un juridiskajā literatūrā.
5. Neatkarīgi no publicitātes tiesībām katram indivīdam pastāv personiskās tiesības uz aizsardzību pret tā attēla (izskata) prettiesisku izmantošanu nekomerciālam mērķim vai nepubliskā nolūkā un pat fiksāciju (fotografēšanu, filmēšanu).
6. Publiskām personām pastāv lielāka iespēja tikt aizsargātām pret to ārējā izskata komerciālo izmantošanu, vienlaicīgi publiskām personām pastāv mazāka aizsardzība pret to ārējā izskata (attēla) izmantošanu bez saskaņojuma masu informācijas līdzeklī sakarā ar augstu sabiedrības leģitīmo interesi.
7. Vērtējot atbilstošu līdzsvaru starp publisku personu interesēm par savu ārējā izskata autonomiju un sabiedrības informatīvajām interesēm, ir jāņem vērā vēsturiski atšķirīgā pieeja ASV un Eiropā.
8. Līdzīgi kā ar privātuma tiesībām, arī tiesības uz personas ārējā izskata neaizskaramību ir primāri aizsargājamas, izņemot, ja to aizsardzība nav tiesiski aprobežota, piemēram, ar uzskatu vai izteiksmes brīvību. Attiecīgi personas neaizskaramība ir primāra un tās aizsardzība tiek nodrošināta kā primāra interese, savukārt tiesības uz preses brīvību ir šāds tiesisks izņēmums.

¹³⁸ International Privacy, Publicity and Personality Law 2001, p. 456; The Social Foundations of Privacy: Community and Self in the Common Law Tort. California Law Review, October, 1989, Vol. 77, No. 5, p. 999.