

## ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ ΣΤΟΙΧΕΙΩΝ ΠΡΟΣΩΠΙΚΟΤΗΤΑΣ ΚΑΙ ΑΡΧΕΙΑΚΟ ΥΛΙΚΟ

### I. Εισαγωγή

Τα τελευταία χρόνια παρατηρείται όλο και συχνότερα το φαινόμενο ο τύπος ,τα ηλεκτρονικά ΜΜΕ καθώς και άλλοι φορείς ενημέρωσης να συλλέγουν και να χρησιμοποιούν στοιχεία της προσωπικότητας, ιδίως το όνομα, τη φωνή, την εικόνα, βιογραφικά στοιχεία, στοιχεία του προσώπου όπως το αρχειακό υλικό κ.τ.λ. όχι μόνο για δημοσιογραφικούς σκοπούς αλλά και για την προώθηση εμπορευμάτων, υπηρεσιών ή για διαφήμιση. Η οικονομική και νομική σχέση του ατόμου με τα στοιχεία της προσωπικότητάς του (το λεγόμενο right of publicity) και η έντονη διαπλοκή όλων των φορέων ενημέρωσης και παροχής πληροφοριών (από τον γραπτό Τύπο μέχρι και το Διαδίκτυο) στη σχέση αυτή καθιστούν επιβεβλημένη την εξέταση της νομικής διάστασης του φαινομένου και στο πλαίσιο της ανά χείρας μελέτης.

Το 1953, στις ΗΠΑ, στην υπόθεση «Haelan Laboratories, Inc v. Topps Chewing Gum, Inc.» αναγνωρίζεται ένα νέο δικαίωμα που απορρέει από την προσωπικότητα: το right of publicity, που σημαίνει «δικαίωμα της δημοσιότητας». Το δικαίωμα αυτό συνίσταται στην αποκλειστική εξουσία του φορέα να χρησιμοποιεί στοιχεία της προσωπικότητάς του (όπως π.χ. την εικόνα και το όνομά του ή πληροφορίες από την ιδιωτική του ζωή) με σκοπό την αποκομιδή οικονομικού οφέλους.

Στον Ευρωπαϊκό χώρο, και ειδικότερα στην Ελλάδα, η αναγνώριση δικαιώματος του ατόμου να ελέγχει την οικονομική χρήση και εκμετάλλευση του ονόματός του και της εικόνας του, παραμένει εντεταγμένο στην ΑΚ 57, θεωρούμενο τόσο από τη νομολογία όσο και από το μεγαλύτερο μέρος της θεωρίας ως έκφανση του γενικού δικαιώματος της προσωπικότητας.

Εντούτοις, οι τεχνολογικές και κοινωνικές εξελίξεις έχουν καταστήσει σαφή, και στην Ελλάδα, την ανάγκη αναγνώρισης αυτού του δικαιώματος και έχουν οδηγήσει σε ευρεία συζήτηση, τόσο στη θεωρία, όσο και στη νομολογία, καθώς οι περιπτώσεις οικονομικής εκμετάλλευσης στοιχείων της προσωπικότητας τρίτων σε μεγάλο αριθμό δραστηριοτήτων αυξάνονται αλματωδώς.

Το δικαίωμα οικονομικής εκμετάλλευσης των στοιχείων της προσωπικότητας αποκτά ιδιαίτερη σημασία στις μέρες μας καθώς δημιουργούνται ολοένα και περισσότερες βάσεις δεδομένων ή ψηφιακά αρχεία από ιδιωτικούς και συλλογικούς φορείς, τα οποία συγκεντρώνουν και επεξεργάζονται στοιχεία της προσωπικότητας, που θα μπορούσαν να χρησιμοποιηθούν για τον προσπορισμό κέρδους από κάποιο τρίτο πρόσωπο. Εξάλλου, η δυνατότητα πρόσβασης και εύρεσης προσωπικών στοιχείων από οποιοδήποτε αρχειακό υλικό – κυρίως, εκείνων που αφορούν δημόσια και άλλα της επικαιρότητας πρόσωπα- αλλά κυρίως η δυνατότητα χρησιμοποίησης ή και αλλοίωσής τους από τρίτους διευρύνει ακόμα περισσότερο την ανάγκη προστασίας της προσωπικότητας.

Τίθενται πολλά ερωτήματα ως προς το τι ακριβώς εμπίπτει στο προστατευτικό πεδίο αυτού του δικαιώματος οικονομικής εκμετάλλευσης της «δημοσιότητας». Ποια πρόσωπα είναι φορείς του δικαιώματος; Είναι μόνο πρόσωπα της επικαιρότητας ή ο καθένας; Πώς μπορεί να προσδιοριστεί η αξία του στοιχείου της προσωπικότητας που γίνεται αντικείμενο εκμετάλλευσης; Ποια είναι η νομική φύση του δικαιώματος; Μεταβιβάζεται και κληρονομείται;

## II. Εξέλιξη του Δικαιώματος σε αλλοδαπές έννομες τάξεις

### A/ Ηνωμένες Πολιτείες Αμερικής

Όπως προαναφέρθηκε, το right of publicity πρωτοεμφανίστηκε στις ΗΠΑ. Το συγκεκριμένο δικαίωμα προέκυψε από το right of privacy, ειδικότερα από τις περιπτώσεις της «επέμβασης στην ιδιωτική σφαίρα μέσω ιδιοποίησης», ή με άλλα λόγια εκμετάλλευσης ξένων στοιχείων της προσωπικότητας.

Το right of publicity δεν πρέπει να θεωρηθεί ως εξέλιξη του right of privacy αλλά, αντιθέτως, πρόκειται για ένα αυτοτελές δικαίωμα που δεν προστατεύει τα συμφέροντα του ατόμου γενικώς, αλλά αποκλειστικά και μόνον τα οικονομικά. Το right of privacy δεν αποδείχθηκε επαρκές σχετικά με την εκμετάλλευση στοιχείων της προσωπικότητας δημοσίων προσώπων για διαφημιστικούς- οικονομικούς σκοπούς.

Το γεγονός ότι η κατοχύρωση του δικαιώματος του ιδιωτικού βίου και το πεδίο εφαρμογής του δεν μπορούσε να εξασφαλίσει πλήρη προστασία στον τομέα της οικονομικής αξιοποίησης εκφάνσεων της προσωπικότητας εξηγείται, όταν εξετάσουμε ποια αγαθά αναμενόταν να προστατευτούν από το «δικαίωμα του ιδιωτικού βίου». Μέσω του δικαιώματος αυτού αποσκοπείτο η προστασία των

διασημοτήτων από τις αρνητικές ψυχικές ή ψυχολογικές επιπτώσεις που θα μπορούσε ενδεχομένως να έχει μια τέτοια ανεπιθύμητη δημοσιότητα και να τους δώσει τη δυνατότητα να ζητήσουν ικανοποίηση της ηθικής και της ενδεχόμενης περιουσιακής βλάβης.

Με τις τεχνολογικές εξελίξεις στο τομέα της συλλογής και διάδοσης πληροφοριών, η θεωρία και νομολογία ανέπτυξαν την αρχή ότι στην περίπτωση εκμετάλλευσης της δημοσιότητας για διαφημιστικούς- οικονομικούς σκοπούς δεν υφίσταται προσβολή του ιδιωτικού βίου. Ο δικαστής J.Frank, στην υπόθεση Haelan, το 1953, χρησιμοποίησε για πρώτη φορά τον όρο right of publicity προκειμένου να υποδηλώσει ένα δικαίωμα κυριότητας επί των στοιχείων της προσωπικότητας ενός ατόμου. Το δικαίωμα της κυριότητας παραβιάζεται με την παράνομη χρήση στοιχείων της προσωπικότητας τρίτου προσώπου για εμπορικούς σκοπούς. Η υπόθεση Haelan αφορούσε την διαφορά δύο παραγωγών τσίγλας. Ειδικότερα, ο πρώτος παραγωγός τσίγλας είχε συνάψει συμβάσεις με διάφορους διάσημους παίκτες του baseball, που του επέτρεπαν να χρησιμοποιεί τις φωτογραφίες τους προκειμένου να τις εσωκλείει στη συσκευασία της τσίγλας, και είχε εναγάγει έναν άλλο παραγωγό τσίγλας, ο οποίος έκανε το ίδιο, χωρίς όμως την συναίνεση των παικτών.

Το Right of publicity αναγνωρίστηκε ως ιδιαίτερο δικαίωμα το 1977 από το Ανώτατο Δικαστήριο στην υπόθεση Zacchini.

## B/ Γερμανία

Το γερμανικό δίκαιο αντέδρασε στην αρχή αρνητικώς ως προς την αυτονόμηση του δικαιώματος στην εμπορική εκμετάλλευση στοιχείων της προσωπικότητας. Όπως και στις ΗΠΑ, επικρατούσε η άποψη ότι η παράνομη εκμετάλλευση της εικόνας ή άλλων στοιχείων της ταυτότητας του ανθρώπου, συνιστά προσβολή της τιμής και της υπόληψής του. Η ανωτέρω παραδοχή τέθηκε υπό αμφισβήτηση όταν διασημότητες άρχισαν να συνάπτουν συμβάσεις διαφημιστικού περιεχομένου εκμεταλλεόμενοι πλήρως εκφάνσεις της προσωπικότητάς τους.

Η γερμανική νομολογία, διαπιστώνοντας ότι οι διατάξεις της πνευματικής και της βιομηχανικής ιδιοκτησίας δεν επαρκούσαν, ενέταξε την προστασία της περιουσιακής πλευράς των στοιχείων της προσωπικότητας στο δικαίωμα της προσωπικότητας, το οποίο αρχικά είχε αναγνωριστεί προκειμένου να προστατεύσει μη περιουσιακά συμφέροντα.

Το δικαίωμα της δημοσιότητας και το δικαίωμα του ιδιωτικού βίου δεν θεωρούνται δύο αυτοτελή και ανεξάρτητα μεταξύ τους δικαιώματα, αλλά συνιστούν ένα ενιαίο δικαίωμα με το οποίο κατοχυρώνεται η προστασία τόσο της μη περιουσιακής πλευράς της προσωπικότητας όσο και της περιουσιακής πλευράς της. Σε πρακτικό επίπεδο, το προσβαλλόμενο πρόσωπο έχει να επιλέξει αν θέλει να ζητήσει ικανοποίηση της ηθικής βλάβης ή αν επιθυμεί την απόδοση του κέρδους με βάση τις διατάξεις περί αδικοπραξίας και περί αδικαιολογήτου πλουτισμού.

Το πρόβλημα σχετικά με την οικονομική εκμετάλλευση της προσωπικότητας αντιμετωπίζεται στην ελληνική δικαιοσύνη με την ένταξη της προστασίας της περιουσιακής πλευράς της προσωπικότητας στην ήδη υπάρχουσα προστασία του δικαιώματος της προσωπικότητας. Και η ελληνική νομολογία έχει αναγνωρίσει, ότι η χρησιμοποίηση στοιχείων της προσωπικότητας για διαφημιστικούς και εμπορικούς σκοπούς συνιστά προσβολή της προσωπικότητας. Έτσι, έχει αναγνωριστεί επανειλημμένα ότι η χρησιμοποίηση της εικόνας ενός ατόμου για διαφημιστικούς-εμπορικούς σκοπούς, χωρίς την συναίνεση του δικαιούχου, συνιστά αυτοτελή προσβολή της προσωπικότητάς του, έστω και αν δεν εμπεριέχει μείωση της τιμής ή της υπόληψής του ή παραβίαση απορρήτου της ιδιωτικής του ζωής, παρέχοντας αξίωση για αποζημίωση ή για ικανοποίηση της ηθικής βλάβης.

### III. Περιεχόμενο του δικαιώματος

Όπως προαναφέρθηκε, το δικαίωμα της οικονομικής εκμετάλλευσης στοιχείων της προσωπικότητας είναι το δικαίωμα του προσώπου να ελέγχει και να προστατεύει την οικονομική χρήση και εκμετάλλευση ορισμένων κερδοφόρων στοιχείων της προσωπικότητάς του. Εμπεριέχει την εξουσία του ατόμου, αφενός, να επιτρέψει σε τρίτα πρόσωπα την χρησιμοποίηση στοιχείων της προσωπικότητάς του για να αποκομίσει οικονομικό όφελος, και, αφετέρου, να εμποδίσει άλλους από την παράνομη, χωρίς την συναίνεσή του, χρησιμοποίηση αυτών των στοιχείων.

Προϋπόθεση για την άσκηση του δικαιώματος δημοσιότητας είναι εν πρώτοις να διαθέτει το προστατευόμενο πρόσωπο οικονομικώς εκμεταλλεύσιμα στοιχεία της ταυτότητάς του. Είναι γεγονός ότι η εμπορική εκμετάλλευση π.χ. της εικόνας ή του ονόματος, αποσκοπεί συνήθως στην εκμετάλλευση της δημόσιας παρουσίας (image) και της διασημότητας του προσώπου. Ο παραγωγός ενός προϊόντος θα ενδιαφερθεί να χρησιμοποιήσει ένα διάσημο και δημοφιλές πρόσωπο για να διαφημίσει το προϊόν

του με την προοπτική να αυξήσει τις πωλήσεις του και όχι τον απλό μέσο πολίτη. Αν θέλει κάποιος να προσδιορίσει την εμπορική αξία του στοιχείου της προσωπικότητας βασιζόμενος στην προσφορά και ζήτηση της αγοράς, θα διαπιστώσει ότι τα στοιχεία των διασημοτήτων έχουν σαφώς μεγαλύτερη εμπορική αξία. Το γεγονός αυτό δεν σημαίνει, όμως, ότι η εικόνα ενός αγνώστου στο πλατύ κοινό, δεν μπορεί να έχει, σε συγκεκριμένες περιπτώσεις, εμπορική αξία.

Επομένως, δεν δικαιολογείται, εφόσον υπάρχουν οι περιπτώσεις εμπορικής εκμετάλλευσης και ως προς μη διάσημα πρόσωπα, να στερηθούν τα πρόσωπα αυτά της έννομης προστασίας του δικαιώματος. Το γεγονός ότι η εμπορική αξία του στοιχείου της προσωπικότητας διαφέρει ανάλογα με το βαθμό διασημότητας του ατόμου, μπορεί να ληφθεί υπόψη στον υπολογισμό του ύψους της αποζημίωσης.

Η νομολογία στην Ελλάδα, απ' ό,τι φαίνεται, δεν διακρίνει ανάμεσα σε διάσημα και μη διάσημα πρόσωπα. Θα πρέπει να γίνει αναφορά στην υπ' αριθμόν 168/1979 απόφαση του Μον.Πρωτ. Σύρου, με την οποία κρίθηκε ότι ουδείς έχει το δικαίωμα, χωρίς την συναίνεση του ενδιαφερομένου, να αποτυπώσει την εικόνα του, να την εκθέσει δημόσια, ή να την καταστήσει αντικείμενο εμπορίου. Στην υπό κρίση υπόθεση, το σωματείο ημιονηγών της Σαντορίνης είχε καταθέσει αίτηση ασφαλιστικών μέτρων κατά επαγγελματία φωτογράφου, ο οποίος τους φωτογράφιζε και κατόπιν πωλούσε τις φωτογραφίες. Παράλληλα, μεταξύ των ημιονηγών και του φωτογράφου υπήρχε συμφωνία που επέτρεπε στον φωτογράφο να πωλεί τις φωτογραφίες έναντι κάποιου ποσού που είχε υποχρεωθεί να καταβάλει στο σωματείο. Λόγω μη καταβολής του ανωτέρω ποσού, οι ημιονηγοί ανακάλεσαν τη συναίνεσή τους. Η υπόθεση δείχνει ότι όχι μόνο αναγνωρίζεται ότι η εικόνα του προσώπου ως στοιχείο της προσωπικότητας του ατόμου έχει εμπορική αξία αλλά και ότι δεν εμπίπτουν μόνο διασημότητες στο προστατευτικό πεδίο του δικαιώματος.

Ταυτόχρονα, χαρακτηριστική περίπτωση χρήσης εικόνας (μη διάσημου προσώπου) για τη διαφήμιση προϊόντων, που έγινε χωρίς τη συναίνεση του απεικονιζόμενου προσώπου, αναφέρεται στην υπ' αριθμ. 3051/2003 απόφαση του Εφετείου Αθηνών. Στην απόφασή του αυτή το δικαστήριο έκρινε ότι η χωρίς άδεια δημοσίευση της φωτογραφίας μιας αγρότισσας που συνέλεγε σταφύλια στην περιοχή των Σπάτων σε διαφημιστικό φυλλάδιο κρασιών, το οποίο διανεμήθηκε ως ένθετο μιας εφημερίδας ενώ η γυναίκα είχε συναινέσει η συγκεκριμένη φωτογραφία να δημοσιευθεί σε δημοσίευμα μίας εφημερίδας με τίτλο «Πράσινο φως στα Σπάτα...» συνιστούσε παράνομη προσβολή της προσωπικότητάς της.

Η αναγνώριση του εν λόγω δικαιώματος και σε μη διάσημα πρόσωπα και η διαφορετική αντιμετώπιση στον υπολογισμό της αποζημίωσης συναντάται όχι μόνο στην ελληνική έννομη τάξη αλλά και σε αλλοδαπές. Έτσι, στην Αμερική, σύμφωνα με την κρατούσα άποψη τόσο στη νομολογία όσο και στη θεωρία, κάθε άνθρωπος, ανεξάρτητα από το βαθμό διασημότητάς του, προστατεύεται ως προς τα στοιχεία της προσωπικότητάς του από την εμπορική εκμετάλλευση εκ μέρους τρίτων. Σε περίπτωση που το προσβαλλόμενο πρόσωπο είναι άγνωστο στο ευρύ κοινό, η αξία του στοιχείου της ταυτότητάς του για τον προσδιορισμό της αποζημίωσης υπολογίζεται σύμφωνα με το αντίστοιχο ποσό που πληρώνεται από πρακτορεία «μόντελινγκ» σε ερασιτέχνες. Και στη Γερμανία, η προστασία αυτού του δικαιώματος δεν περιορίζεται σε διασημότητες. Προϋπόθεση, όμως, είναι το συγκεκριμένο στοιχείο της ταυτότητας να είχε κάποια εμπορική αξία πριν από την προβολή ή τουλάχιστον να μπορούσε ενδεχομένως να έχει.

#### IV. Προστατευόμενα στοιχεία της προσωπικότητας

Ως προστατευόμενα στοιχεία, που είναι δυνατόν να γίνουν αντικείμενο οικονομικής εκμετάλλευσης, αντιμετωπίζονται μεταξύ άλλων η εικόνα, το όνομα, η φωνή και στοιχεία από το αρχειακό υλικό που αφορούν την προσωπικότητα ενός ατόμου.

Το στοιχείο της προσωπικότητας, που, κατά κύριο λόγο, μπορεί να γίνει αντικείμενο εμπορικής εκμετάλλευσης, είναι η εικόνα. Η εικόνα του ατόμου δεν είναι μόνο η ακριβής αποτύπωση της μορφής του, άσχετα με τι μέσο πραγματοποιείται αυτή αλλά και κάθε ορατό στοιχείο το οποίο επιτρέπει την αναγνώριση της ταυτότητας του προσώπου το οποίο απεικονίζεται. Κατά συνέπεια, ως εικόνα πρέπει να αντιμετωπίζεται ακόμα και ένα χαρακτηριστικό και εύκολα αναγνωρίσιμο σημείο του σώματος ενώ ταυτόχρονα η προστασία της εικόνας πρέπει να παρέχεται και στους σωσίες (εφόσον, όμως, αφορούν πρόσωπα της δημοσιότητας).

Η προστασία του ονόματος δεν είναι τόσο αυστηρή. Αυτό οφείλεται στο γεγονός ότι το όνομα δεν αποτελεί τόσο χαρακτηριστικό στοιχείο της ταυτότητας ενός προσώπου όσο η εικόνα του. Στις περιπτώσεις, όμως, στις οποίες το όνομα (άσχετα αν είναι το αληθινό ή πρόκειται για ψευδώνυμο) συνδέεται στενά με την ταυτότητα ενός συγκεκριμένου ανθρώπου προστατεύεται ακριβώς όπως η εικόνα ως στοιχείο της προσωπικότητας.

Και η φωνή αποτελεί στοιχείο της προσωπικότητας του προσώπου που μπορεί να τύχει εμπορικής εκμετάλλευσης. Σε καλλιτέχνες, τραγουδιστές, ηθοποιούς, η φωνή πρέπει να θεωρηθεί χαρακτηριστικό στοιχείο της ταυτότητας ενός συγκεκριμένου ανθρώπου. Χαρακτηριστική είναι η υπόθεση Bette Midler, η οποία απασχόλησε τα αμερικανικά δικαστήρια. Ειδικότερα, η εταιρία Ford είχε ζητήσει από την ηθοποιό και τραγουδίστρια Bette Midler να ερμηνεύσει ένα δημοφιλές κομμάτι, το οποίο θα «έντυνε» μουσικά τη διαφήμιση ενός αυτοκινήτου. Η Midler δεν δέχτηκε με αποτέλεσμα η εταιρία Ford να αποκτήσει τα πνευματικά δικαιώματα εκτέλεσης του μουσικού κομματιού και να χρησιμοποιήσει μια άλλη τραγουδίστρια με παρόμοια φωνή. Το δικαστήριο έκρινε ότι, ανεξάρτητα από την απόκτηση των δικαιωμάτων πνευματικής ιδιοκτησίας, έπρεπε να προστατευθεί και η φωνητική ταυτότητα του προσώπου.

Η προστασία δεν εξαντλείται στα προαναφερθέντα αγαθά, αλλά καταλαμβάνει όλα τα στοιχεία της προσωπικότητας, τα οποία, αν αποκτήσουν εμπορική αξία και γίνουν αντικείμενο εμπορικής εκμετάλλευσης, εμπίπτουν στην προστασία του εν λόγω δικαιώματος. Έτσι, στην Ελλάδα, με την απόφαση υπ' αριθμόν 16785/ 1980 του ΠολΠρωτΑθ, αναγνωρίστηκαν ως αξία προστασίας, εκτός από την εικόνα και το όνομα, και άλλα στοιχεία της προσωπικότητας. Με την εν λόγω απόφαση κρίθηκε ότι η χρησιμοποίηση παραποιημένων στίχων για διαφημιστικούς λόγους συνιστά προσβολή της προσωπικότητας. Συγκεκριμένα, αντιπροσωπεία αυτοκινήτων είχε χρησιμοποιήσει κάποιο στίχο από ένα ποίημα τον οποίο είχε παραποιήσει και στη συνέχεια τον χρησιμοποίησε για να διαφημίσει ένα αυτοκίνητο. Το ποίημα αυτό είχε μελοποιηθεί από τον συνθέτη Μίκη Θεοδωράκη και είχε γίνει πολύ γνωστό την δεκαετία του 1960. Από το δικαστήριο κρίθηκε ότι η χρησιμοποίηση των παραποιημένων στίχων ήταν παράνομη διότι εθίγη η τιμή και η φήμη του στιχουργού ως πνευματικού δημιουργού ενώ επιδικάστηκε στον τελευταίο και αποζημίωση με βάση το κέρδος που απέκομισε η εταιρία λόγω των διαφημίσεων.

Πλην των ανωτέρω, οποιαδήποτε στοιχεία, τα οποία είναι στενά συνδεδεμένα με την ταυτότητα του προσώπου και μπορούν ενδεχομένως να γίνουν αντικείμενο εμπορικής εκμετάλλευσης, εμπίπτουν στο προστατευτικό πεδίο του εν λόγω δικαιώματος (π.χ. ένα μοναδικό χαρακτηριστικό γνώρισμα για ένα συγκεκριμένο πρόσωπο).

Τα παραπάνω νομολογιακά παραδείγματα αναδεικνύουν την ευχέρεια χρησιμοποίησης και αλλοίωσης στοιχείων της προσωπικότητας, όπως η εικόνα, η

φωνή ή η μορφή, από τρίτα πρόσωπα. Οι σύγχρονες αρχειακές «βιβλιοθήκες» ή βάσεις δεδομένων δεν περιορίζονται μόνο στη συγκέντρωση εγγράφων αλλά και στην συλλογή και ψηφιοποίηση εικόνων, ηχητικών αποσπασμάτων, φωτογραφιών, οπτικοακουστικού υλικού και γενικότερα στοιχείων που συνδέονται άμεσα με τη προσωπικότητα ενός ατόμου. Με τις σύγχρονες τεχνολογικές εξελίξεις, καθίσταται πλέον πολύ εύκολο να χρησιμοποιηθούν τα ανωτέρω στοιχεία ή να παραποιηθούν προκειμένου να επιτευχθούν εμπορικοί ή άλλοι σκοποί, πράγμα που επιβάλλει την ένταξη του αρχειακού υλικού στο πεδίο προστασίας του δικαιώματος οικονομικής εκμετάλλευσης, στοιχείων της προσωπικότητας.

Θα πρέπει, όμως, να σημειωθεί ότι προσβολή της προσωπικότητας μπορεί να επέλθει όχι μόνο κατόπιν επέμβασης και πρόσβασης τρίτων προσώπων σε αρχειακό υλικό αλλά και όταν ο ίδιος ο φορέας διαχείρισης του αρχειακού υλικού δεν περιοριστεί απλώς στη συλλογή και καταγραφή των ανωτέρω στοιχείων της προσωπικότητας και προχωρήσει αυθαιρέτως στην εμπορευματοποίηση του αρχείου, στην παραποίηση στοιχείων, στην μερική τους παράθεση ( παράθεση ορισμένων ομιλιών ή φωτογραφιών) ώστε να αλλοιώνεται η ζωή, το έργο και η συνολική κοινωνική προσφορά ενός προσώπου.

#### V. Δυνατότητα περιορισμού του δικαιώματος οικονομικής εκμετάλλευσης στοιχείων της προσωπικότητας

Το δικαίωμα οικονομικής εκμετάλλευσης στοιχείων της προσωπικότητας περιορίζεται κυρίως από το δικαίωμα της ελευθερίας του λόγου και του τύπου (Σ § 14 παρ.1 και 2 και Σ §15 και το δικαίωμα ελευθερίας της τέχνης Σ § 16). Η κρατούσα άποψη δέχεται, ότι το πρόσωπο πρέπει να ανεχθεί τη δημόσια έκθεση του ίδιου ή και στοιχείων της προσωπικότητάς του μέσω των φορέων παροχής πληροφοριών, όταν υπάρχει δικαιολογημένο ενδιαφέρον της κοινωνίας για πληροφόρηση. Το γεγονός ότι η δημοσιοποίηση στοιχείων της προσωπικότητας έχει παράλληλα και κερδοσκοπικό χαρακτήρα δεν αποκλείει αναγκαστικά την αναγνώριση έννομου συμφέροντος της κοινωνίας για πληροφόρηση. Εξάλλου, τα πρόσωπα της επικαιρότητας θα πρέπει να δέχονται επεμβάσεις που δικαιολογούνται από το ενδιαφέρον της κοινής γνώμης, τις οποίες ένα μη διάσημο πρόσωπο δεν οφείλει να δεχθεί. Σε κάθε περίπτωση, όμως, το ενδιαφέρον του κοινού δεν λειτουργεί, καταρχήν, ως νομιμοποιητικός παράγοντας επέμβασης στη σφαίρα του απορρήτου του κάθε ατόμου. Ταυτόχρονα, η ελευθερία

του λόγου δεν νομιμοποιεί τη χρησιμοποίηση στοιχείων της προσωπικότητας για διαφημιστικούς σκοπούς. Η δυνατότητα περιορισμού, και όσον αφορά την ελευθερία της τέχνης, κρίνεται ad hoc και το ανωτέρω ζήτημα δεν προσφέρεται για a priori σχηματοποιήσεις.

## VI. Μεταβίβαση

Τόσο η αμερικάνικη θεωρία όσο και η νομολογία δέχονται ότι το right of publicity αποτελεί ένα μεταβιβάσιμο δικαίωμα. Διχογνωμία υπάρχει ως προς τη δυνατότητα αιτία θανάτου μεταβίβασής του λόγω του προσωποπαγούς χαρακτήρα του προαναφερθέντος δικαιώματος. Στις ΗΠΑ οι περισσότερες πολιτείες που αναγνωρίζουν το κληρονομητό του δικαιώματος θέτουν κάποιο χρονικό όριο ως προς την μετά θάνατον προστασία.

Στη Γερμανία, το δικαίωμα της οικονομικής εκμετάλλευσης στοιχείων της προσωπικότητας θεωρείται προσωποπαγές και γι' αυτό, καταρχήν, αποσβήνεται με το θάνατο του προσώπου. Μάλιστα, δεν γίνεται δεκτό ότι το δικαίωμα μεταβιβάζεται, γεγονός που δεν έχει και μεγάλη πρακτική σημασία καθώς το δικαίωμα μπορεί να διατίθεται με τη συναίνεση του φορέα, με την οποία συχνά συνδυάζεται και οικονομικό αντάλλαγμα.

Στον ελληνικό δικαίκο χώρο θα μπορούσε να υποστηριχθεί η άποψη του επιτρεπτού της εν ζωή μεταβίβασης και της ανάλογης εφαρμογής της ΑΚ 932 εδαφ. 3 προκειμένου περί του κληρονομητού του δικαιώματος. Σύμφωνα με την παραπάνω διάταξη, όπως εφαρμόζεται αναλόγως, η οικογένεια του θανόντος διατηρεί το δικαίωμα οικονομικής εκμετάλλευσης των στοιχείων της προσωπικότητας του αποβιώσαντος στο βαθμό που η συγκεκριμένη προσβολή, παρουσίαση ή εκπομπή των προσωπικών δεδομένων δεν εξυπηρετεί το δικαιολογημένο ενδιαφέρον του κοινού για πληροφόρηση και δεν έχει καταστεί κοινόχρηστο αγαθό.

## VII. ΣΧΕΣΗ ΔΙΚΑΙΩΜΑΤΟΣ ΟΙΚΟΝΟΜΙΚΗΣ ΕΚΜΕΤΑΛΛΕΥΣΗΣ ΜΕ ΤΟ ΔΙΚΑΙΩΜΑ ΠΝΕΥΜΑΤΙΚΗΣ ΙΔΙΟΚΤΗΣΙΑΣ

Ως πνευματική ιδιοκτησία ορίζεται το δικαίωμα που η έννομη τάξη απονέμει στο δημιουργό ενός πνευματικού έργου πάνω στο έργο αυτό. Αν και το αντικείμενο του ανωτέρω δικαιώματος είναι διαφορετικό από το δικαίωμα της οικονομικής εκμετάλλευσης στοιχείων της προσωπικότητας, υπάρχουν ορισμένες ομοιότητες. Το δικαίωμα της πνευματικής ιδιοκτησίας, το οποίο ρυθμίζεται, κατά βάση, από το

νόμο 2121/1993, αποτελείται στην ουσία από δύο δικαιώματα, το ηθικό και το περιουσιακό. Το ηθικό δικαίωμα αποσκοπεί στην προστασία του προσωπικού δεσμού του δημιουργού με το έργο του, ενώ το περιουσιακό έχει οικονομική αξία και είναι δεκτικό εκμετάλλευσης. Το δικαίωμα εκμετάλλευσης στοιχείων της προσωπικότητας, όπως και αυτό της πνευματικής ιδιοκτησίας προστατεύουν αγαθά τα οποία είναι πολύ στενά συνδεδεμένα με τον ίδιο τον άνθρωπο. Και τα δύο παρέχουν ηθική προστασία όσο και περιουσιακή.

Στην περίπτωση που κάποιος εκμεταλλεύεται την εικόνα ενός ατόμου για εμπορικούς σκοπούς, χωρίς τη συναίνεσή του, καθίσταται εμφανής ποια είναι η διαφορά ανάμεσα στα δύο δικαιώματα. Από τη μία πλευρά εκμεταλλεύεται το δημιούργημα του φωτογράφου (ο οποίος προστατεύεται με τις διατάξεις του ν. 2121/1993) και από την άλλη χρησιμοποιεί την εικόνα ενός προσώπου χωρίς τη συναίνεσή του. Η εικόνα προστατεύεται από το δικαίωμα εκμετάλλευσης στοιχείων της προσωπικότητας.

Συμπερασματικά, το δικαίωμα της οικονομικής εκμετάλλευσης στοιχείων της προσωπικότητας αποσκοπεί καθαρά μόνο στην προστασία των στοιχείων αυτών, ενώ το δικαίωμα επί της πνευματικής ιδιοκτησίας στην προστασία του δημιουργήματος του προσώπου.

## VIII. Δικαστική Προστασία του Δικαιώματος

Στο πεδίο των αξιώσεων φαίνεται καθαρά ότι το δικαίωμα οικονομικής εκμετάλλευσης στοιχείων της προσωπικότητας είναι διαφορετικό, αυτοτελές δικαίωμα σε σχέση με το δικαίωμα επί της μη περιουσιακής, ηθικής πλευράς της προσωπικότητας, όπως το γνωρίζαμε μέχρι σήμερα. Πρόκειται σαφώς για προστασία της περιουσίας με την ευρύτερη έννοια, δηλαδή της περιουσιακής πλευράς της προσωπικότητας, μέσω της οποίας παρέχεται στον δικαιούχο η εξουσία όχι μόνο να αποτρέψει την εμπορική εκμετάλλευση στοιχείων της προσωπικότητας, αλλά και να αποκομίσει ο ίδιος το οικονομικό όφελος μιας τέτοιας εκμετάλλευσης. Τη στιγμή που θίγεται το δικαίωμά του αυτό, δικαιούται να ζητήσει απόδοση του οικονομικού οφέλους που εισέπραξε ένας τρίτος.

Η χρήση στοιχείου της προσωπικότητας ενός ατόμου για εμπορικούς-οικονομικούς σκοπούς χωρίς τη συναίνεση του τελευταίου συνιστά παράνομη

προσβολή της προσωπικότητάς του, ακόμα κι αν δεν εμπεριέχει μείωση της τιμής ή της υπόληψής του, ή παραβίαση του απορρήτου της ιδιωτικής του ζωής.

Ο προσβαλλόμενος έχει το δικαίωμα αγωγής ή αίτησης για λήψη ασφαλιστικών μέτρων για άρση της προσβολής και παράλειψη αυτής στο μέλλον. Επίσης, μπορεί να ζητήσει αποζημίωση σύμφωνα με τις διατάξεις για τις αδικοπραξίες, ΑΚ 57 εδ. 2, 914 επ., ή και ικανοποίηση της ηθικής βλάβης σύμφωνα με τις ΑΚ 59, 932 (931). Θα πρέπει να σημειωθεί ότι αν η παράνομη εκμετάλλευση στοιχείων της προσωπικότητας συντελεστεί από τα ΜΜΕ, τότε εφαρμόζονται ειδικές διατάξεις.

Η απόδοση του κέρδους που αποκόμισε όποιος χρησιμοποίησε τα στοιχεία για διαφημιστικούς σκοπούς, είναι δυνατόν να αξιωθεί από τον προσβαλλόμενο δυνάμει του ΑΚ 739 (μη γνήσια διοίκηση αλλοτρίων) καθώς και με τις διατάξεις του αδικαιολόγητου πλουτισμού.

Πάντως, διχογνωμία υπάρχει ως προς τον προσδιορισμό του ύψους της αποζημίωσης. Σε αντίθεση με την Αμερική, όπου οι αποζημιώσεις είναι υπέρογκες, στην Γερμανία ο προσβαλλόμενος έχει την επιλογή είτε να ζητήσει ικανοποίηση της ηθικής του βλάβης είτε να ζητήσει απόδοση του κέρδους, που αποκόμισε ο τρίτος. Στην Ελλάδα, από τη νομολογία των δικαστηρίων δεν προκύπτει κάποια συγκεκριμένη κατεύθυνση. Έτσι, αναγνωρίζεται ότι υπάρχει περιουσιακή πλευρά της προσωπικότητας αλλά ως προς την απόδοση του παράνομου κέρδους στον δικαιούχο υπάρχει αμφισβήτηση (βλ. αποφάσεις ΑΠ 940/1995 και ΕφΑ03346/1996).

## ΙΧ. ΕΠΙΛΟΓΟΣ

Τα προβλήματα που θέτει η οικονομική εκμετάλλευση των στοιχείων της προσωπικότητας αλλά και του αρχειακού υλικού που αφορά το άτομο όχι μόνο από τα ΜΜΕ αλλά και από κάθε φορέα ενημέρωσης, παροχής ή συγκέντρωσης ή επεξεργασίας και εκμετάλλευσης πληροφοριών είναι πολλά και ποικίλα με συνέπεια η επίλυσή τους να εμφανίζεται ιδιαίτερος ενδιαφέρουσα. Και αυτό γιατί μπορεί το ανωτέρω δικαίωμα να απορρέει από το ευρύτερο δικαίωμα στην προσωπικότητα αλλά σε καμία περίπτωση δεν πρέπει να υποτιμάται η περιουσιακή πλευρά του.