

Wraca kwestia wywieszania w sklepach wizerunku złodziei. Zgodnie z art. 81 ustawy o prawach autorskich i prawach pokrewnych „rozpowszechnianie wizerunku wymaga zezwolenia osoby na nim przedstawionej”. Oznacza to, że właściciele sklepów, którzy chcą w ten sposób chronić się przed kradzieżami, naruszają prawa osób, których wizerunek publikują.

Z drugiej strony, który złodziej zdecyduje się na walkę w sądzie, o ochronę wizerunku, gdy na nagraniu widać, że popełnia kradzież? W kontekście kradzieży sklepowych przepis ten pozostaje martwy. Gazeta Wyborcza” opisała taką sprawę z Gdańska, w marcu 2017. Złodziej, który pozwał agentki sklepu Freshmarket, nie stawiał się przed sądem. Nie tylko nie udało mu się dojść swoich praw, ale został obciążony kosztami sądowymi wynoszącymi ponad 900 zł.

Nie tylko w Polsce właściciele sklepów walczą ze złodziejami przez publikowanie ich wizerunków - w internecie można znaleźć podobne doniesienia z Wielkiej Brytanii, czy Australii. W naszej ocenie – specjalistów Akademii Monitoringu Wizyjnego, ważną rolę mają tu do odegrania sądy i prokuratury, bo to one na wniosek policji decydują o publikacji wizerunku. Im szybciej będą wydawane zgody, tym łatwiejsze będzie ściganie sprawców kradzieży. Tym bardziej, że złodzieja można zidentyfikować nie tylko na podstawie zdjęcia twarzy, ale po charakterystycznym tatuażu, stroju, butach czy indywidualnym dla każdego człowieka sposobie chodzenia i postawie - w ten sposób sprawcę identyfikują mieszkańcy okolicy, w której mieszka. Dlatego naszym zdaniem, dużo skuteczniejszym od publikowania samych zdjęć, jest prezentowanie nagrań z monitoringu, w połączeniu z jedną klatką (zdjęciem) które najlepiej pokazuje wizerunek sprawcy.