

**ŻANETA SZLACHCIKOWSKA**

## **Prawnokarne aspekty zniesławienia na fanpage'u na przykładzie „Nie polecam w Toruniu”**

Istnieje wiele fanpage'y tworzonych na portalu społecznościowym Facebook, zatytułowanych „Nie polecam w (nazwa miejscowości)”, tak np. Bydgoszczy, Chrzanowie, Grudziądzu, Jastrzębiu, Krotoszynie, Nysie, Pile, Płocku, Radomiu, Świnoujściu, Warszawie, Wrocławiu, Zamościu, Żarach. Pierwiastkiem wspólnym wspomnianych witryn jest publikowanie wypowiedzi krytykujących świadczone przez przedsiębiorców usługi, jak też osoby indywidualne. Celem artykułu jest analiza zamieszczanych tam wypowiedzi i opinii pod kątem ewentualnego wypełnienia znamion zniesławienia na przykładzie fanpage'a „Nie polecam w Toruniu”. Głównym kryterium doboru zamieszczonych tam komentarzy były pejoratywne zarzuty czynione wobec podmiotów świadczących różne usługi, co jednak z góry nie przesądza, że mamy do czynienia z przestępstwem zniesławienia. Przytaczając wpisy tam zamieszczone, posłużono się skrótami imion, nazwisk oraz nazw firm, gdy w oryginalnej pisowni wskazane one zostały w pełnych brzmieniach.

W rozumieniu przepisów kodeksu karnego zniesławienie dotyczy pomawiania o takie postępowanie lub właściwości, które mogą poniżyć w opinii publicznej lub narazić na utratę zaufania potrzebnego dla danego stanowiska, zawodu lub rodzaju działalności (art. 212 § 1 k.k.). Jeżeli sprawca podniesie zarzut za pomocą środków masowego komunikowania (art. 212 § 2 k.k.), mamy do czynienia z kwalifikowanym typem przestępstwa.

Na wstępie należy zastanowić się, czy do środków masowego komunikowania można zaliczyć Internet, wszak to właśnie w sieci funkcjonują analizowane wpisy. Zgodnie z definicją encyklopedyczną środkami komunikowania masowego są „środki masowego przekazu, środki masowej informacji i propagandy, środki masowe, instytucje oraz środki komunikowania służące przekazywaniu informacji różnego rodzaju”. Zalicza się do nich: prasę, radio, film, telewizję, książki o wielkich nakładach, plakaty i płyty<sup>1</sup>. Kodeks karny<sup>2</sup> operuje pojęciem „środki maso-

---

<sup>1</sup> *Encyklopedia wiedzy o prasie*, red. J. Maślanka, Wrocław 1976, s. 233.

<sup>2</sup> Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. – Kodeks karny (tekst jedn.: Dz.U. z 2015 r., poz. 396 z późn. zm.).

wego komunikowania”, prawo prasowe<sup>3</sup> posługuje się terminem „prasa”, ustawa o radiofonii i telewizji<sup>4</sup> wymienia „środki społecznego przekazu” oraz „środki masowego przekazu”. Wspólnym mianownikiem wskazanych leksemów jest przekazywanie informacji. Niewątpliwie Internet to nośnik również spełniający tę funkcję. Nie oznacza to jednak, że wszystko co „krąży” w sieci, należy uznać za prasę w rozumieniu prawa prasowego<sup>5</sup>. Przyjmuje się, że prasą nie są „wiadomości zawarte w różnego rodzaju serwisach społecznościowych, informacje przekazywane za pomocą poczty elektronicznej czy komunikatorów (np. Gadu-Gadu), wiadomości, którymi dzielą się użytkownicy w ramach np. wyrażania swoich opinii na forach internetowych czy stronach dedykowanych (np. fanpage danego artysty, strony internetowe miłośników motoryzacji, czaty)”<sup>6</sup>. Zgodnie z literą prawa, aby doszło do kwalifikowanego typu zniesławienia, zarzut musi być uczyniony za pomocą środków służących do społecznego komunikowania, niekoniecznie zakwalifikowanych do „prasy” w rozumieniu prawa prasowego. Istotą portalu społecznościowego Facebook oraz wyodrębnianych tam fanpage’y niewątpliwie jest powszechne porozumiewanie się, tym bardziej, że jest to największa globalna sieć społecznościowa, której użytkownicy należą do różnych grup społecznych, wiekowych i demograficznych<sup>7</sup>. Pozwala to uznać fanpage za nośnik społecznego komunikowania. Innymi słowy, pejoratywna treść upubliczniona na Facebooku, w mojej ocenie, może zostać uznana za kwalifikowany typ pomówienia. Ale to nie wszystkie kryteria, które musi spełniać taka wypowiedź pomawiająca.

Nie można mówić o zniesławieniu, gdy zarzut nie jest w stanie negatywnie wpłynąć na wizerunek osoby, której dotyczy pomawiająca treść. Jeżeli jednak pejoratywna wypowiedź powoduje możliwość upokorzenia jednostki w oczach szerokiego, nieokreślonego kręgu osób, zachodzą znamiona czynu zniesławiającego<sup>8</sup>. Fakt upublicznienia zarzutu na fanpage’u powoduje, że konkretny post może przeczytać bliżej nieokreślona grupa użytkowników Facebooka. Zatem gdy sprawca podniesie hańbiący zarzut na fanpage’u, nie można wykluczyć, że konkretne stwierdzenie stworzy po stronie krytykowanego podmiotu możliwość utraty reputacji niezbędnej do dalszego świadczenia usług, prowadzenia przedsiębiorstwa i innych działań.

<sup>3</sup> Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. – Prawo prasowe (tekst jedn.: Dz.U. z 2013 r., poz. 771 z późn. zm.).

<sup>4</sup> Ustawa z dnia 29 grudnia 1993 r. o radiofonii i telewizji (tekst jedn.: Dz.U. z 2012 r., poz. 1209 z późn. zm.).

<sup>5</sup> A. Młynarska-Sobaczewska, *Wolność informacji w prasie*, Toruń 2003, s. 51–52.

<sup>6</sup> M. Brzozowska-Pasieka, M. Olszyński, J. Pasieka, *Prawo prasowe. Komentarz*, Warszawa 2014, s. 136.

<sup>7</sup> C. Shih, *Era Facebooka*, tł. M. Gutowski, Gliwice 2012, s. 39.

<sup>8</sup> J. Raglewski, [w:] *Kodeks karny. Część szczególna*, T. II, *Komentarz do art. 117–277 k.k.*, red. A. Zoll, Warszawa 2013, s.959.

O ile w literaturze podmiotu istnieje zgodność, że fakty mogą pomówić, o tyle brak spójnego stanowiska, czy pomówienie może przybrać formę opinii. Zarzut z art. 212 k.k. dotyczy w szczególności treści odnoszącej się do faktów, ponieważ nie da się udowodnić prawdziwości opinii. Bynajmniej nie oznacza to, że zniesławiający zarzut musi dotyczyć wyłącznie faktów. Wypowiedź pomawiająca może przybrać kształt pogłoski, ogólnych spostrzeżeń, podejrzeń, obmowy oraz hipotezy. Konkludując – karalne są zawsze treści odwołujące się do faktów, zaś w przypadku wypowiedzi będącej opinią – ocena, czy doszło do znamion karalnego zniesławienia, powinna zostać wyprowadzona na kanwie konkretnej sprawy<sup>9</sup>. Odróżnienie faktów od opinii nie powinno nastrożać trudności. Zgodnie z wykładnią słownikową „fakt” to inaczej „to, co zaszło lub zachodzi w rzeczywistości, informacja o wydarzeniu, bez komentarza”<sup>10</sup>, „zdarzenie lub sytuacja, które rzeczywiście miały miejsce”<sup>11</sup>, zaś „opinia” to „sąd, przekonanie, pogląd”<sup>12</sup>, „nasza opinia o czymś to sposób, w jaki to oceniamy, zwykle wyrażona w słowach”<sup>13</sup>. Jeżeli pokrzywdzony padnie ofiarą hańbiącej opinii, może dochodzić swoich praw także na drodze cywilnej, wnosząc pozew o naruszenie dóbr osobistych, jednakże zwolennicy kryminalizacji pomówienia podkreślają, że ochrona cywilnoprawna nie jest na tyle skuteczna, co karnoprawna<sup>14</sup>.

W literaturze wskazuje się, że Facebook jest portalem opartym na perswazji oraz interakcji. Poprzez profile oraz fanpage'e społecznościowe umożliwia on dzielenie się informacjami w Internecie, tworzenie grup i skupianie ludzi wokół wspólnych inicjatyw, tematów. Opublikowane zdjęcia, posty mogą skłaniać innych użytkowników do reakcji słownej<sup>15</sup>. Krytyczne uwagi publikowane na fanpage'ach dotyczą w szczególności osób prawnych, instytucji oraz jednostek organizacyjnych nieposiadających osobowości prawnej. W doktrynie dominuje pogląd, że dobre imię osoby prawnej oznacza nabycie tej cechy poprzez działanie, a więc wypracowanie pozytywnego postrzegania w oczach innych, ponieważ „podmioty zbiorowe korzystają z dobrego imienia, dzięki działalności związanych z nimi osób”<sup>16</sup>. Okazuje się, że „najbardziej radykalne skutki zniesławienia odczuwają podmioty prowadzące działalność gospodarczą. Utrata zaufania ze strony dotychczasowych klientów i innych zainteresowanych ofertą przedsiębiorcy skutkuje niekiedy bankructwem. Zaufanie trudno jest odbudować, znaleźć ponownie

<sup>9</sup> J. Raglewski, [w:] *Kodeks karny...*, op. cit., s. 948–951.

<sup>10</sup> *Nowy Słownik języka polskiego PWN*, red. E. Sobol, Warszawa 2003, s. 197.

<sup>11</sup> *Inny słownik języka polskiego PWN, T. A...Ó*, red. M. Bańko, Warszawa 2000, s. 393.

<sup>12</sup> *Nowy słownik...*, op. cit., s. 603.

<sup>13</sup> *Inny słownik...*, op. cit., s. 1171.

<sup>14</sup> J. Raglewski, [w:] *Kodeks karny...*, op. cit., s. 936, 949.

<sup>15</sup> C. Shih, *Era Facebooka...*, op. cit., s. 56, 91.

<sup>16</sup> J. Raglewski, [w:] *Kodeks karny...*, op. cit., s. 941.

miejsce na rynku pracy i pozyskać szeroką klientelę<sup>17</sup>. Na konsumenckie przekonanie do konkretnej marki ma wpływ tzw. marketing szeptany, zintensyfikowany na Facebooku. Polega on na dzieleniu się swoimi opiniami. Owe rekomendacje, choć pełnią funkcję identyczną jak typowe reklamy, nie są uznawane za takowe, ponieważ ich autorami są Internetowi znajomi<sup>18</sup>.

Fanpage „Nie Polecam w Toruniu” został założony 6 stycznia 2014 r. Dotychczas (stan na 24.08.2015 r.) opublikowano na nim 91 wpisów krytykujących, z czego 69% opinii dotyczy lokali gastronomicznych oraz restauracji, w tym 27% wpisów odnosi się do pizzerii. Internauci narzekają także na nocne kluby (6%). Około 30% zamieszczonych komunikatów stanowi krytykę wymierzoną w przedsiębiorstwa usługowo-handlowe, a są to pojedyncze wypowiedzi dotyczące m.in.: zakładu optycznego, fotograficznego, obuwniczego, siłowni. Do wcześniej już skrytykowanej usługi odnosi się 10% opinii. Najwięcej, bo aż 6% potępiających uwag zostało powtórzonych przeciwko konkretnej pizzerii.

Jak już zostało wskazane, fakty zawsze są przedmiotem czynności sprawczej zniesławienia. Na fanpage’u „Nie polecam w Toruniu” dominują wpisy, w których opinie i fakty krzyżują się ze sobą, ponieważ są to uwagi kilkudzaniowe. Nie wszystkie wypowiedzi napisane są z uwzględnieniem zasad ortografii oraz interpunkcji. Niektóre posty zamieszczane na wskazanym fanpage’u cechują się nieprawidłowym predykatem zdaniowym, czasami trudno w nich wyróżnić zdanie cząstkowe, które wobec sąsiedniego odgrywałoby rolę nadrzędną. Utrudnia to ocenę, kiedy kończy się opinia, a zaczyna fakt. O tym, że potępiające uwagi noszą znamiona faktu, świadczą opisy doświadczeń ich autorów, zaś o charakterze opinii przesądza subiektywizm ich twierdzeń. Całości dopełnia ton stroniczy, osobisty, tendencyjny, raczej uprzedzony i uznaniowy, a przecież z faktami się nie dyskutuje. Internetowe stwierdzenia należy więc uznać za opinie, przy czym w chwili zapoznawania się z nimi przez inne osoby, nie mają one jakiegokolwiek możliwości zweryfikowania, czy są one prawdziwe i zasadne, a zatem ich lektura może wpływać na kształtowanie opinii o tych podmiotach, których one dotyczą, w tym narażać je na utratę renomy.

Przyjrzyjmy się zatem wybranym postom zamieszczonych na fanpage’u „Nie polecam w Toruniu”<sup>19</sup> pod kątem następujących kryteriów: 1. Czy dana treść stanowi pomówienie o postępowanie lub właściwość, które mogą poniżyć w opinii publicznej lub narazić na utratę zaufania publicznego niezbędnego dla danego stanowiska, zawodu lub rodzaju działalności; 2. Imiennosc/anonimowość wypowiedzi; 3. Czy konkretny internetowy post jest opinią, czy faktem?

<sup>17</sup> D. Gil, *Postępowanie w sprawach z oskarżenia prywatnego w polskim procesie karnym*, Warszawa 2011, s. 62.

<sup>18</sup> C. Shih, *Era Facebooka...*, op. cit., s. 139, 155.

<sup>19</sup> Wszystkie przykłady podane w oryginalnej pisowni.

Oto pierwszy przykład: „Nie polecam kanapkarni&piekarni B... przy placu... Obsługa jest tak żenująca że w głowie się nie mieści. Pani która robi kanapki rusza się jak mucha w smole, obsługa pyta się o to samo 10 razy. Żenada”.

1. Sformułowana opinia realizuje znamiona karalnego pomówienia, ponieważ naraża krytykowaną restaurację na utratę klientów; 2. Wpis jest anonimowy; 3. W analizowanym materiale można wyróżnić potoczny („rusza się jak mucha w smole, żenująca, żenada”), które nadają wypowiedzi emocjonalny ton. Jest to opinia, ponieważ cechuje ją stronniczość.

Kolejna wypowiedź: „Nie polecam salonu tatuażu S... ponieważ K... umawia się na sesję, bierze zaliczkę, po czym 2h przed umówioną sesją w sms-ie informuje, że sesja się nie odbędzie bez jakiegokolwiek »przepraszam«. Nie szanuje ani klientów ani ich czasu”.

1. Komunikat wypełnia znamiona karalnego zniesławienia, ponieważ stwarza możliwość utraty zaufania do pomawianego salonu – o czym świadczą takie zwroty, jak: „bierze zaliczkę, sesja się nie odbędzie, nie szanuje klientów, ani ich czasu”. Pod zaprezentowaną wypowiedzią komentarz zamieścił najprawdopodobniej krytykowany pracownik, wypowiadający się ze swojego osobistego profilu społecznościowego, identyfikowanego imieniem i nazwiskiem. Mężczyzna wyjaśnił okoliczności sprawy (potwierdził, że do umówionego spotkania nie doszło, ponieważ musiał niezwłocznie udać się do domu celem pomocy matce, która zwichnęła kostkę). Wy tłumaczenia, połączone z przeprosinami i propozycją zmiany terminu, opatrzone zostały screenem konwersacji sms-owej, czyli zrzutem ekranu telefonu komórkowego skrzynki odbiorczej i wychodzącej wiadomości tekstowych; 2. W polemice na fanpage’u udział wzięli inni użytkownicy, którzy w większości stanęli w obronie pracownika, tak np. jeden zainteresowany w sprawie napisał: „jak widać ktoś tu miał na tyle dużo odwagi żeby napisać opinię, ale już jej zabrakło żeby napisać oficjalnie, ahh ta kusząca anonimowość”. Powyższe wskazuje, że w sieci internetowej bezimiennosc sprzyja krytyce połączonej z obrażaniem, pomawianiem; 3. Jest to subiektywna opinia o wydźwięku pejoratywnym.

Oprócz uwag dotyczących punktów usługowo-handlowych pojawiają się także wypowiedzi opisujące konkretne lokale, a w konsekwencji także osoby. Przykład: „Bardzo proszę o udostępnienie. Nie polecam i przestrzegam przed panią P... i jej mieszkaniami na wynajem w kamienicy przy ul. S.... Jest miła do czasu wyprowadzki, gdy nadchodzi czas zwrotu kaucji (zwrotnej). Przestaje być dostępna, często wyjeżdża, nie odbiera telefonów, nie odpisuje na sms-y, unika tematu, obiecuje że przyjdzie i nie przychodzi... na koniec wymyśla podwyższone rachunki, choć nigdy nie było takich sytuacji, czynsz miał być zawsze stały. Nie tylko mnie spotkała taka sytuacja. Poza tym, mimo, że mieszkania są ładne, były robione na »odwal«, ciągle coś się psuje, przecieka... Całą zimę nie było ogrzewania. Właścicielka wydaje się być miła, ale to się tylko wydaje. Pazerna, oszustka, złodziejka”.

1. W analizowanym tekście dochodzi do naruszenia dobra osobistego w postaci informacji indywidualizujących osobę („panią P...”, „w kamiennicy przy ul. S...”), a zatem przy zniesławiającym charakterze wypowiedzi („pazerna”, „oszustka”, „czysz miał być stały”) nie można wykluczyć odpowiedzialności karnej z art. 212 § 2 k.k. Jest to wpis anonimowy; 3. Wypowiedź stanowi opinię. Komunikat zawiera słowa zabarwione pejoratywnie, emocjonalnie. Tak na przykład leksemy obraźliwe („złodziejka”, „oszustka”), wyrazy budzące negatywne konotacje u odbiorcy („psuje”, „przecieka”, „obiecuje, że przyjedzie”, „nie było ogrzewania”, „podwyższone rachunki”) czy też ekspresywny ton relacji („przestrzegam, nie tylko mnie spotkała taka sytuacja”, „robione na »odwał«”).

W podobnym, pomawiającym tonie, pozwalającym na identyfikację konkretnej osoby, został utrzymany wpis następujący: „Otóż jest tam pewien kelner S..., którego zachowanie jest co najmniej dziwne, jakby miał tiki nerwowe, patrzy się na Ciebie jakby chciał Cię zjeść, z tego co się orientuję to powinno się sok nalewać przy kliencie jeśli nie jest bezpośrednio z zamkniętej małej butelki, a on przyniósł go w szklance jakby tak miało być, a skąd ja mogę wiedzieć czy on czegoś tam nie dosypał jak go niósł? Różni ludzie chodzą po ziemi, a na koniec zachował się bardzo niekulturalnie, ponieważ rozliczając nas z rachunkiem zapytał »ile wydać«. Nie powinno mieć coś takiego miejsca w żadnej restauracji, jest to po prostu bezczelne. Tak więc nie polecam kelnera S... w M... na ul. W...”.

1. Post, w którym pojawiła się przedmiotowa krytyka, niewątpliwie jest zniesławiający dla mężczyzny, ponieważ na podstawie tego komunikatu znajomi kelnera, którzy wiedzą o jego zajęciu zarobkowym, mogą go zidentyfikować, a w konsekwencji zrazić się do jakości wykonywanych przez niego usług; 2. Autor zarzutu się nie podpisał; 3. Wypowiedź jest opinią, stanowiącą osobistą relację z wizyty w lokalu.

Inny komentarz również został wymierzony w stronę konkretnych osób: „Nie polecam stadniny koni w K... ani baru w tej samej lokalizacji. Instruktor jazdy bodajże S... czy jakoś tak, wiecznie na bani, a jednak ma on kontakt z dziećmi najczęściej nad którymi w czasie jazd sprawuje opiekę. Najlepsza jest i tak Pani obsługująca bar, w dniu dzisiejszym tj. 13.08.2015 była tak nawalona, że nie szło się z nią dogadać, a jednak wydaje ona picie i jedzenie, które sama przygotowuje, kto wie co może się w nim znaleźć (nawet nie wspomnę o usmażonych z frytkami muchach, no chyba, że muchy w głębokim tłuszczu to specjalność zakładu). Dodatkowo owa Pani wdaje się w awantury z wspomnianym wcześniej Panem instruktorem oraz jeszcze jednym ledwo stojącym na nogach Chłopem przy klientach. Generalnie odradzam to miejsce, strach coś jeść, strach czy się coś nie zapali, strach czy się Tobie przypadkiem za coś nie dostanie... Masakra... Pomyśleć, że było to jedno z moich ulubionych miejsc”.

1. Sformułowany wyżej zarzut wyczerpuje znamiona zniesławienia poprzez możliwość poniżenia w opinii publicznej: „nawalona”, „wiecznie na Bani”,

„ledwo stojącym na nogach”. Klienci opisywanej stadniny koni mogą zniechęcić się zamieszczoną w sieci informacją. Wpis ten może pomówić; 2. Sformułowana treść nie została podpisana; 3. Subiektywny charakter wypowiedzi przesądza, że mamy do czynienia z opinią. W analizowanym materiale można wyróżnić kolo-kwializmy („chłopem”, „masakra”) oraz ironiczną metaforę nacechowaną ujemnie („muchy w głębokim tłuszczu to specjalność zakładu”). O emocjonalnym charakterze decyduje kontekst całej wypowiedzi.

Analiza zaprezentowanych komunikatów skłania do refleksji, czy użytkownik internetowych portali może wyrażać swoją krytykującą opinię bez żadnych konsekwencji? Być może źle pojmowana czy też nadużywana wolność słowa, jak również wypowiedzi czynione w dobrej wierze prowadzą do nadużyć związanych ze swobodą wypowiedzi, tym bardziej, że na większości fanpage’y wpisy są dokonywane bezimiennie.

Przestępstwo zniesławienia jest ścigane z oskarżenia prywatnego. Pokrzywdzony musi zidentyfikować sprawcę czynu. W przypadku zarzutów anonimowych ustalenie autora zarzutu jest utrudnione, a wiele osób, które zniesławiają inne osoby w Internecie, czuje się bezkarnymi.

Zgodnie z obowiązującym stanem prawnym odpowiedzialność karną za zniesławienie ponosi autor obraźliwego komunikatu. Administrator fanpage’a nie jest autorem treści, jednakże to za jego aprobatą posty są upubliczniane w Internecie. Czy to oznacza, że jest on winny czy też nie? Jak wskazuje J. Wojciechowski, w określonej sytuacji można pociągnąć do odpowiedzialności karnej inne osoby, które miały wpływ na upowszechnienie pomawiającej informacji, pod warunkiem wykazania, że taka osoba działała w ramach współsprawstwa oraz że jej czyn był umyślny<sup>20</sup>. Nie można zatem wykluczyć odpowiedzialności karnej administratora fanpage’a, choć należałoby taką sytuację określić jako incydentalną. Generalne przypisywanie odpowiedzialności karnej administratorom, byłoby założeniem na wyrost, ponieważ uniemożliwiałoby tworzenie takich portali i fanpage’y.

We wszystkich analizowanych wpisach nie można wykluczyć, że podniesione zarzuty są prawdziwe. Artykuł 213 § 2 k.k. stanowi, że: „Nie popełnia przestępstwa określonego w art. 212 § 1 lub § 2, kto publicznie podnosi lub rozgłasza prawdziwy zarzut: dotyczący postępowania osoby pełniącej funkcję publiczną lub służący obronie społecznie uzasadnionego interesu. Jeżeli zarzut dotyczy życia prywatnego lub rodzinnego, dowód prawdy może być przeprowadzony tylko wtedy, gdy zarzut ma zapobiec niebezpieczeństwu dla życia lub zdrowia człowieka albo demoralizacji małoletniego”. Brzmienie tego przepisu wskazuje, że zarzut publiczny, a takim jest wpis na Facebooku, charakteryzuje się większymi

<sup>20</sup> J. Wojciechowski, [w:] *Kodeks karny. Komentarz*, red. A. Wąska, R. Zawłocki, op. cit., s. 1318.

wymogami dla wyłączenia odpowiedzialności za popełnienie zniesławienia<sup>21</sup>. Oprócz udowodnienia prawdziwości uczynionego zarzutu należy wykazać, że dotyczył on postępowania osoby pełniącej funkcję publiczną lub że służył obronie społecznie uzasadnionemu interesu<sup>22</sup>. Jako że internetowe posty, zamieszczone na fanpage'u „Nie Polecam w Toruniu” nie dotyczą osób pełniących funkcje publiczne, należy rozważyć, czy wpisy tam publikowane cechują się „społecznie uzasadnionym interesem”. W doktrynie dominuje pogląd, że sformułowanie „społecznie uzasadniony interes” odnosi się do „wyrządzonego lub grożącego uszczerbku w dobru mającym wartość społeczną”<sup>23</sup>. Zwrot ten jest pojęciem konkretnym, ponieważ odwołuje się do określonej sytuacji uzasadniającej obronę tego interesu, nawet jeżeli obrona ta oznaczałaby naruszenie czci zewnętrznej innej jednostki lub podmiotu<sup>24</sup>, pod warunkiem że ochrona ta w ogólnym rozrachunku zysków i strat dałaby wartość dodatnią<sup>25</sup>. Przykładowo jeżeli ktoś rozgłasza, co prawda, prawdziwy zarzut dotyczący tego, że ktoś nadużywa alkoholu, ale tylko po to, aby ośmieszyć tę osobę – wówczas taka wypowiedź, choć odnosi się do rzeczywistości, nie służy społecznie uzasadnionemu interesowi. To zdarzenie należy odróżnić od sytuacji, w której ktoś rozgłasza ten sam zarzut, a jego celem jest uniemożliwienie powołania na konkretne stanowisko osoby, która nie stroni od alkoholu<sup>26</sup>. Innymi przykładami działań w ramach społecznie uzasadnionego interesu może być poprawa funkcjonowania instytucji, organizacji pracy, wyeliminowanie zaobserwowanych zastrzeżeń i usterek, usunięcie niepoprawnych praktyk czy też chęć naprawienia konkretnych szkód<sup>27</sup>.

Normą autorów postów publikowanych na fanpage'ach powinno być kierowanie się pozytywnymi pobudkami, a nie pejoratywnymi względami, co uzasadniać ma obronę społecznie uzasadnianego interesu<sup>28</sup>. W analizowanym materiale za aprobującą intencję można uznać chęć ostrzeżenia przed nieprawidłowo wykonaną usługą. Zły zamiar przyświecałby zaś sprawcy, którym kierowałaby złośliwość, pragnienie zemsty i oczernienia konkretnej firmy. Biorąc to pod uwagę, należy wskazać, że intencje autorów internetowych postów mogą być różne, jednakże istotą informacji publikowanych na wspomnianych fanpage'ach jest obrona społecznie uzasadnionego interesu, ponieważ spośród czynników, które zadecy-

<sup>21</sup> L. Gardocki, *Prawo karne*, Warszawa 2011, s. 283.

<sup>22</sup> M. Mozgawa, [w:] *Kodeks karny. Komentarz*, red. M. Mozgawa, Warszawa 2014, s. 551.

<sup>23</sup> W. Kulesza, *Odpowiedzialność za zniesławienie i zniewagę w polskim prawie karnym*, [w:] *Prawnokarne granice dopuszczalnego pomawiania. Materiały Zjazdu Katedr Prawa Karnego*, red. A.J. Szwarc, Poznań 2008, s. 18.

<sup>24</sup> M. Mozgawa, [w:] *Kodeks karny...*, op. cit., s. 551–552.

<sup>25</sup> J. Raglewski, [w:] *Kodeks karny...*, op. cit., s. 987.

<sup>26</sup> J. Wojciechowski, [w:] *Kodeks karny...*, op. cit., s. 1335–1336.

<sup>27</sup> R. Góral, *Kodeks karny*, Warszawa 2007, s. 350.

<sup>28</sup> J. Raglewski, [w:] *Kodeks karny...*, op. cit., s. 989.



dowały o powstawaniu tego typu stron internetowych, wymienić można zamiysł poinformowania innych o nieprawidłowościach, czy też chęć wyeliminowania niewłaściwych działań. Oczywiście, na tego rodzaju fanpage'ach można przeczytać wpisy charakteryzujące się złośliwością i nieprawdą, jednakże takie witryny powstały po to, aby ostrzec innych użytkowników, dlatego wpisy tam zamieszczane należy rozpatrywać w kontekście kontratyapu dozwolonej krytyki, jako okoliczności uchylającej bezprawność zniesławienia.

Analiza postów opublikowanych na fanpage'u „Nie Polecam w Toruniu” prowadzi do konstatacji, że Internet przynosi nowe zjawiska, które dotychczas nie stanowiły przedmiotu prawno Karnych ocen, a stanowią one muszą ich przedmiot. Okazuje się bowiem, że sieć wirtualna jest szybkim narzędziem komunikowania się społecznego, a w konsekwencji przestrzeni stwarzającą warunki do podnoszenia różnych zarzutów. Wpisy publikowane na fanpage'u „Nie polecam w Toruniu” najczęściej dotyczą źle wykonanej usługi. Użytkownicy krytykują konkretne przedsiębiorstwa, identyfikowalne najczęściej poprzez podanie nazwy lub lokalizacji. Choć administratorzy tego typu fanpage'y zastrzegają, że celem publikowania krytycznych uwag, jest chęć ostrzeżenia innych (administrator „Nie polecam w Toruniu” zamieścił na początku funkcjonowania fanpage'a następujący komunikat: „Piszcie do nas cały czas, aby dla innych było to przestrogą”), nie można wykluczyć, że zarzuty upowszechnione za pośrednictwem tego typu fanpage'y są nieprawdziwe. Zarzutom fałszywym trudno odmówić charakteru obrazy i oszczerstwa, zwłaszcza gdy ich celem jest odebranie klientów zniesławianemu przedsiębiorstwu. Z kolei wypowiedzi zgodne z rzeczywistością spełniają kodeksowe kryterium dopuszczalnej krytyki, pod warunkiem, że są czynione na rzecz obrony interesu społecznego.

Wpisy na fanpage'ach nie są jedynymi tego typu zachowaniami, które mogą wywoływać reperkusje karnoprawne. Mogą one dotyczyć także zamieszczanych w Internecie komentarzy pod artykułami na ogólnopolskich i lokalnych portalach informacyjnych i opiniotwórczych, zamieszczania memów i innych wytworów, które mogą zawierać treści zniesławiające. Może być jednak tak, że większość internautów pozostaje w przeświadczeniu, że wszystko co dzieje się w Internecie, jest dopuszczalne, a na pewno nieliczni zdają sobie sprawę z tego, że i w świecie wirtualnym obowiązują standardy prawne, za złamanie których może grozić odpowiedzialność prawna, w tym karna. W pewnej jednak mierze przyzwolenie na takie zachowania czy też domniemanie, że w ich ramach wolno napisać wszystko, bierze się już z samej dopuszczalności istnienia takich miejsc, w szczególności fanpage'y, niejako z samej ich idei, na zasadzie, że skoro one istnieją, to po to właśnie, aby z nich korzystać, dokonując różnych wpisów oraz zapoznawać się z nimi.

## Streszczenie

W przestrzeni wirtualnej istnieją możliwości wypowiedzania się na różne tematy. Jedną z takich możliwości dają fora internetowe, w tym tworzone dla oceny usług i innych świadczeń w konkretnych miastach czy wręcz ich niepolecania przez osoby, które mają negatywne z nimi doświadczenia. Wpisy tam zamieszczane mogą wyczerpywać znamiona przestępstwa zniesławienia, gdyż umożliwiają one identyfikację podmiotów, których wpisy te dotyczą, co może podmioty te narazić na utratę zaufania niezbędnego dla funkcjonowania na rynku.

**Słowa kluczowe:** zniesławienie, przestępstwo, fanpage.

## **Legal and penal aspects of defamation based on the fanpageexample: „I do not recommend in Toruń”**

### Summary

The virtual network offers a wide range of opportunities to discuss various topics. One of such opportunities constitute (Internet) forums, including those set up with the view to expressing opinions about services offered, for instance, in a particular town. Yet, it should be noted that not only can forum users recommend these services, but, driven by their personal negative experiences, they can attempt at discouraging other people from using them. What is more, it sometimes happens that posts published on web forums are of defamatory character. It occurs when they make possible the identification of persons or entities that are the target of untrue comments contained therein. Such practice may prove seriously harmful to the credibility and reputation of the wrongly accused service providers, so necessary for their thriving in public space.

**Key words:** defamation, crime, fanpage.