

Oceny, rankingi, opinie w Internecie. Gdzie kończy się wolność słowa, a zaczyna naruszenie prawa?

Opublikowano: 25 czerwca 2018 • Autor: Anna Porebska APR

Oceny, rankingi, opinie w Internecie. Gdzie kończy się wolność słowa, a zaczyna naruszenie prawa? W dzisiejszych czasach nie wyobrażamy sobie życia bez Internetu i nowoczesnych technologii, które ułatwiają nam codzienne funkcjonowanie zarówno w życiu prywatnym, jak i zawodowym. Niemal nieograniczony dostęp do Internetu i brak skrępowania w wyrażaniu swoich opinii z pozycji anonimowego uczestnika globalnej [...]



Oceny, rankingi, opinie w Internecie.

Gdzie kończy się wolność słowa, a zaczyna naruszenie prawa?

W dzisiejszych czasach nie wyobrażamy sobie życia bez Internetu i nowoczesnych technologii, które ułatwiają nam codzienne funkcjonowanie zarówno w życiu prywatnym, jak i zawodowym. Niemal nieograniczony dostęp do Internetu i brak skrępowania w wyrażaniu swoich opinii z pozycji anonimowego uczestnika globalnej sieci mają jednak także drugą, ciemniejszą stronę.

Opinie i oceny wystawiane w różnego rodzaju portalach rozprzestrzeniają się z prędkością błyskawicy niezależnie od tego, czy są prawdziwe czy fałszywe, wystawiane przez osoby, które rzeczywiście skorzystały z usług danego przedsiębiorcy czy inspirowane przez konkurencję.

Wszechobecne rankingi i złudna anonimowość

Obserwując wpływ opinii wyrażanych w Internecie na renomę przedsiębiorstw i wiążące się z tym problemy natury prawnej, coraz częściej uświadamiamy sobie, że dystopijne wizje przyszłości rodem z serialu „Czarne lustro” nie są wcale aż tak oderwane od rzeczywistości, jak wydawało nam się to jeszcze kilka lat temu.

Wystarczy wspomnieć o działającym w Chinach pod nazwą Social Credit System pilotażowym programie oceny obywateli. Przestrzeganie prawa, terminowe regulowanie płatności czy sprzątanie po swoim psie pozwalają zdobyć pozytywną ocenę i ułatwiają życie na wielu płaszczyznach. Natomiast naruszanie prawa, czy choćby jazda na gapę, a nawet opóźnienie w zapłacie za prąd mogą doprowadzić do tego, że chiński bank nie udzieli nam

kredytu lub nie dostaniemy wymarzonej pracy.

Tak jak w serialu „Czarne lustro” zły *rating* może spowodować odmowę sprzedaży biletu lotniczego. W ramach systemu oceniane są zarówno osoby fizyczne, jak i firmy. Kusząco brzmią oferty zniżek czy uprzywilejowane traktowanie osób z wysokimi ocenami, jednakże monitorowanie różnych sfer aktywności i ich automatyczna ocena łatwo może zniszczyć komuś życie i doprowadzić do ludzkiej tragedii.

Czy te czarne wizje nie powinny wpłynąć na traktowanie wszelkiego typu internetowych rankingów z większym dystansem?

Internetowe opinie mogą dostarczać cennych uwag, ostrzegać lub chwalić, zachęcać do skorzystania z usług danego obiektu lub odstraszać skutecznie klientów. Sięganie do internetowych komentarzy stało się naszym przyzwyczajeniem. Sprawdzamy w Internecie, jakie oceny wystawiono hotelowi czy pensjonatowi przed wyborem miejsca na wakacyjny wyjazd (np. booking.com, tripadvisor.com), ile gwiazdek internauci przyznali restauracji przed podjęciem decyzji, gdzie zjeść kolację (np. zomato.com) czy który lekarz danej specjalności został oceniony przez pacjentów najlepiej zanim zdecydujemy się umówić na wizytę (znanylekarz.pl, dobrylekarz.pl).

Niemal każdy użytkownik Internetu korzysta z wyszukiwarki Google oraz usługi Google Maps. Mapy służą nie tylko lokalizacji, ale zawierają szereg informacji o odwiedzanych miejscach, atrakcjach turystycznych, restauracjach, hotelach oraz lokalnych firmach, w tym średnią ocen internautów (obliczaną na podstawie przyznawanych gwiazdek) wraz z komentarzami. Google Maps, bazując na własnych, bliżej nieokreślonych kryteriach, decyduje również, które oceny są „najtrafniejsze”, umieszczając je na czele listy według swojego arbitralnego wyboru. Algorytmy decydują

również o tym, kiedy opinie zostaną usunięte, wpływając na ogólną ocenę danego podmiotu.

Wyrażanie opinii na temat miejsc czy firm mieści się co do zasady w granicach konstytucyjnej wolności słowa. Bardzo jednak łatwo, szczególnie w miejscu tak anonimowym jak Internet, naruszyć wolność opinii i wkroczyć, często wręcz brutalnie, w sferę praw i wolności innych osób czy przedsiębiorców.

Nie zawsze zdajemy sobie sprawę, że duża część opinii zamieszczanych w portalach oceniających czy chociażby w Google Maps to opinie pisane na zamówienie przez zatrudnione agencje marketingowe (w przypadku opinii pozytywnych) lub inspirowane przez konkurencję (negatywne oceny, szkalujące komentarze, hejt). W wielu przypadkach już na pierwszy rzut oka widać, które opinie są prawdziwe, a które są elementem nieuczciwej konkurencji. Czy można traktować poważnie opinie wystawioną przez anonimowego użytkownika, nieposługującego się imieniem i nazwiskiem i który dopiero co założył konto, aby wystawić negatywną opinię i zniknąć?



Coraz częściej w Google Maps pojawiają się oceny wystawiane przez tzw. „Lokalnych przewodników”, którzy w ramach programu o takiej nazwie „współpracują” z Google przy rozbudowywaniu usługi Google Maps w zamian za możliwość wspinania się na kolejne poziomy programu i korzystanie z oferowanych przez Google profitów. Im więcej wystawionych ocen, tym więcej punktów w

programie. A że oceny wystawiane są często do dla miejsc i firm, z których usług „Lokalny przewodnik” nigdy nie korzystał, a jedynie przechodził w pobliżu? Kto by się przejmował...

O tym, jak wiele złego mogą wyrządzić fałszywe opinie zamieszczone w Internecie, dowiadujemy się dopiero, gdy odczuwamy ich skutki „na własnej skórze”. Przekonał się o tym ostatnio m.in. tyski pediatra, którego reputację próbowano zniszczyć na forach „antyszczepionkowców”, dopóki nie podjął kroków prawnych przy pomocy Prokuratury.

Walka o usunięcie negatywnych opinii z Internetu nie jest łatwa, a oferowane przez Google czy inne serwisy funkcja „zgłaszania naruszeń” jest mało skuteczna. Nie oznacza to, że jesteśmy w takiej sytuacji bezradni. Podjęcie kroków prawnych wymaga większego wysiłku, ale często jest jedynym sposobem na rozwiązanie kwestii fałszywych opinii czy „hejtu” w Internecie oraz odzyskanie nadwątlonej przez innych użytkowników sieci renomy.

Kiedy zamieszczanie negatywnych opinii może naruszać prawo?

Pomówienia i oczernianie w Internecie coraz częściej znajdują finał na sali sądowej.

Podstawą roszczeń cywilnoprawnych mogą być przepisy kodeksu cywilnego dotyczące naruszenia dóbr osobistych, tj. art. 23 i 24 KC. Negatywne, fałszywe oceny mogą naruszać cześć, dobre imię, sferę prywatności, jak również reputację i wiarygodność przedsiębiorcy. W takim przypadku podmiot, którego dobra osobiste zostały zagrożone cudzym działaniem, może żądać zaniechania tego działania, chyba że nie jest ono bezprawne. Natomiast w razie już dokonanego naruszenia może także żądać, ażeby osoba, która dopuściła się naruszenia, dopełniła czynności potrzebnych do

usunięcia jego skutków, w szczególności ażeby złożyła oświadczenie odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie. Ponadto może żądać zadośćuczynienia pieniężnego lub zapłaty odpowiedniej sumy na wskazany cel społeczny oraz naprawienia szkody majątkowej.

W relacjach między przedsiębiorcami zamieszczanie szkalujących innego przedsiębiorcę wpisów może stanowić czyn nieuczciwej konkurencji. Z ustawy z 16 kwietnia 1993 r. o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji wynika, że takim czynem jest rozpowszechnianie nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd wiadomości o swoim lub innym przedsiębiorcy albo przedsiębiorstwie, w celu przysporzenia korzyści lub wyrządzenia szkody. Mogą to być wiadomości dotyczące m.in. osób kierujących przedsiębiorstwem, wytwarzanych towarów lub świadczonych usług, stosowanych cen, sytuacji gospodarczej lub prawnej.

W razie dokonania czynu nieuczciwej konkurencji, przedsiębiorca, którego interes został zagrożony lub naruszony, może żądać zaniechania niedozwolonych działań, usunięcia skutków niedozwolonych działań, złożenia jednokrotnego lub wielokrotnego oświadczenia odpowiedniej treści i w odpowiedniej formie, naprawienia wyrządzonej szkody, na zasadach ogólnych, wydania bezpodstawnie uzyskanych korzyści, na zasadach ogólnych, zasądzenia odpowiedniej sumy pieniężnej na określony cel społeczny związany ze wspieraniem kultury polskiej lub ochroną dziedzictwa narodowego – jeżeli czyn nieuczciwej konkurencji był zawiniony.

Nie można zapominać, że zamieszczanie nieprawdziwych, pomawiających informacji może wywoływać również konsekwencje karnoprawne.

Przestępstwem ściganym z oskarżenia prywatnego i zagrożonym grzywną, karą ograniczenia wolności albo pozbawienia wolności do

roku jest pomawianie za pomocą środków masowego komunikowania innej osoby lub podmiotu o takie postępowanie lub właściwości, które mogą poniżyć ich w opinii publicznej lub narazić na utratę zaufania potrzebnego dla danego stanowiska, zawodu lub rodzaju działalności (art. 212 Kodeksu karnego).

Natomiast rozpowszechnianie nieprawdziwych lub wprowadzających w błąd wiadomości o przedsiębiorstwie, w szczególności o osobach kierujących przedsiębiorstwem, wytwarzanych towarach, świadczonych usługach lub stosowanych cenach albo o sytuacji gospodarczej lub prawnej przedsiębiorstwa, w celu szkodenia przedsiębiorcy, jest wykroczeniem i zgodnie z art. 26 ustawy o zwalczaniu nieuczciwej konkurencji podlega karze aresztu albo grzywny.

Jak ustalić sprawcę naruszenia?

Największą przeszkodą w skutecznym dochodzeniu roszczeń w związku z naruszeniem dóbr osobistych w Internecie jest brak możliwości ustalenia tożsamości anonimowego sprawcy naruszenia. Teoretycznie istnieje możliwość wystąpienia do operatora sieci o udostępnienie numeru IP konkretnego użytkownika, jednakże często spotkać można się z odmową z uwagi na ochronę tajemnicy korespondencji i danych osobowych.

Z brzmienia art. 18 ust. 6 ustawy z 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną wynika jedynie obowiązek udzielenia informacji o danych organom państwa na potrzeby prowadzonych przez nie postępowań. Nie jest to jednak równoznaczne z zakazem udostępniania tych danych osobom, których prawa zostały naruszone. Większą szansę na ustalenie sprawcy mają zatem organy ścigania w przypadku wszczęcia postępowania przygotowawczego. Jednakże nie każdy przypadek naruszenia dóbr

osobistych czy reguł uczciwej konkurencji rodzić będzie odpowiedzialność karną.

Dlatego w tym zakresie zastosowanie mają przepisy o ochronie danych osobowych. W orzecznictwie sądów administracyjnych dotychczas reprezentowany był pogląd, że *„tajemnica komunikowania się w sieciach telekomunikacyjnych sięga tylko do granic kolizji z obowiązującym porządkiem prawnym, gdy zaś zachodzi podejrzenie sprzeczności z nim, reguła ta musi ulec przed wyższym dobrem”* (wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z 21 lutego 2014 r., sygn. akt I OSK 2324/12).



Przyjmuje się zatem, że brak jest podstaw, aby zapis o obowiązku udostępniania danych eksploatacyjnych organom Państwa na potrzeby konkretnych postępowań traktować jako wyłączający możliwość udostępniania tych danych innym osobom, na podstawie przepisów o ochronie danych osobowych.

W celu pozyskania danych w postaci IP komputera należy się zatem powoływać wobec administratora serwisu na uzasadniony interes w postaci dochodzenia roszczeń z tytułu naruszenia dóbr osobistych lub popełnienia czynu nieuczciwej konkurencji.

Co istotne, NSA przyjmuje, że nie jest konieczne uprzednie

wystąpienie z pozwem czy skierowanie prywatnego aktu oskarżenia (wyrok Naczelnego Sądu Administracyjnego z 4 grudnia 2014 r., sygn. akt I OSK 978/13). Oczywistym jest, że w każdym przypadku – zarówno w sytuacji wniesienia pozwu do sądu jak i w przypadku zwrócenia się z żądaniem pozasądowym oczywiście konieczne jest zidentyfikowanie adresata roszczeń.

W praktyce uzyskanie danych koniecznych do zidentyfikowania sprawy nadal jest znacznie utrudnione, a wobec obowiązywania ogólnego rozporządzenia o ochronie danych (RODO) należy oczekiwać, jak ukształtuje się praktyka udostępniania tych danych oraz interwencji Prezesa Urzędu Ochrony Danych Osobowych w przypadku odmowy ich udostępniania.

Kogo pozwać, jeśli nie można ustalić autora wpisu?

Jeśli ustalenie tożsamości bezpośredniego sprawcy naruszenia jest niemożliwe, nie pozostaje nic innego, jak zwrócić się do administratora serwisu, w którym do naruszenia doszło, o usunięcie naruszających prawo treści. Z chwilą pozyskania wiedzy o naruszeniu prawa administrator strony ma obowiązek reakcji, a w przypadku odmowy usunięcia treści ponosi również odpowiedzialność za naruszenie.

Dlatego najpierw warto zapoznać się z regulaminem danego serwisu i procedurą zgłaszania naruszeń. W serwisie Google procedura ta polega na wypełnieniu przygotowanych uprzednio formularzy odnoszących się do konkretnych naruszeń. Powodem zgłoszenia wpisu w Google maps jest m.in. to, że wpis zawiera treści szerzące nienawiść, pełne przemocy lub nieodpowiednie, reklamy lub spam, jest nie na temat czy też we wpisie dochodzi do konfliktu interesów. Jednakże często zgłoszenia naruszeń pozostawiane są bez odpowiedzi lub odpowiedź serwisu jest odmowna.

Google nie weryfikuje, czy osoba, która zamieściła wpis rzeczywiście korzystała z usług firmy, którą ocenia, lecz bada wpis jedynie pod kątem swoich własnych reguł dotyczących samego sposobu formułowania wpisu, powołując się na wolność słowa i jednakową wagę wpisów pozytywnych i negatywnych. Często przedsiębiorca nie ma zatem możliwości wyegzekwowania od Google usunięcia wpisu, mimo swej pewności co do tego, że dana osoba nigdy nie była jego klientem lub że wpis jest formą szynkany ze strony konkurencji.

W takiej sytuacji nie pozostaje nic innego, jak skierować sprawę na drogę sądową.

Jeśli strona internetowa prowadzona jest przez podmiot mający siedzibę w Polsce lub na terytorium Unii Europejskiej, istnieje możliwość wystąpienia z roszczeniem do polskiego sądu właściwego ze względu na siedzibę pozwanego (ogólna właściwość miejscowa) lub do sądu, w którego okręgu nastąpiło zdarzenie wywołujące szkodę (art. 35 KPC).

Kwestia właściwości miejscowej sądu w sprawach naruszeń dokonanych za pośrednictwem Internetu (tzw. delikty internetowe) została wyjaśniona w uchwale Sądu Najwyższego z 15 grudnia 2017 r. w sprawie III CZP 82/17, który stwierdził, że: *„Przedsiębiorca, dochodzący roszczeń wynikających z czynu nieuczciwej konkurencji, polegającego na zamieszczeniu publikacji na stronie internetowej, może, na podstawie art. 35 k.p.c., wytoczyć powództwo przed sąd, w którego okręgu publikację wprowadzono na stronę internetową, lub przed sąd, w którego okręgu dostępność tej strony spowodowała zagrożenie lub naruszenie jego interesu”*.

Również orzecznictwo Trybunału Sprawiedliwości UE nie pozostawia wątpliwości co do możliwości pozwania we własnym kraju podmiotu z innego państwa członkowskiego, TSUE stwierdził, że w wypadku

naruszenia dóbr osobistych za pośrednictwem treści opublikowanych w witrynie internetowej można wytoczyć powództwo bądź przed sądami państwa członkowskiego, w którym wydawca tych treści ma swoją siedzibę, bądź przed sądami państwa członkowskiego, w którym znajduje się centrum interesów życiowych poszkodowanego (wyrok TSUE z 25 października 2011 r., sprawa C-509/09).

Problem pojawia się w sytuacji, gdy administrator serwisu nie ma siedziby na terytorium Unii Europejskiej.

Czy można pozwać Google w Polsce?

Większość popularnych serwisów internetowych, w których dochodzi do naruszeń praw osób trzecich przez użytkowników Internetu, ma swoją siedzibę na terytorium Stanów Zjednoczonych, gdzie co do zasady nie sięga jurysdykcja polskich sądów. Czy to oznacza, że nie możemy pozwać Google czy Facebooka w Polsce?

Przedstawione powyżej zasady dotyczące właściwości miejscowej sądu mają zastosowanie wówczas, gdy zostanie potwierdzona jurysdykcja krajowa polskich sądów. Brak jurysdykcji krajowej może być natomiast podstawą do odrzucenia pozwu.

Z rozporządzenia Parlamentu Europejskiego i Rady (UE) nr 1215/2012 z dnia 12 grudnia 2012 r. w sprawie jurysdykcji i uznawania orzeczeń sądowych oraz ich wykonywania w sprawach cywilnych i handlowych wynika, że jeżeli pozwany nie ma miejsca zamieszkania na terytorium państwa członkowskiego, jurysdykcja sądów każdego państwa członkowskiego jest określana co do zasady przez prawo tego państwa członkowskiego.



W prawie polskim ogólna reguła określania jurysdykcji krajowej wynika z art. 1103 KPC i opiera się na łączniku miejsca zamieszkania pozwanego lub miejsca jego zwykłego pobytu albo siedziby w Rzeczypospolitej Polskiej. Reguła ta nie ma jednak zastosowania w przypadku Google, gdyż działalność jego oddziałów w Europie ogranicza się do reklamy. Wobec tego należy sięgnąć po art. 1103⁷ KPC, zgodnie z którym sprawy rozpoznawane w procesie inne niż wymienione w art. 1103¹-1103⁶ KPC należą do jurysdykcji krajowej także wtedy, gdy dotyczą zobowiązania niewynikającego z czynności prawnej w Rzeczypospolitej Polskiej. A zatem, o ile skutki naruszenia praw danego podmiotu za pośrednictwem treści zamieszczonych w Internecie wystąpiły na terytorium Polski, to można żądać ochrony przed polskim sądem i na podstawie polskiego prawa materialnego.

Możliwość pozwania Google i innych światowych gigantów w Polsce została potwierdzona m.in. w precedensowym wyroku Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 3 kwietnia 2017 r. w sprawie o sygn. akt I ACa 2462/15.

W wyżej wymienione sprawie Google wniósł skargę kasacyjną, a sprawa oczekuje obecnie na rozpoznanie przez Sąd Najwyższy, którego stanowisko niewątpliwie będzie miało wpływ na dalszą linię orzeczniczą polskich sądów w sprawach z udziałem przedsiębiorstw internetowych zza oceanu.

Wnioski

Polskie orzecznictwo dotyczące deliktów internetowych nie jest jeszcze rozwinięte tak, jak choćby w Niemczech, gdzie wypracowano określone reguły reagowania serwisów internetowych na zgłoszenia dotyczące naruszeń popełnianych przez użytkowników oraz potwierdzono obowiązki w zakresie weryfikacji nie tylko treści zamieszczanych opinii, ale i ich zasadności oraz rzeczywistego skorzystania przez opiniującego z usług ocenianego przedsiębiorcy.

Należy spodziewać się, że z uwagi na politykę ignorowania i braku reakcji na zgłoszenia użytkowników oraz skalę możliwych naruszeń prawa, procesów przeciwko światowym gigantom, nie tylko dotyczących prawa do bycia zapomnianym, jak w przypadku przegranych przez Google spraw w Polsce, ale również ochrony dóbr osobistych oraz czynów nieuczciwej konkurencji, będzie coraz więcej.

Możliwość sięgnięcia do środków ochrony prawnej daje nadzieję, że w przyszłości kultura korzystania z internetowych narzędzi zmieni się na lepsze. W końcu zostały one wymyślane po to, aby służyć użytkownikom i ułatwiać życie oraz prowadzenie działalności, a nie ograniczać na skutek nieetycznych zachowań innych osób. Dlatego nie pozostaje nic innego jak za słowami piosenki Wojciecha Młynarskiego *„robić swoje, póki jeszcze ciut się chce!”*.

Anna Porębska, LL.M., Adwokat

Piotr R. Graczyk, Adwokat



Anna Porebska APR

25 czerwca 2018