

Sygn. akt I ACa 1034/12

WYROK

W IMIENIU RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Dnia 12 marca 2013 r.

Sąd Apelacyjny w Warszawie I Wydział Cywilny w składzie:

Przewodniczący – Sędzia SA Romana Górecka

Sędzia SA Bogdan Świerczakowski

Sędzia SA Jacek Sadowski (spr.)

Protokolant st. sekr. sąd. Joanna Baranowska

po rozpoznaniu w dniu 12 marca 2013 r. w Warszawie

na rozprawie

sprawy z powództwa A. M.

przeciwko (...) spółce akcyjnej z siedzibą w W.

przy udziale Fundacji (...) z siedzibą w W.

o ochronę dóbr osobistych

na skutek apelacji powódki

od wyroku Sądu Okręgowego w Warszawie

z dnia 10 maja 2012 r.

sygn. akt I C 1101/11

1. oddala apelację;

2. zasądza od A. M. i Fundacji (...) z siedzibą w W. na rzecz (...) spółki akcyjnej z siedzibą w W. kwoty po 135 (sto trzydzieści pięć) złotych tytułem zwrotu kosztów postępowania apelacyjnego.

Sygn. akt I ACa 1034/12

UZASADNIENIE

Fundacja (...), jako organizacja pozarządowa, wytoczyła w imieniu i na rzecz A. M., pozew przeciwko (...) S.A. z siedzibą w W. o ochronę dóbr osobistych. Pierwotnie treścią powództwa było:

1. zakazanie pozwanemu rozpowszechniania reklamy w formie billboardów (siatek wielkoformatowych) umieszczonych na budynkach, autobusach, stacji metra i innych miejscach publicznych oraz w formie elektronicznej w sieci Internet dotyczącej sprzedaży usług internetowych obrazujących kobiety w pozycji leżącej z dopiskiem „od września dajemy za darmo”,

2. nakazanie pozwanemu złożenia oświadczenia w formie billboardu takiej samej wielkości, jak w/w reklama i przy użyciu czarnej dużej czcionki wypełniającej powierzchnię billboardu umieszczonego na ulicy (...) w W. naprzeciwko

(...) Banku (...) S.A. oraz na pierwszej stronie dziennika Gazeta (...) oraz (...) w prawym górnym rogu, czcionka 14 o następującej treści: (...) S.A. przeprasza kobiety za zaprezentowanie reklamy sprzedaży usług internetowych odwołujących się do seksistowskich skojarzeń poniżających i urażających godność kobiet."

3. podanie wyroku do publicznej wiadomości w dzienniku Gazeta (...) oraz (...) wydanie weekendowe;
4. zobowiązanie pozwanego do zapłaty na rzecz Federacji kobiet i Planowania Rodzinny z siedzibą w W. kwoty 100.000 złotych.

W toku procesu strona powodowa ograniczyła żądanie pieniężne do kwoty 1000 zł oraz zmodyfikowała treść żądanego przeproszenia.

W uzasadnieniu pozwu wskazano, że pozwana od sierpnia 2011 r. rozpowszechnia reklamę usług internetowych, która w ocenie i odczuciu powódki stanowi odwołanie się w sposób bezpośredni od seksistowskich skojarzeń poniżających i urażających godność kobiety – powódki, a także umacnia stereotypy płciowe i sprowadza kobiety do roli obiektów seksualnych.

W toku procesu A. M. wstąpiła do sprawy w charakterze powódki. Domagała się ochrony swoich dóbr osobistych w postaci: czci i godności osobistej.

Wyrokiem z dnia 10 maja 2012 r. Sąd Okręgowy w Warszawie oddalił wniesione powództwo.

Podstawą wydanego rozstrzygnięcia były następujące ustalenia faktyczne i oceny prawne poczynione przez sąd pierwszej instancji.

Pozwana spółka od sierpnia 2011 r. rozpowszechniała reklamę usług internetowych przedstawiającą postać leżącej na brzuchu kobiety - w pierwszej odsłonie reklamy bez widoku twarzy z nadpisaniem hasłem reklamowym „od września, dajemy za darmo”, w drugiej odsłonie reklamy wraz z widokiem twarzy i otwartym laptopem z nadpisaną pozostałą częścią hasła reklamowego: „za darmo Internet dla naszych abonentów”. Reklama ta była rozpowszechniana za pomocą tablic wielkoformatowych, w postaci reklam umieszczonych na autobusach i w (...)

Oceniając fakt rozpowszechnienia tej reklamy w kontekście naruszenia dóbr osobistych powódki sąd okręgowy wskazał, że forma i treść rozpatrywanego przekazu reklamowego nie narusza dóbr osobistych powódki. Przekaz ten nie zawiera bowiem ani znamion opisowych, ani informacyjnych, które odnosiłyby się do powódki. Zawarta w nim wypowiedź ma charakter ogólny i skierowana została do abstrakcyjnego adresata. Jak wskazał sąd okręgowy, skoro reklama pozwanego nie traktuje wprost o powódce, ani jej nie dotyczy, nie dochodzi do naruszenia dóbr osobistych powódki. Pozwany nie ponosi odpowiedzialności ani za to jakie powódce przychodzi na myśl skojarzenia z tą reklamą, ani jakie skutki te skojarzenia rodzą dla jej przeżyć psychicznych. Sąd pierwszej instancji podkreślił, że nawet podążając tokiem rozumowania przedstawionym przez powódkę, a zatem przyjmując, iż intencją pozwanego było wpłynięcie na adresata reklamy w taki sposób, by reklama ta kojarzyła się z obietnicą usługi seksualnej wykonanej za darmo, nie da się powiązać tej wypowiedzi z żadnym dobrem osobistym powódki. Obietnicę tę bowiem w pierwotnej odsłonie reklamy formułuje bliżej nie określony podmiot lub podmioty (użycie sformułowania z podmiotem domyślnym „dajemy za darmo”). Gdyby adresat reklamy miałby przekaz ten wiązać z jakąkolwiek osobą to w pierwszym rzędzie czyniłby to w stosunku do uwidocznionej w tej reklamie osoby, a nie powódki, która nigdy, w żadnej odsłonie tej reklamy nie występowała. Zdaniem sądu okręgowego, gdyby ktokolwiek miał prawo czuć się pokrzywdzony treścią tej reklamy, to powinna być to osoba przedstawiona na tej reklamie. Jednakże osoba ta wyraziła zgodę na pozowanie do takiego ujęcia, jak przedstawione w reklamie i przyjęła za to stosowne wynagrodzenie. Z uwagi zaś na przedmiot rozstrzygania w niniejszej sprawie (podstawę faktyczną powództwa) relacje pomiędzy tą osobą a pozwanym pozostają poza zainteresowaniem sądu. Sąd okręgowy nie uznał za przekonywujące stanowisko powódki, która poczucie krzywdy i naruszenie dóbr osobistych w tej sprawie wywodziła z faktu bycia kobietą. Jak wskazał, zarówno w orzecznictwie sądowym, jak i w doktrynie, prezentowany jest pogląd, iż nie da się definiować tzw. grupowych praw podmiotowych, czyli takich praw, które przysługują tylko niektórym ludziom, w tym całym

grupom, z uwagi na ich osobiste (ew. grupowe) cechy odróżniające je innych osób lub grupy osób. Dobra osobiste, w tym cześć i godność są kategorią niepodzielną i nie podlegającą zróżnicowaniu, ani z uwagi na płeć człowieka, ani na wiek, jego pochodzenie, kolor skóry, narodowość, przynależność państwową, status majątkowy, wykształcenie, czy też stan zdrowia. Przynależą one bowiem każdemu człowiekowi w równym stopniu od dnia jego narodzin do dnia jego śmierci. Zdaniem sądu okręgowego, w aktualnym stanie prawnym nie da się konstruować dobra osobistego poprzez przeciwstawienie płci, nawet przez odnoszenie się do walki z panującymi w społeczeństwie stereotypami. Katalog dóbr osobistych przysługujących mężczyznom (każdemu z osobna) jest taki sam, jak ten który przysługuje kobietom (każdej z osobna). Oczywiście różnice o charakterze biologicznym między płciami, czy też różnice mentalne, jeśli takie faktycznie zachodzą, nie stanowią wystarczającego uzasadnienia dla kreowania dóbr osobistych o charakterze grupowym. W ocenie sądu okręgowego nie doszło do naruszenia jakiegokolwiek dobra osobistego powódki, zatem brak podstawowej przesłanki warunkującej legitymację czynną powódki w niniejszej sprawie. Z tych względów wniesione powództwo zostało w całości oddalone.

Apelację od wydanego w tej sprawie wyroku wniosła strona powodowa zaskarżając go w części, to jest w zakresie rozstrzygnięć sądu pierwszej instancji oddalających żądania zawarte w pkt 2 i 3 powództwa i wnosząc o jego zmianę poprzez uwzględnienie tych żądań, ewentualnie o uchylenie zaskarżonego wyroku i przekazanie sprawy sądowi pierwszej instancji do ponownego rozpoznania.

W apelacji zawarte zostały następujące zarzuty:

1. naruszenie prawa materialnego, tj. art. 23 k.c. w związku z art. 24 k.c. przez ich błędną wykładnię polegającą na przyjęciu, że reklama usług pozwanej spółki, będąca przedmiotem oceny w niniejszym postępowaniu nie narusza dobra osobistego powódki (godności), ponieważ nie zawiera znamion opisowych i informacyjnych odnoszących się do powódki, a jest skierowana do abstrakcyjnego adresata;
2. naruszenie prawa procesowego, tj. art. 233 § 1 k.p.c. w związku z art. 328 § 2 k.p.c. poprzez nieuzasadnione pominięcie dowodów przedstawionych przez powódkę na okoliczność ustalenia obiektywnej reakcji społeczeństwa na reklamę (obiektywnego kryterium oceny naruszenia dóbr osobistych), co skutkowało dowolnym i w konsekwencji wadliwym rozstrzygnięciem sprawy.

W odpowiedzi na apelację strona pozwana wniosła o oddalenie apelacji i zasądzenie kosztów procesu.

Sąd apelacyjny zważył, co następuje.

Apelacja jest niezasadna, aczkolwiek nie wszystkie wywody sądu okręgowego zawarte w części motywacyjnej orzeczenia zasługują na akceptację. Trafnie natomiast – wbrew zarzutom skarżącego – sąd okręgowy rozstrzygnął zasadniczy problem w tej sprawie uznając brak naruszenia dóbr osobistych powódki w postaci czci (godności osobowej). Skutkowało to oddaleniem powództwa, co jest w tej sprawie rozstrzygnięciem trafnym.

W rozpoznawanej sprawie skarżąca wносиła o ochronę dobra osobistego w postaci godności osobistej. Zarzucając sądowi pierwszej instancji naruszenie art. 23 k.c. w zw. z art. 24 k.c. poprzez ich błędną wykładnię skarżąca wywodzi, że sposób przedstawienia na reklamie pozwanej postaci kobiety i tym samym sam widok tej reklamy skutkuje powstaniem u skarżącej negatywnych przeżyć – uczucia upokorzenia i dyskryminacji, których doświadcza jako kobieta. W ten sposób, zgodnie z zawartym w apelacji wywodem, dochodzi do naruszenia godności osobistej skarżącej. Tak ujęta konstrukcja wprost nawiązuje do czysto subiektywnego pojmowania istoty dóbr osobistych. W tym ujęciu decydujące znaczenie należy przyznać odczuciom osoby pokrzywdzonej, a więc istnieniu „subiektywnego wzburzenia emocjonalnego”, które spowodowane zostało jakimś faktem. Zgodnie z tą koncepcją każdy fakt wywołujący owo „subiektywne wzburzenie emocjonalne” może skutkować naruszeniem dobra osobistego.

Koncepcji tej nie sposób podzielić. Konstrukcja ochrony dóbr osobistych opiera się w prawie polskim na obiektywnym ujmowaniu ich istoty. Odmienne niż w ujęciu subiektywnym, odwołującym się przede wszystkim do indywidualnych wartości świata uczuć, stanu życia psychicznego jednostki, koncepcja obiektywna przyjmuje, że źródłem dóbr

osobistych, jako wartości niemajątkowych i ściśle związanych z osobą ludzką, jest porządek prawny oraz zawarte w nim społeczne normy i oceny. Dobra osobiste charakteryzowane są więc jako wartości wynikające ze społecznych ocen, stanowiące przedmiot społecznego uznania i typizacji, o których istnieniu rozstrzyga osąd opinii społecznej. Są to wartości uznane powszechnie w społeczeństwie i akceptowane przez dany system prawny (zob. m.in. A. Szpunar, Ochrona dóbr osobistych, Warszawa 1979, s. 107; A. Cisek, Dobra osobiste i ich niemajątkowa ochrona w kodeksie cywilnym, Acta UWr, Prawo CLXVII, Wrocław 1989, s. 39; Z. Radwański, Prawo cywilne - część ogólna, Warszawa 2003, s. 156). Z tych względów naturę i granice poszczególnych dóbr osobistych wyznaczają przeważające w danym społeczeństwie zapatrywania prawne, moralne i obyczajowe. Dokonując oceny, czy nastąpiło naruszenie danego dobra osobistego należy odnosić się do poglądów panujących w społeczeństwie, posługiwać się w tym celu abstrakcyjnym wzorcem „przeciętnego obywatela”, nie zaś odwoływać się do jednostkowych odczuć i ocen osoby pokrzywdzonej. Jak wskazuje się w doktrynie, wartości osobiste nie dlatego podlegają ochronie, że dana osoba przywiązuje do nich subiektywnie doniosłe znaczenie, ale dlatego, że system prawny uznaje i próbuje potrzebę ich ochrony. Również w orzecznictwie Sądu Najwyższego akcentuje się pogląd, zgodnie z którym ocena, czy w konkretnej sytuacji nastąpiło naruszenie dobra osobistego, nie może być dokonywana według miary indywidualnej wrażliwości pokrzywdzonego, a więc według oceny subiektywnej zainteresowanego. Kryteria oceny naruszenia muszą być poddane obiektywizacji, trzeba w tym zakresie uwzględnić odczucia szerszego grona uczestników i powszechnie przyjmowane, a zasługujące na akceptację normy postępowania, w tym normy obyczajowe i wynikające z tradycji (tak m.in. wyrok SN z 11.03.1997 r., III CKN 33/97, OSNC 1997, z. 6-7, poz. 93, wyrok SN z 16.01.1976 r., II CR 692/75, OSNC 1976, z. 11, poz. 251).

W świetle powyższego nie każde zdarzenie wywołujące u jednostki „subiektywne wzburzenie emocjonalne” stanowi fakt, któremu można przypisać skutek w postaci naruszenia dóbr osobistych jednostki. Owych kryterium delimitacyjnych dostarcza obiektywna koncepcja naruszenia dóbr osobistych. Nie kwestionując więc twierdzeń skarżącej, że sam widok reklamy pozwanego mógł u niej wywołać uczucie upokorzenia i złości, a nawet poczucie dyskryminacji, nie można zarazem uznać, że nastąpiło w ten sposób na skutek działań pozwanego związanych z rozpowszechnieniem tej reklamy naruszenie dobra osobistego skarżącej – godności osobistej.

Wbrew wywodom skarżącej do analogicznych wniosków prowadzi lektura orzeczenia Sądu Najwyższego z dnia 6 kwietnia 2004 r., I CK 484/03. W orzeczeniu tym Sąd Najwyższy bezpośrednio nawiązał do pojęcia dóbr osobistych jako wartości o charakterze obiektywnym wskazując, że indywidualne wartości świata uczuć i życia psychicznego o tyle tylko stanowią prawem chronione dobra osobiste, o ile odpowiadają obiektywnym kryteriom, a nie tylko subiektywnym odczuciom osoby żądającej ochrony prawnej. Tym obiektywnym kryterium i punktem odniesienia weryfikującym istniejące subiektywne przekonanie, przyjmujące określoną wartość za dobra osobiste, powinna być wyrażana przez społeczeństwo (lub jego zdecydowaną większość) opinia o tym, czy konkretna wartość zasługuje na uznanie jej za prawem chronione dobro osobiste. Dobro osobiste, będące emanacją osobowości każdego człowieka, jest wprawdzie sprawą jego świadomości, a więc kategorią z natury subiektywną, jednakże musi odpowiadać kryterium sprawdzalności, a więc kryterium obiektywnym. Udzielając ochrony prawnej w sprawie I CK 484/03 Sąd Najwyższy wskazał, że owym elementem obiektywizującym w tej sprawie był szczególny, bliski stosunek powoda do osoby papieża Jana Pawła II, łączące go z osobą papieża szczególnie silnie związki uczuciowe, relacja przyjaźni. Istnienie tego elementu umożliwiło zobiektywizowanie subiektywnych odczuć powoda i tym samym przyznanie ochrony prawnej jego dobrom osobistym naruszonym na skutek treści publikacji wymierzonej w osobę Jana Pawła II.

Analogiczna sytuacja, wbrew obszernym wywodom skarżącej, nie występuje w rozpoznawanej sprawie. W okolicznościach faktycznych tej sprawy brak jest bowiem bezpośredniego związku (wystarczająco bliskiej relacji faktycznej) pomiędzy treścią zakwestionowanej reklamy a osobą powódki. Istnienie takiego związku stanowi konieczny element umożliwiający, w świetle wskazanych powyżej kryteriów obiektywnych, prawne przypisanie działaniom pozwanego skutku w postaci naruszenia dobra osobistego powódki. Związek ten powinien wyrażać się w tej sprawie w nakierowaniu albo przynajmniej odwołaniu się działania pozwanego do osoby powódki (sfery jej osobowości). Innymi słowy w celu przypisania działaniom pozwanego obiektywnego skutku w postaci naruszenia, bądź zagrożenia dóbr osobistych powódki, musi istnieć (być wykazana) obiektywna relacja pomiędzy treścią, bądź formą zakwestionowanej przez skarżącą reklamy a sferą godności powódki. Istotą bowiem dóbr osobistych jest to,

że wiążą się one ściśle z ich podmiotem (osobą). W rozpoznawanej sprawie, jak wynika to z wywodów skarżącej, działanie pozwanego dotykało w istocie pewnego symbolu kobiety, pewnego ideogramu. W efekcie brak jest w tej sprawie możliwości obiektywnego przypisania działaniom pozwanego skutku w postaci naruszenia dobra osobistego powódki w postaci jej godności, a więc tej sfery osobowości człowieka, która konkretyzuje się w poczuciu własnej wartości i oczekiwaniu szacunku ze strony innych ludzi. Z tych względów nie jest możliwe uznanie, że treść i forma reklamy pozwanej spółki naruszyła dobra osobiste powódki. Bezprzedmiotowe tym samym są dalsze analogie czynione w apelacji przez skarżącą pomiędzy niniejszą sprawą a okolicznościami sprawy I CK 484/03, która była przedmiotem rozstrzygnięcia Sądu Najwyższego.

Wbrew zarzutom skarżącej koniecznym elementem obiektywizującym nie są w tej sprawie oświadczenia innych kobiet, które dołączone zostały do złożonego w tej sprawie pozwu. Z treści tych oświadczeń wynika bowiem jedynie okoliczność, że również u innych osób treść i forma reklamy prezentowanej przez pozwaną spółkę wzbudziła analogiczne jak u powódki odczucia – poczucie upokorzenia i dyskryminacji, a więc „subiektywne wzburzenie emocjonalne”. Brak jednak nadal elementu, który z uwagi na kontekst całego zdarzenia, w szczególności treść i formę prezentowanej reklamy, umożliwiłby obiektywne przypisanie działaniom pozwanego skutku w postaci naruszenia dóbr osobistych konkretnych osób, w tym powódki. W efekcie nie może wyrzucić zamierzonego przez skarżącą skutku zawarty w apelacji zarzut naruszenia przez sąd pierwszej instancji przepisów prawa procesowego, to jest art. 233 § 1 k.p.c. w zw. z art. 328 § 2 k.p.c.

Dodatkowo wskazać należy, że poza względami konstrukcyjnymi nawiązującymi do samej istoty dóbr osobistych, jako wartości uznanych powszechnie w społeczeństwie i akceptowanych przez dany system prawny, za stanowiskiem sądu apelacyjnego przemawia również potrzeba wyznaczenia właściwego balansu pomiędzy sprzecznymi wartościami prawnymi wymagającymi w tej sprawie ochrony. Istnieje bowiem oczywista kolizja zasad prawnych w postaci prawa jednostki do ochrony czci i dobrego imienia oraz prawa do swobody wypowiedzi i wolności słowa (swoboda wypowiedzi obejmuje również wypowiedzi komercyjne). Obydwie wskazane zasady są chronione zarówno na podstawie Konstytucji RP (art. 14 i 54 ust. 1 oraz art. 30, 31 ust. 3 i 47), umów międzynarodowych (art. 10 ust. 1 i 2 Konwencji o ochronie praw człowieka i podstawowych wolności, art. 19 powszechnej deklaracji praw człowieka, art. 17 i 19 międzynarodowego paktu praw obywatelskich i politycznych), jak i ustaw. Jak wskazano w uchwale siedmiu sędziów Sądu Najwyższego z dnia 18 lutego 2005 r., III CZP 53/04, jednakowa jest ranga obu tych zasad i poziom udzielanej im ochrony. Oznacza to, że żadnej z nich nie można przyznać pierwszeństwa i żadna z nich nie ma charakteru absolutnego. Jak wskazano w przywołanej uchwale, gdy podnosi się, że prawo do wolności wypowiedzi może w określonych sytuacjach podlegać ograniczeniom ze względu na inne prawa, należy pamiętać, iż w konkretnych okolicznościach może zdarzyć się, iż prawo do ochrony czci będzie musiało ustąpić przed innym prawem. W stanie takiej równowagi kolizja pomiędzy prawem do wolności słowa oraz prawem społeczeństwa do informacji, a prawem jednostki do ochrony czci będzie zawsze rozwiązywana w okolicznościach konkretnej sprawy.

Uznanie w rozpoznawanej sprawie argumentacji skarżącej w zasadniczy sposób zawęziłoby obszar swobody wypowiedzi. Oznaczałoby bowiem przyznanie roszczenia w istocie każdemu odbiorcy wypowiedzi w wypadku, gdy z przyczyn ideowych, światopoglądowych, czy nawet estetycznych nie zgadzałyby się on z zawartym w niej przekazem – jego treścią bądź formą. Zarazem oznaczałoby to dalszą jurydyzację sporów o charakterze przede wszystkim ideowym, światopoglądowym, czy estetycznym.

Z tych wszystkich względów uznając wniesioną apelację za niezasadną, sąd apelacyjny na podstawie art. 385 k.p.c. orzekł, jak w punkcie pierwszym wyroku. O kosztach postępowania apelacyjnego orzeczono zgodnie z zasadą odpowiedzialności za wynik procesu (art. 98 § 1 w zw. z art. 391 § 1 k.p.c.). Na koszty poniesione przez pozwanego, który wygrał tę sprawę, składały się koszty wynagrodzenia pełnomocnika procesowego ustalone w stawce minimalnej, zgodnie z § 10 ust. 1 pkt 2 w zw. z § 12 ust. 1 pkt 2 rozporządzenia Ministra Sprawiedliwości z dnia 28 września 2002 r. w sprawie opłat za czynności radców prawnych oraz ponoszenia przez Skarb Państwa kosztów pomocy prawnej udzielonej przez radcę prawnego ustanowionego z urzędu. Obowiązek zwrotu kosztów procesu został nałożony na stronę powodową w częściach równych, zgodnie z art. 105 § 1 k.p.c. w zw. z art. 391 § 1 k.p.c.