

Internet jako przestrzeń publiczna. Zagadnienia prawne i etyczne

Anna Leśniewska¹

Dynamiczny rozwój sfery wirtualnej w ciągu ostatnich kilkunastu lat sprawia, że należy postawić sobie pytanie, dlaczego płaszczyzna ta cały czas pozostaje poza zasięgiem polskiego ustawodawcy. Przestrzeń, która daje możliwość zarobienia ogromnych pieniędzy, przy jedynie znikomym wymogach co do wykonywania przedmiotowej działalności – brzmi jak nonsens, jednak jest to rzeczywistość. Najmniej akceptowalnym aspektem całego układu jest fakt, iż codziennie, przez olbrzymią ilość czasu i bez ograniczeń, przygląda się temu bardzo młoda widownia. Im młodsze dzieci, tym bardziej podatne są na słowa idoli, jednocześnie nie będąc w żaden sposób chronione przed skutkami działań influencerów. Obecnie powszechnie za najbardziej aktualne i rzeczywiste w sferze wirtualnej zagrożenia uznaje się sexting albo trolling. Celem niniejszego opracowania jest wykazanie, że najaktualniejszym z istniejących niebezpieczeństw jest demoralizacja młodej widowni, co w przyszłości przyniesie prawdopodobnie rozpaczliwe skutki dla całego społeczeństwa. Autorka podejmuje próbę udowodnienia, że najrozsądniejszym rozwiązaniem w tej sytuacji byłoby uznanie zarówno przez ustawodawcę, jak i przez linię orzecniczą, że Internet jako powszechnie dostępna przestrzeń wirtualna powinien być zawsze traktowany jako przestrzeń publiczna – w takim układzie możliwe byłoby sankcjonowanie osób działających w przestrzeni wirtualnej w sposób, w jaki jest to przewidziane w poszczególnych ustawach.

Uwagi wstępne

Zgodnie z ankietą przeprowadzoną parę lat temu przez brytyjskie czasopismo „The Sun” ponad 75% dzieci i młodzieży deklaruje, że w przyszłości planuje zostać influencerami². Chociaż nie jest żadnym odkryciem, że to właśnie najmłodszy użytkownicy sieci są najbardziej zagrożoną w niej grupą, to poza tym temat ten jest jedną wielką enigmą. Możliwość osiągnięcia bardzo wysokich zarobków połączona z faktem, że sfera ta nie została jeszcze dostatecznie uregulowana przez ustawodawcę, pozwala na *notabene* niczym nieograniczony tumult. Z tego właśnie powodu jest to jedna z kwestii w polskim porządku prawnym, którą ustawodawca winien się w jak najbliższej przyszłości zainteresować.

W 2006 r. przeprowadzona została przez Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumenta ankieta o zagrożeniach dla dzieci w Internecie. Wtedy na pierwszych miejscach uplasowały się takie działania, jak „pedofilia”, „pornografia”, „seksciarstwo” – to one ówczesnie, zdaniem ankietowanych, stanowiły największe niebezpieczeństwo dla najmłodszych korzystających z przestrzeni wirtualnej. Obecnie wydawać się może, iż znaczna liczba rodziców wciąż żyje w przekonaniu, że to właśnie przed tym należy uchronić dzieci korzystające z platform społecznościowych. Słynny na całą Polskę był wtedy obrazek, gdzie młoda dziewczynka w różowej bluzie na zapytanie o poszukiwanie przyjaciół odpisuje zaniepokojony starszy mężczyzna: „Cześć Aniu, tu Wojtek, też mam 12 lat. Chętnie cię poznam”³. Bez znaczenia jest teraz, jak dobra była przedmiotowa kampania dzieciwsi.pl – przez fakt, iż ta tematyka nie została dotychczas zaktualizowana następ-

czymi działaniami o podobnym charakterze, obecnie rodzice mogą nie zdawać sobie sprawy z realnych zagrożeń, a wciąż żyć legendą „Wojtka”.

Nie pomaga także fakt, iż informacje dotyczące przedmiotowego zagadnienia, które odnaleźć można na rządowej stronie⁴ jako aktualne i rzeczywiste, takich przymiotów niestety nie posiadają. Wszystkie wymienione tam zachowania, takie jak *trollowanie* czy *cyberprostytucja*, nie są z całą pewnością pożądane, jednak nie stanowią one wiodących zagrożeń. Te natomiast, często niezauważalne lub zbywane przez ustawodawcę, zataczają coraz szersze kręgi. W niniejszym opracowaniu zostanie omówione zagadnienie, czy sfera internetowa może być uznana za miejsce publiczne, co niesłoby za sobą możliwość odpowiedniego sankcjonowania poszczególnych zachowań, które w przestrzeni publicznej z pewnością nie byłyby przez ustawodawcę tolerowane.

Internet jako miejsce publiczne

Rozważania należy zacząć od obrony tezy, iż generalnie Internet, ze szczególnym uwzględnieniem platform społecznościowych, traktować należy jako miejsce publiczne. Według Słownika języka polskiego definicja „miejsca publicz-

¹ Autorka jest studentką V roku na Wydziale Prawa, Administracji i Ekonomii Uniwersytetu Wrocławskiego. ORCID: 0000-0003-4604-9590.

² Why children want to become YouTubers, <https://niac.flvs.net/2022/01/why-children-want-to-become-youtubers/> (dostęp z 28.2.2023 r.).

³ Internet i jego zagrożenia, <http://www.sp23.wloclawek.pl/bezpieczny-internet.html> (dostęp z 28.2.2023 r.).

⁴ Bezpieczeństwo twojego dziecka – Zagrożenia, <https://www.gov.pl/web/baza-wiedzy/bezpieczenstwo-twojego-dziecka---zagrozenia> (dostęp z 28.2.2023 r.).

nego” to „pomieszczenie lub teren przeznaczony dla ogółu”⁵, jednak jest ona zdecydowanie zbyt wąska. Zwrócić należy uwagę na fakt, iż została stworzona w 2000 r., kiedy to w porównaniu do dnia dzisiejszego, działania ludzi w przestrzeni wirtualnej były na tyle znikome, że nie zachodziła potrzeba uregulowania ich ze względu na wpływ, jaki potencjalnie mogłyby wywierać na odbiorcach. Jednak obecnie, kiedy znaczna część życia większości ludzi, włącznie z pracą czy życiem zawodowym, rozgrywa się w przestrzeni wirtualnej, powyższą definicję należałoby rozszerzyć o stwierdzenie „przestrzeń”, aby mogła ona brzmieć „miejsce publiczne to pomieszczenie, teren lub przestrzeń przeznaczona dla ogółu”. Może się wydawać, że literalnie jest to zmiana znikoma, ale z punktu widzenia zakresu podmiotów lub działań od tego momentu należących do sfery publicznej sytuacja zmienia się diametralnie.

Na wstępie należy również obalić możliwe kontrargumenty, które mogłyby zagrażać wiarygodności postawionej w powyższym akapicie tezy. Jest prawdą, że na stronach zawierających treści wrażliwe, takie jak produkty alkoholowe czy pornografia, pojawia się „blokada” w postaci komunikatu z prośbą o zaznaczenie, iż dany użytkownik ukończył już 18 lat. Po zaznaczeniu opcji „tak” bądź „tak, mam ukończone 18 lat” bez dalszych weryfikacji możliwe jest zapoznanie się z treścią prezentowaną na stronie. Nie jest to wystarczająca przeszkoda, aby na tej podstawie uznawać, że dane treści nie są dostępne dla wszystkich potencjalnych odbiorców. Trochę poważniej do kwestii weryfikacji wieku podchodzi m.in. serwis YouTube, gdzie w swoim czasie należało jedynie w ustawieniach konta zmienić datę urodzenia, tak aby liczba określająca wiek wskazywała na osiągnięcie przez użytkownika pełnoletniości (nie musiała ona być prawdziwa), by uzyskać dostęp do wszystkich treści prezentowanych na stronie. Jednak od 2021 r. moderatorzy platformy poszli o krok dalej. Niektórzy użytkownicy zmuszeni są zweryfikować swój wiek w sposób bardziej „zaawansowany”. Prawdopodobnie dzieje się to, gdy algorytm wykryje, iż dany użytkownik zaraz po weryfikacji wieku w „Ustawieniach konta” zaczyna poszukiwać kontrowersyjnych treści, treści wulgarnych lub treści nieodpowiednich dla osób nieletnich. W takim przypadku serwis prosi o weryfikację wieku użytkownika w jeden z dwóch podanych sposobów: albo poprzez „podpięcie” do konta karty płatniczej, albo poprzez wysłanie zdjęć dowodu osobistego⁶. Nie jest to jednak sposób idealny, ponieważ kartę kredytową posiadać można dużo wcześniej niż przed ukończeniem 18. roku życia. Natomiast sposób polegający na weryfikacji wieku za pomocą dowodu osobistego paradoksalnie wzbudza jeszcze więcej kontrowersji, ponieważ pojawiały się głosy, jakoby serwis miał akceptować dokumenty z wizerunkami sławnych osób lub animowanych postaci.

Ostatnią kwestią do omówienia na potrzeby niniejszego artykułu są prywatne konta. Ten kasus mógłby powodować

komplikacje, gdyby nie stanowisko SN, wskazane w wyroku z 5.10.2022 r.⁷, iż „fakt, że opinia bądź komentarz nie zostały zamieszczone na dostępnym publicznie portalu internetowym, lecz na prywatnej grupie, nie jest jednoznaczne z odebraniem takiemu działaniu przymiotu »publiczności« i działania takie należy rozpatrywać w ich pełnym kontekście”. Obecnie istniejące „bariery”, które mogą co najwyżej czasowo utrudnić niektórym użytkownikom dostęp do poszczególnych treści, nie są jeszcze na tyle zaawansowane, by nie można było założyć, że mimo wszystko w sferze wirtualnej każdy może mieć dostęp do wszystkiego. Z tego względu jak najbardziej właściwe wydaje się stwierdzenie, że w takim razie rzeczywistość wirtualna jest przestrzenią publiczną, a co za tym idzie, powinny znaleźć w niej zastosowanie przepisy prawa powszechnie obowiązującego.

Problem ochrony dóbr osobistych w przestrzeni internetowej

Na samym początku zauważyć wypada, że generalnie kwestia ochrony dóbr osobistych jest kwestią nie najłatwiejszą. To, czy finalnie o naruszeniu dóbr osobistych będziemy mogli powiedzieć, zależy, jak wskazał SN w wyrokach z 28.5.1999 r.⁸ oraz z 16.1.1976 r.⁹, nie tylko od subiektywnego odczucia osoby, które dobra potencjalnie mogły zostać naruszone, ale od obiektywnej reakcji reszty społeczeństwa.

W tym miejscu przypomnieć należy, iż ochrona dóbr osobistych, jaką gwarantuje Kodeks cywilny, węższą ochronę przyznaje osobom publicznym w stosunku do osób prywatnych. Jako przykład należy podać poniższy kasus: czy sfotografowanie osoby fizycznej w restauracji, a następnie rozpowszechnienie tego zdjęcia będzie naruszeniem jej dóbr osobistych? Prawdopodobnie tak, chyba że jest ona np. politykiem, który jedząc obiad, jednocześnie jest w trakcie pełnienia funkcji publicznej.

W tym miejscu rodzi się pytanie, czy twórcy internetowi za takowe osoby publiczne mogą być uznane. Odpowiedź nie będzie jednoznaczna. Naruszenie dóbr osobistych osób publicznych ma zresztą dla blogosfery trzy wymiary. Po pierwsze, to bloger może naruszać dobra osobiste osób publicznych. Po drugie, to dobra osobiste blogera mogą być naruszane, przy czym te naruszenia trzeba inaczej oceniać w sytuacji uznania, że bloger jest osobą publiczną. Po trzecie, gdyby bloger traktowany jako osoba publiczna naruszył pu-

⁵ Słownik języka polskiego, Tom II, Warszawa 1979.

⁶ N. Garbarek, YouTube zażąda od Ciebie skanu dowodu osobistego lub karty płatniczej, <https://www.benchmark.pl/aktualnosci/weryfikacja-wieku-na-youtube-skan-dowodu-lub-karta-platnicza.html> (dostęp z 28.2.2023 r.).

⁷ V KK 314/21, Legalis.

⁸ I CKN 16/98, Legalis.

⁹ II CR 692/75, ONSCP 1976, Nr 11, poz. 251.

blicznie dobra innej osoby publicznej, w tym innego blogera, można by było, jak się wydaje, mówić o debacie publicznej, w ramach której stopień ochrony wydaje się jeszcze niższy niż w innych przypadkach. Kluczowe jest przy tym właśnie pojęcie debaty publicznej, ponieważ przy szerokim jej rozumieniu każdą wymianę poglądów, oceny i opinii można byłoby do niej zaliczyć¹⁰.

Należy mieć na uwadze, że tworzenie *contentu*, a także „bycie” w Internecie jako twórca, w dużej mierze polega na fabrykowaniu dram i zgrzytów, aby cały czas móc istnieć w świadomości odbiorców. Problem dóbr osobistych jest więc wciąż aktualny, ponieważ temat potencjalnych ich naruszeń jest niemalże codziennie poruszany w sferze wirtualnej. Wydawać się może, iż obecnie osoby posiadające milionowe widownie są dla młodszej części społeczeństwa bardziej rozpoznawalne niż politycy. W tym kontekście jak najbardziej można byłoby uznać influencerów za osoby publiczne, których dobra osobiste nie są objęte aż tak oczywistą ochroną. W kontekście przedmiotowego rozstrzygnięcia wartym uwagi zagadnieniem jest podejmowanie działań przeciwko blogerom dotyczących naruszenia dóbr osobistych z tytułu przekroczenia granic dozwolonej krytyki konsumenckiej. Doświadczenie ostatnich lat pokazuje, że wytoczenie powództwa z tytułu naruszenia dóbr osobistych przeciwko konsumentom (lub blogerom ich poniekąd reprezentujących poprzez działania w ramach krytyki konsumenckiej) nierzadko przynosi efekt odwrotny od zamierzonego i zamiast służyć powstrzymaniu naruszeń, przyczynia się do medialnego nagłośnienia sprawy, a w efekcie uczynienia z treści naruszającej dobra osobiste – uprzednio docierającej do relevantnie niewielkiego kręgu osób – przedmiotu szerokiej dyskusji w blogosferze i innych mediach elektronicznych, a tym samym na faktycznej promocji materiału (tzw. efekt *Streisand*)¹¹.

Nie jest kwestią jasną, czy spory wytaczane przez twórców internetowych swoim kolegom z branży są rzeczywiście próbą sprostowania np. nieprawdziwych informacji, rzuconych w eter na ich temat. W wielu przypadkach prawdopodobnie tak, jednak niewykluczone jest też używanie przez niektórych tego instrumentu do powrócenia do świadomości odbiorcy, ponieważ tzw. drama jest na to najlepszym sposobem. Jednakże w zakresie dóbr osobistych, któremu od zawsze towarzyszy pewien stopień ogólności (mamy tu przecież do czynienia z katalogiem otwartym), przed ustawodawcą stawiane jest kolejne, trudne zadanie.

Patostreaming a zakaz spożywania alkoholu w miejscach publicznych

Patostreaming jest zjawiskiem stosunkowo młodym. Nazwa powstała po połączeniu słów *pato* (od: patologia) i *streaming*, a wyrażenie to oznacza „transmisję internetową

na żywo, prowadzoną w serwisach internetowych udostępniających wideo strumieniowe (np. w serwisach *You Tube*, *Twitch*, *Kick*), w trakcie której prezentowane są zachowania będące dewiacjami społecznymi, w tym zwłaszcza takie jak: libacje alkoholowe, przemoc domowa lub liczne wulgaryzmy. Kolejne czynności bywają wykonywane w zamian za drobne wpłaty pieniężne dokonywane przez widzów¹² (tzw. *donate*)”. Przedmiotowe działania nie mogłyby mieć miejsca, gdyby w przestrzeni wirtualnej zastosowanie mogły znaleźć normy dające się wyinterpretować z ustawy z 26.10.1982 r. o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi¹³ regulujące zakaz spożywania alkoholu w przestrzeni publicznej. Nie bez przyczyny ustawodawca w preambule do aktu normatywnego obiera jednoznaczne stanowisko: „Uznając życie obywateli w trzeźwości za niezbędny warunek moralnego i materialnego dobra Narodu”. Nie ma też wątpliwości co do normatywnego charakteru przedmiotowej preambuły, ponieważ jak wskazane zostało w komentarzu, „obowiązujące w Polsce zasady techniki prawodawczej są przeciwne zamieszczaniu w ustawach treści, które nie służą wyrażaniu norm prawnych, a mają jedynie znaczenie pewnego apelu, systemu postulatów, upomnień bądź też stanowią uzasadnienie względem treści ustanowionych norm prawnych”¹⁴. Gdyby jednak uznać to za niewystarczające, sankcjonować działania patostreamerów można na podstawie regulacji z ustawy z 29.12.1992 r. o radiofonii i telewizji¹⁵. W art. 18 ust. 4 tej ustawy mowa o tym, iż: „Zabronione jest rozpowszechnianie audycji lub innych przekazów zagrażających fizycznemu, psychicznemu lub moralnemu rozwojowi małoletnich, w szczególności zawierających treści pornograficzne lub w sposób nieuzasadniony eksponujących przemoc”. Dodatkowo, jak trafnie wskazuje za SA w Warszawie autor komentarza do ustawy: „Przedmiotem oceny programu telewizyjnego z punktu widzenia przesłanek uzasadniających nałożenie na nadawcę kary pieniężnej za naruszenie art. 18 ust. 1–5b ustawy (...), powinien być nie tylko emitowany obraz, ale całość przekazu z komentarzami prowadzącego i uczestników włącznie”¹⁶. Nie jest zrozumiałe, dlaczego tak szczegółowa regulacja nie mogłaby znaleźć zastosowania dla treści prezentowanych na platformach streamingowych. Patostreaming to jeden z największych zagrożeń dla najmłodszych, niestety będący jednocześnie dla dużej części z nich jedną z najatrakcyjniejszych form spędzania wolnego czasu.

¹⁰ Ł. Goździaszek, *Prawo blogosfery*, Warszawa 2014, s. 89.

¹¹ Ł. Goździaszek, *Prawo...*, s. 92.

¹² Patostream, <https://pl.wikipedia.org/wiki/Patostream> (dostęp z 28.2.2023 r.).

¹³ T.j. Dz.U. z 2023 r. poz. 165 ze zm.; dalej jako: *WychTrzeźU*.

¹⁴ I. Skrzydło-Niżnik, G. Zalas, *Ustawa o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi. Komentarz*, Lex/el. 2002.

¹⁵ T.j. Dz.U. z 2017 r. poz. 1414 ze zm.

¹⁶ A. Niewęgłowski (red.), D. Ossowska-Salamonowicz, *Ustawa o radiofonii i telewizji. Komentarz*, Lex/el. 2021.

Jednak to nie zadanie dzieci, żeby rozeznąć, co jest dobre dla nich i ich rozwoju – jest to zadanie rodziców, których w ramach polityki prorodzinnej powinien wspierać w tym ustawodawca. Często nawet starsza młodzież zauważa tego typu zagrożenia i próbuje interweniować, jednak nie ma do tego odpowiednich narzędzi. Fatalnie patrzy się na desperackie próby otrzymania pomocy w takich sytuacjach, które spotykają się z brakiem reakcji ze strony odpowiednich organów. Na początku stycznia 2023 r. bardzo głośno było w polskich mediach (co ciekawe, nie były to wyłącznie media społecznościowe, co potwierdza tezę o coraz większej społecznej świadomości tego, co w sferze Internetu ma miejsce) o zakończeniu wykonywania rocznej kary pozbawienia wolności przez właściciela kanału na YouTube, który subskrybowało ponad 100 tysięcy użytkowników serwisu. Kara była reakcją odpowiednich organów na działania streamera, które to miały miejsce podczas transmisji. Jednak żaden z postawionych zarzutów nie uwzględniał faktu, iż codziennie tysiące osób, w tym bardzo wielu nieletnich, godzinami oglądało alkoholowe libacje. Co najmniej niepokojący wydaje się fakt, iż pomimo ingerencji odpowiednich władz w to, co działo się podczas transmisji, nikt zdawał się nie zauważyć ogromnego zagrożenia, jakie niesły one małoletnim.

W powyższym kontekście nie należy również zapominać o krzywdzie wyrządzanej zwierzętom domowym, która ma miejsce podczas niektórych z transmisji. Streamerzy często nie są już w stanie zapanować nad tym, czy ich zwierzę właśnie nie zlizuje wylanego na podłogę alkoholu, czy też nie wyjada resztek chipsów wysypanych z paczki. Bez względu na to, czy zwierzę przez niechlujność właściciela spożywa nieodpowiednie dla siebie pokarmy, czy przez zaniedbanie, znacznie podupada na stanie zdrowia, działania właścicieli z całą pewnością naruszają normę prawną z art. 5 ustawy z 21.8.1997 r. o ochronie zwierząt¹⁷: „Każde zwierzę wymaga humanitarnego traktowania”, a także *lex specialis* mówiącą wprost, iż znęcanie się nad zwierzętami należy rozumieć w szczególności jako „utrzymywanie zwierząt w niewłaściwych warunkach bytowania, w tym utrzymywanie ich w stanie rażącego zaniedbania lub niechlujstwa, bądź w pomieszczeniach albo klatkach uniemożliwiających im zachowanie naturalnej pozycji”. Zgodnie z tym, co wskazał w tezie orzeczenia z 13.10.2021 r. WSA w Poznaniu¹⁸: „Ocena, czy doszło do znęcania się nad zwierzętami w postaci »utrzymywania zwierząt w niewłaściwych warunkach bytowania, w tym utrzymywanie ich w stanie rażącego zaniedbania lub niechlujstwa« wymaga odwołania się w pewnym zakresie do kryteriów pozaprawnych, zasad doświadczenia życiowego”. W sytuacji wskazanej powyżej poprzez wzgląd na racjonalność oraz doświadczenie życiowe należy twierdzić, że działania przedstawione jak najbardziej mieszczą się w zakresie niehumanitarnego traktowania oraz zaniedbywania zwierząt.

Promocja alkoholi wysokoprocentowych w produkcjach muzycznych

W Polsce obowiązuje dość szczegółowa regulacja odnosząca się do możliwości promocji alkoholi w przestrzeni publicznej. Artykuł 131 WychTrzeźU, który w ustępie pierwszym jasno zabrania na obszarze kraju reklamy i promocji napojów alkoholowych innych niż piwo, a w ustępach późniejszych doprecyzowuje kryteria, odnosząc się do promocji wydarzeń i usług, związanych lub wykorzystujących znak towarowy producentów tych napojów, jasno zabrania agitacji jakiegokolwiek alkoholu, który zawiera powyżej 18% czystego alkoholu etylowego. Kryteria te są jasno i wprost określone przez ustawodawcę i nawet osobom niebędącym profesjonalistami ich interpretacja nie powinna sprawiać większych problemów. Z tym bardziej niezrozumiałych względów polska branża muzyczna zdaje się nie widzieć powyższych zakazów i na przekór nawiązywać czy to w swoich utworach, czy w teledyskach, chociażby do rumu znanej marki. Tutaj problem jest zgoła inny niż w powyższym akapicie, gdzie rozważanym problemem był fakt, czy spożywanie alkoholu jednocześnie prowadząc transmisję na żywo, można uznać za spożywanie alkoholu w przestrzeni publicznej. W tym przypadku dolegliwość jawi się w kwestii, iż przepisy jasno zakazują promowania alkoholi niebędących piwem i równie jasno określają kryteria, które z napojów alkoholowych ową nazwą można określić. W tym momencie rodzi się pytanie, z jakiego powodu artysta i prawdopodobnie cały sztab osób współpracujących przy tworzeniu teledysku nie uznali, iż wielki, neonowy napis oznaczający nazwę producenta znanego trunku, notorycznie pojawiający się w twórczości konkretnego artysty, obiektywnie będzie można określić promocją owego alkoholu, a co za tym idzie, działaniem niezgodnym z obowiązującym prawem.

Jednym z elementów, które pozwalają mówić o danym przekazie jako reklamie napojów alkoholowych, jest, zgodnie z art. 21 ust. 1 pkt 2 WychTrzeźU, charakter powszechny danego przekazu. Reklama, aby mogła być uznana za reklamę w rozumieniu art. 21 ust. 1 pkt 2 WychTrzeźU, powinna być zatem skierowana do nieograniczonego kręgu odbiorców. W tym miejscu należy poczynić spostrzeżenie, że obecna duża dostępność usług internetowych sprawia, że krąg odbiorców treści zawartych na stronach internetowych staje się powszechny¹⁹.

Przedstawione powyżej przykłady tylko niektórych poczynań, mających miejsce w sferze internetowej, wydają się

¹⁷ T.j. Dz.U. z 2022 r. poz. 572 ze zm.

¹⁸ II SA/Po 278/21, Legalis.

¹⁹ M. Koszowski, I. Niżnik-Dobosz, Ustawa o wychowaniu w trzeźwości i przeciwdziałaniu alkoholizmowi. Komentarz, Lex/el. 2022.

nie być kompatybilne z tym, co w regulacjach nakazuje czynić polski ustawodawca. Pomijając fakt, iż opisani powyżej artyści w pełni świadomi są posiadania stosunkowo młodej widowni, więc działania, które promują, są z pewnością nieetyczne, za co jednak w świetle polskiego prawa ukarać ich nie można. Z pewnością jednak udałooby się wskazać niejedną normę prawną, w związku z nieoznaczoną odpowiednio współpracą czy promocją napojów wysokoprocentowych, która na podstawie powyższych działań bywa notorycznie naruszana. W tym miejscu, na zakończenie tej części rozważań, wskazać należy na jeszcze jedną, wręcz kluczową kwestię: „Nie sposób również nie zauważyć, że pozostawienie tak dominującego obecnie w docieraniu do konsumentów medium, jakim jest Internet, w tym przekaz za pomocą portali społecznościowych, wymaga pilnych prac legislacyjnych mających na celu podjęcie bezpośredniego uregulowania warunków dopuszczalności reklamy i promocji napojów alkoholowych w Internecie. Obecnie bowiem tak wiele osób ma dostęp do sieci Internet, w tym korzysta z różnych portali społecznościowych, że dopuszczalność takiej aktywności w istocie oparta prawie wyłącznie na założeniu, że reklama i promocja na portalach społecznościowych ma co do zasady charakter niepubliczny, staje się coraz bardziej iluzoryczna i niedopasowana do współczesnych realiów”²⁰.

Kanały *commentary*, czyli strażnicy prawa w Internecie

Commentary to szczególny rodzaj *contentu*, polegający na relacjonowaniu działań influencerów przez innych twórców. Sami posiadają spore grono odbiorców, chociaż w liczbach nieporównywalnych do największych polskich „content creatorów”. Korzystają na potrzeby swoich filmów z prawa cytatu, uregulowanego w ustawie z 4.2.1994 r. – Prawo autorskie i prawa pokrewne²¹, i na tej podstawie, niejako „naokoło” czyjeś utwory budują swoją twórczość. Korzystają na tej podstawie z przywileju polemiki – „Polemika nie dotyczy często kwestii, które można rozstrzygnąć, jak nierzadko w sytuacji analizy naukowej, na zasadzie: prawda – fałsz. Jest ona niekiedy podejmowana w odniesieniu do zagadnień politycznych czy społecznych, których nie da się w podobny sposób rozwikłać, a to ze względu na pojawiający się element subiektywnej oceny”²². Może zrodzić się w tym momencie pytanie, gdzie w takim razie leży wartość tego typu działalności? Dotąd w tekście przedstawiona była koncepcja szkodliwości działań, jakie obecnie są w Internecie dostępne na tak szeroką skalę. Jednak nawet tutaj, podobnie jak w przyrodzie, dąży się do zachowania równowagi, gdyż twórcy pochodzący z jednego środowiska sami dostrzegają wątpliwe legalnie i etycznie działania wśród swoich kolegów z branży, następnie próbując dochodzić sprawiedliwości metodami dostępnymi w przestrzeni wirtualnej. Niestety najczę-

ściej ograniczają się one do formy ostracyzmu społecznego, licząc, że przedstawiając nieuczciwość twórcy, społeczność skupiona wokół jego osoby odwróci się od niego, tym samym nie generując trakcji na takich kanałach i uniemożliwiając monetyzację twórczości. Problemem tego typu działalności jest fakt, iż dowody przedstawiane przez twórców *commentary* często nie mogą być dowodami w rozumieniu prawa, gdyby sprawa zakończyła się na drodze sądowej.

To prawdopodobieństwo wniesienia sprawy do sądu jest w środowisku internetowym wysokie, gdyż przy okazji pojedynków słownych w Internecie często dochodzi do oskarżeń o naruszenie dóbr osobistych czy pomówienia. Twórcy zdają sobie sprawę, że winni są przewinień, które są zauważane przez kanały *commentary*, jednak wiedzą także, że ci drudzy nie są w stanie wykazać tego dowodami dopuszczalnymi w praktyce jurysdykcyjnej. Wychodzą z tego sytuacji, w których powszechnie wiadomo, że osobowości internetowe reklamują scam czy zatrudniają pracowników niezgodnie z prawem, jednak nikt nie zwraca na to uwagi, ponieważ jest to ciężkie do udowodnienia. Niekako skutkiem tego jest zjawisko, iż strach przed pociągnięciem do odpowiedzialności przez instytucje państwowe, obecny w wielu dziedzinach życia, zdaje się nie istnieć wśród influencerów.

Kolejny problem dotyczy kanałów *commentary*, którzy często w pogoni za poklaskiem przeobrażają się w „internetowych szeryfów”. Osoby takie, poszukując uwagi, mogą dojść do błędnych konkluzji lub powziąć nieprawdziwe informacje, a następnie je rozpowszechniać. Nie posiadają oni także niezbędnej wiedzy i generalnie nie potrafią interpretować przepisów ustaw, podają do wiedzy odbiorców artykuły z kodeksów prawa karnego czy cywilnego, które jedynie w ich mniemaniu mogłyby być zastosowane jako podstawa prawna działań, które popełnił dany twórca. Posiadając wiedzę prawniczą, można dostrzec, że są one błędne i nie można ich przypisać pokrzywdzonym w takich sytuacjach twórcom. Jednak w świadomości masowego odbiorcy zakorzenione zostaje, że ktoś faktycznie dopuścił się naruszenia prawa. Sytuacja panująca w środowisku internetowym jest poza kontrolą uprawnionych do niej organów, a fakt, iż sprawiedliwość wymierzana jest samodzielnie pomiędzy twórcami, a nie poprzez uprawnione do tego instytucje, jest wręcz nie do pomyślenia w demokratycznym państwie prawa.

Warto także zwrócić uwagę, iż sami twórcy *commentary* chętnie chcą korzystać z instytucji prawnych, jakie zapewnia im państwo. Popularnym zjawiskiem stało się poświadczanie notarialne filmów dostępnych na platformie YouTube, w celu uniknięcia sytuacji, gdy w sądzie nie byłoby możliwe udowodnienie, że pewne słowa zostały na danym filmie wypowiedziane bądź iż pewna sytuacja miała miejsce. Dowodzi

²⁰ *Ibidem*.

²¹ T.j. Dz.U. z 2022 r. poz. 2509 ze zm.

²² A. Niewęglowski, Prawo autorskie. Komentarz, Lex/el. 2021.

to, że chęć poszerzania wiedzy prawniczej jest obecna wśród twórców, a co za tym idzie, bardzo prawdopodobne, że chcieliby oni brać udział w akcjach mających na celu zwiększenie wiedzy specjalistycznej obejmującej zagadnienia okołointernetowe, gdyby państwo kiedykolwiek takie przeprowadziło. Popularne stały się także zawiadomienia Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumenta, który nie pozostaje bierny. Widać więc, że środowisko dostrzega potrzebę stosowania profesjonalnych instytucji w celu przedstawiania swoich racji. Warto byłoby więc nadążyć za zapotrzebowaniem i zapewnić więcej ścieżek dostępu oraz akcji społecznych zwiększających świadomość obywateli na zagrożenia, jakie płyną z sieci. W pierwszej kolejności należy jednak zaktualizować katalog zagrożeń obecnych w przestrzeni wirtualnej, ponieważ, jak zostało wskazane, są one zgoła inne niż te zakorzenione w masowej świadomości.

Podsumowanie

Wydaje się, że wystarczająco dużo argumentów przemawia na rzecz tezy, iż Internet jest sferą publiczną. Kwestia ta nie powinna więc być ocena i zależnie od rodzaju rozpatrywanej sprawy, pozostawiana do dyspozycji sądów. Internet stanowi obecnie ogromną część życia wielu ludzi, nieraz więcej interakcji na co dzień doświadcza się w cyberprzestrzeni. Jednak wciąż, myśląc o przestrzeni wirtualnej, nie dostrzega się aspektów tej „społeczności”. Z tej właśnie przyczyny świat wirtualny niesie ze sobą tak wiele zagrożeń.

Z pomocą powinno przyjść prawo oraz instytucje państwowe. W pierwszej kolejności należy jednoznacznie zdecydować, iż Internet jest przestrzenią publiczną. Na przełomie lat dziewięćdziesiątych i dwutysięcznych państwo podjęło się

misji edukowania społeczeństwa; starano się pokazać, że często osoby, na które napotyka się w sferze wirtualnej, potrafią być zagrożeniem. Wtedy za cel objęto ochronę najmłodszych jako tych najsłabszych i najbardziej podatnych na wpływy. I wtedy cel ten został zrealizowany, więc i obecnie powinno się podjąć działania o podobnym charakterze. Jednak, aby tak się stało, w pierwszej kolejności to ustawodawca powinien dostrzec wiele zagrożeń, które obecnie niesie ze sobą korzystanie z Internetu.

Edukacja potrzebna jest szczególnie teraz, gdy używanie globalnej sieci przybrało całkowicie inną formę. Dawniej opierało się głównie na rozmowach na małych forach i dwustronnych konwersacjach, obecnie stanowi integralną część życia prawie każdej osoby na świecie. Dzisiaj interakcje społeczne przybierają zupełnie inną formę, konwersacja nie przebiega na czatach, a raczej w sekcjach komentarzy na Instagramie czy TikToku. Ustawodawca powinien jasno określić Internet miejscem publicznym. To z pewnością sprawiłoby, że twórcy internetowi czuliby większą presję do przestrzegania zasad nałożonych na nich przez prawo, ponieważ w końcu operowałiby oni w sferze publicznej – miejscu kontrolowanym przez prawo. W obecnej sytuacji niestety Internet postrzegany jest jako szara strefa, w której łatwo można, często pozostając anonimowym, dopuszczać się naruszeń przepisów prawa. Przestrzeń wirtualna jest obecnie najważniejszym narzędziem w rękach człowieka, a w Polsce ma do niej dostęp aż 92,4% polskich gospodarstw domowych²³. Może budzić zdziwienie okoliczność, jak małe zainteresowanie cyberprzestrzenią wykazuje ustawodawca.

²³ M. Niemczyk, Dostęp do internetu w Polsce, <https://raportstrategiczny.iab.org.pl/raport/dostep-do-internetu-w-polsce/> (dostęp z 6.3.2023 r.).

Słowa kluczowe: influencer, przestrzeń publiczna, Internet, młodociana widownia, sankcje, TikTok, Instagram, YouTube, zagrożenia.

Internet as a public space. Legal and ethical issues

The dynamic development of the virtual sphere over the last several years poses a question of why is this sphere still beyond the reach of the Polish legislator. A space in which it is possible to earn enormous sums of money, with only minimal requirements for this activity – sounds like nonsense, but it is reality. The least acceptable aspect of the whole system is the fact that every day it is watched by a very young audience for a significant amount of time. The younger the children, the more susceptible they are to the words of idols, at the same time, they are not protected against the effects of influencers' actions. Currently, it is commonly believed that sexting or trolling are the biggest threats in the virtual sphere. The purpose of this paper is to show that the most current of the existing dangers is the corruption of the young audience, which in the future may bring desperate consequences for the whole society. The author attempts to prove that the most reasonable solution in this situation would be recognition by the legislator and courts that the Internet as a virtual space should be treated as a public space, and therefore it would be possible to sanction people operating in the virtual space in the way provided for in individual acts.

Keywords: Influencer, public space, Internet, young audience, sanctions, TikTok, Instagram, YouTube, threats.