

**Marlena Krawczyk<sup>1</sup>**

**Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II**

ORCID ID: 0000-0002-3999-2241

e-mail: marla8podgorska@student.kul.lublin.pl

**Aleksandra Prokopowicz**

**Katolicki Uniwersytet Lubelski Jana Pawła II**

ORCID ID: 0000-0002-9972-5997

e-mail: prokopowicz55755@student.kul.lublin.pl

## **Memy internetowe w kontekście ochrony wizerunku osób publicznych**

### ABSTRAKT

Obecnie, we współczesnym społeczeństwie niemal każdy człowiek korzysta z Internetu, a dostęp do sieci ułatwia funkcjonowanie w świecie. Korzystając z sieci, na co dzień spotykamy się z różnego rodzaju memami – są one nieodłącznym elementem internetowej rzeczywistości. Definicja memu nie jest jednak jednoznaczna. Niewątpliwie ideą memu jest przyciągnięcie uwagi i zainteresowania odbiorcy, bezdyskusyjnie jego celem jest wzbudzenie emocji. Najczęściej mem to komunikat obrazkowy mający charakter prześmiewczy, ale w przestrzeni Internetu można natknąć się również na memy mające charakter niesmaczny. Mem to fenomen kulturowy, którego założenie polega na tym, że będzie on powielony i rozpowszechniony w globalnej sieci. Bohaterami memów często zostają osoby publiczne, np. politycy. Celem artykułu będzie omówienie fenomenu memu w kontekście ochrony wizerunku przewidzianej w Kodeksie cywilnym, Ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych oraz Ustawie Prawo prasowe. Autorki zwrócą uwagę na ochronę wizerunku osób publicznych i powszechnie znanych oraz w jakich sytuacjach ich wizerunki można wykorzystywać bez wymaganego zezwolenia.

**SŁOWA KLUCZOWE:** wizerunek, osoba publiczna, memy, ochrona wizerunku

### **Wstęp**

Współcześnie niemal każdy człowiek jest obecny w Internecie. Korzystając z sieci, na co dzień spotykamy się z różnego rodzaju memami – są one nieodłącznym

---

<sup>1</sup> Data złożenia tekstu do Redakcji „MiS”: 29.02.2020 r.; data zatwierdzenia tekstu do druku: 25.05.2020 r.

elementem internetowej rzeczywistości. Z ich pomocą świat nauczył się komentować bieżące sprawy społeczne i polityczne. Definicja memu nie jest jednak jednoznaczna. Niewątpliwie ideą memu jest przyciągnięcie uwagi i zainteresowania odbiorcy, bezdyskusyjnie jego celem jest wzbudzenie emocji. Najczęściej mem to komunikat obrazkowy mający charakter prześmiewczy, ale w przestrzeni Internetu można się natknąć również na memy mające charakter niesmaczny. Mem to fenomen kulturowy, którego założenie polega na tym, że będzie on powielony i rozpowszechniony w globalnej sieci. Jest to niebanalne zjawisko współczesności. Łatwość w jego odbiorze polega na tym, że nie musi zawierać dodatkowych objaśnień. Sam obraz kryje w sobie ukryty sens, z którego odczytaniem odbiorcy nie mają najmniejszego problemu. Obecnie memy są łącznikiem, nie znają podziałów wiekowych, a łączą ludzi o podobnych emocjach. Siła memów tkwi w łatwości i szybkości ich rozprzestrzeniania. Pełnią wiele funkcji, od rozrywkowej i humorystycznej, po informacyjną czy komentującą. Bohaterem, jak i twórcą memu może stać się każdy. Najczęściej jednak do stworzenia memu wykorzystuje się wizerunki osób publicznych i to na tym skupią się autorki. Ciekawe z prawnego punktu widzenia jest pytanie o granice swobody tworzenia i rozpowszechniania memów w Internecie.

Celem artykułu będzie omówienie fenomenu memu w kontekście ochrony wizerunku przewidzianej w Kodeksie cywilnym, Ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych oraz Ustawie Prawo prasowe. Autorki zwrócą szczególną uwagę na ochronę wizerunku osób publicznych i powszechnie znanych i tego, w jakich sytuacjach ich wizerunki można wykorzystywać bez wymaganego zezwolenia. Niniejszy artykuł nie jest pokłosiem długich badań, a ma charakter przeglądowy. Celem będzie próba odnalezienia odpowiedzi na pytanie, czy tworząc mem z wizerunkiem osoby publicznej i zamieszczając go w sieci, nie narusza się dóbr osobistych osoby na nim przedstawionej?

## Czym jest mem?

Pojęcie memu zostało stworzone przez Richarda Dawkinsa, który użył go jako pierwszy w 1976 r. w książce „Samolubny gen”. Posłużył się tym terminem do określenia podstawowej jednostki przekazu kulturowego i jednostki naśladownictwa, którą traktował analogicznie jak gen w ewolucji biologicznej<sup>2</sup>. Jego rozumienie memu było zatem bardzo szerokie, był twórcą teorii memetycznej. Mem w jego rozumieniu oznaczał symbol, zachowanie czy wzór przekazywany w społeczeństwie. Słowo „meme” pochodzi od greckiego „mimeme” i oznacza

---

<sup>2</sup> M. Wołoszyn, *Czy memy są tekstami kultury?*, „Toruńskie Studia Bibliologiczne”, 2019, nr 1, s.14.

„coś naśladowanego”<sup>3</sup>. Pojęcie to zostało zapożyczony do innych kręgów nauki i wykorzystano je również do nazwania nowego zjawiska w Internecie – memu internetowego. Ich cechą wspólną jest „zaraźliwość”, łatwość rozprzestrzeniania się.

Mem jest formą, sposobem przekazywania informacji w sieci. To porcja wiadomości o dowolnej treści rozpowszechniona za pomocą mediów internetowych. Może on przybrać różną formę: obrazu, dźwięku, filmu czy animacji. Cechą wyróżniającą go wśród innych znaków językowych jest połączenie chwytliwego sloganu z pasującym do jego treści obrazkiem. Komiczność memu polega na tym, że pewne cechy zostają wyolbrzymione i wyróżnione<sup>4</sup>.

Nie ma jednolitej definicji memu. Jak podaje K. Bakalarski, memy internetowe są

„wytworem specyficznej społeczności użytkowników globalnej sieci, którzy, mimo podkreślanego dystansowania się od realnej rzeczywistości, wpisani są w określony – realny – kontekst kulturowy, społeczny czy polityczny. Zabawne ilustracje, dzięki możliwościom szybkiego tworzenia, bez przywiązywania wagi do jakości grafiki czy poprawności językowej, stały się sposobem reagowania na wydarzenia zachodzące w realnym świecie i komentowania ich w zabawny czy prowokacyjny sposób”<sup>5</sup>.

M. Kowalewska definiuje mem internetowy jako „zdigitalizowaną jednostkę informacji (obrazek, film, stronę internetową, hasło, hiperłącze), która rozprzestrzenia się w sieci”<sup>6</sup>. Idąc za M. Jużą, memy są „wytworami odbiorców, ponieważ zwykle są one złożone z samych cytatów, z zastanych fragmentów kultury, z którymi twórcy memów zetknęli się jako odbiorcy”<sup>7</sup>. Są przykładem gatunku, w którym wykorzystuje się nawiązania do tekstów kultury, traktujących mem jako coś, co szybko zdobywa popularność, podlega powielaniu dzięki blogom i komunikatorom, a niekoniecznie jest nośnikiem informacji kulturowej<sup>8</sup>. Szerszą definicję memu prezentuje M. Kamińska, która uznaje mem za potocznie używane przez internautów oznaczenie popularnego semiotycznego kompleksu transmitowanego via ICT7, najczęściej w funkcji tak zwanego żartu internetowego<sup>9</sup>.

---

<sup>3</sup> P. Szews, *Demotywatory i internetowe memy – o łączeniu słowa i obrazu na Twitterze*, <http://dx.doi.org/10.18778/7969-405-1.14> (26.01.2020).

<sup>4</sup> E. Gorlewska, *Emocje w sieci. Ekspresywność wybranych memów internetowych*, [http://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/8061/1/E\\_Gorlewska\\_Emocje\\_w\\_sieci.pdf](http://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/8061/1/E_Gorlewska_Emocje_w_sieci.pdf) (19.02.2020).

<sup>5</sup> K. Bakalarski, *Memy internetowe satyrą polityczną społeczeństwa sieci*, „Studia Bobolanum”, 2018, nr 2, s. 171.

<sup>6</sup> M. Kowalewska, *O rozumieniu i braku rozumienia dla memów, [w:] E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, W. Godzic, Z. Bauer (red.), Poltax, Warszawa 2015, s. 183.

<sup>7</sup> M. Juza, *Memy internetowe – tworzenie, rozpowszechnianie, znaczenie społeczne*, „Studia Medioznawcze”, 2013, nr 4, s. 57.

<sup>8</sup> Cyt. za M. Matejka, P. Ciesielski, *Nowy wymiar publicystyki politycznej? Memy jako forma krytyki Hanny Gronkiewicz-Waltz*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 2015, nr 3, s. 666.

<sup>9</sup> M. Kamińska, *Nieczne memy. Dwanaście wykładów o kulturze Internetu*, Galeria Miejska Arsenał, Poznań 2011, s. 61.

Mem stanowi więc wytwór kultury, stworzony przez konkretną jednostkę, ale udostępniony globalnie. Jego autor w procesie tworzenia wykazuje się postawą twórczą i jest zorientowany na chwytliwy temat, potrafi tym samym nawiązać nic porozumienia ze społeczeństwem. Siła memów tkwi właśnie w ich powielaniu i rozprzestrzenianiu się. Zdaniem M. Wołoszyn mem należy uznać za działanie artystyczne, które realizuje jakiś wzorzec kulturowy. Jak podaje autorka, niektórzy badacze uznają memy za jednostki spuścizny kulturowej, czy pamięci kulturowej<sup>10</sup>. Z kolei M. Juza twierdzi, że memy internetowe są specyficznym wyrazem zaangażowania ich twórców w sprawy publiczne, mogą odzwierciedlać różne nastroje panujące w społeczeństwie<sup>11</sup>. Można twierdzić, że mem jest gatunkiem kulturowym bardzo pasożytniczym, jego punktem wyjścia i integralną oraz główną cechą jest bezpośrednio przywołanie już istniejących tekstów kultury. Twórca memu sięga do repozytorium kulturowego, bierze z niego określone, zazwyczaj popularne, treści – i powiela je w twórczy sposób, a skutkiem owego przetworzenia jest też sugerowane, odmienne odczytanie<sup>12</sup>.

Internetowe memy, jak zostało wspomniane, to połączenie obrazu i słowa. Obraz zwykle jest stałym elementem, do którego dokłada się nową warstwę tekstową. Bywa, że stałym elementem jest tekst, a zmienia się warstwa wizualna. Mówi się nawet o istnieniu języku memów, czy „polskim języku lolcatów” („lolcaty” to zabawne zdjęcia kotów, opatrzone satyrycznym komentarzem). Język ten cechuje się zniekształconą składnią i ortografią, często „zdeformowaną” plastyką słowa<sup>13</sup>. Większość memów wyrażających emocje na pierwszy plan wysuwa wizerunek osoby, a nie wypowiedź. Autorzy memów z powodzeniem sięgają po instrumentarium retoryki, będące w zasięgu „rasowych” publicystów. Wyzyskują w celach perswazyjnych kontrast, amplifikację, analogię, ironię, szyderstwo, gry językowe, aluzję, cytaty wizualny, porównanie, symbol, hiperbolę, dowcipne puenty zawierające się w warstwie tekstowej – wszystko po to, by odbiorców swojej twórczości zaintrygować, rozbawić, wreszcie przekonać<sup>14</sup>.

Memy są elementem żargonu internetowego, stanowią więc pewien nowy, nie wszystkim znany kod wspomagający poczucie tożsamości i przynależności do grupy<sup>15</sup>. Współcześnie termin „mem internetowy” jest używany najczęściej celem nazwania symbolicznego znaku rozprowadzanego w Internecie. Może przybierać różne postaci – hipertęcza, obrazka, filmu, strony internetowej, ale też samego słowa lub hasła, które narodziło się na podstawie jakiejś formy międzyludzkiej

---

<sup>10</sup> M. Wołoszyn, *Czy memy są tekstami kultury?...*, op. cit., s. 17.

<sup>11</sup> M. Juza, *Memy internetowe...*, op. cit., s. 58.

<sup>12</sup> J. Nowak, *Memy internetowe: teksty (cyfrowej) kultury językiem krytyki społecznej*, [w:] *Współczesne media. Język mediów*, I. Hofman, D. Kępa (red.), Wydawnictwo UMCS, Lublin 2013, s. 233.

<sup>13</sup> P. Szews, *Demotywatory i internetowe memy – o łączeniu słowa i obrazu na Twitterze...*, op. cit.

<sup>14</sup> M. Mateja, P. Ciesielski, *Nowy wymiar publicystyki politycznej? Memy jako forma krytyki* Hanny Gronkiewicz-Waltz..., op. cit., s. 674.

<sup>15</sup> E. Gorlewska, *Emocje w sieci. Ekspresywność wybranych memów internetowych...*, op. cit.

interakcji będącej odwołaniem do kultury popularnej, jak też jakiejś sytuacji z życia codziennego<sup>16</sup>. Można powiedzieć, że mem jest autorskim komentarzem lub zdaniem, które mógłby wypowiedzieć przedstawiony na nim bohater. Czasem stosowana jest forma minidialogu, wtedy jedna z wypowiedzi jest kwestią przypisywaną innej – nie zawsze widocznej na grafice – postaci. Zdygitalizowana jednostka jest powielana w sieci i przetwarzana. Fakt przetworzenia odróżnia memy od wirali, czyli od tekstów, obrazów itp., które krążą w Internecie w formie niezmienionej<sup>17</sup>.

Interesująca jest prosta forma, która sprawia, że każdy użytkownik Internetu może być twórcą memu, a także jego dystrybutorem, poprzez fora internetowe czy serwisy społecznościowe<sup>18</sup>. Kolejną cechą charakterystyczną jest to, że tak skonstruowana całość poddawana jest przez kolejnych odbiorców ciągłym, kreującym nowy przekaz modyfikacjom i rozpowszechniana za pośrednictwem sieciowych serwisów społecznościowych.

Różne są sposoby interpretacji memów, ale wyróżnić można kilka ich głównych funkcji: komentatorską (opiniotwórczą, polityczną), humorystyczną (parodia, absurd), marketingową. Jak podaje M. Kamińska: „mem internetowy jest charakterystycznym wytworem netloru, który w wielu przypadkach okazuje się narzędziem cyberkulturowej praktyki hejtowania, czyli brutalnego, ośmieszającego, hiperbolizującego i antynormalizującego krytykowania rzeczy, cech i osób”<sup>19</sup>. Internetowy mem stał się formą ekspresji i partycypacji w sieciowych społecznościach. Bez względu na zawartą w nim ideę mem poprzez swój atrakcyjny wygląd, uniwersalność, zabawny lub poważny charakter, powinien przyciągać uwagę<sup>20</sup>.

M. Kamińska wyróżnia następujące cechy, jakimi powinien wyróżniać się mem internetowy: widoczny nieprofesjonalizm, zawartość elementów cyberjęzykowych, charakter subwencyjny i anonimowość jego twórców. Autorka podkreśla, że mem internetowy wyróżnia się niskojakościową grafiką, często zawiera błędy gramatyczne czy ortograficzne, literówki, emotikony, wyrażenia sloganowe, może zawierać wulgaryzmy, naruszać normy obyczajowe, a nawet uderzać w powszechnie uznawane wartości i podważać autorytety<sup>21</sup>.

---

<sup>16</sup> K. Brzoza, *Gender w internetowych memach obrazkowych na wybranych polskich przykładach*, uwm.edu.pl/maks/wp-content/uploads/02\_Brzoza-K.pdf (12.02.2020).

<sup>17</sup> D. Zdunkiewicz-Jedynak, *Intertekstualność współczesnej komunikacji internetowej. Intertekstualne odwołania wewnątrzgatunkowe w memach*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze”, 2016, nr 32, s. 58.

<sup>18</sup> P. Sarna, *Memy w perspektywie retorycznej*, [w:] *Dyskursy widzialności: słowa a obrazy*, P. Sarna, M. Sęk-Iwanek (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2016, s. 124.

<sup>19</sup> M. Kamińska, *Memosfera. Wprowadzenie do cyberkulturoznawstwa*, Galeria Miejska Arsenał, Poznań 2017, s. 95-96.

<sup>20</sup> S. Rubisz, *Memy internetowe w świetle prawa autorskiego*, „Zeszyty Prawnicze”, 2018, nr 18, s. 216.

<sup>21</sup> M. Kamińska, *Nieczne memy...*, op. cit., s. 51.

Przykładami memów internetowych, które mogą obrazić nawet uczucia religijne, są memy z wizerunkiem Jana Pawła II. Są one wyrazem nurtu, jaki powstał w odpowiedzi na kult „Jana Pawła Wielkiego”. Jest to część memetycznej prowokacji, o charakterze jawnie bluźnierczym i skrajnie wulgarnym. Memy te celowo i świadomie nastawione są na wywołanie szoku. Dodatkowo warto zauważyć, że imputują osobie zmarłej cechy takie, jak pedofilia, złodziejstwo, antypolskość, mordercze skłonności czy fetyszyzm na punkcie kremówek<sup>22</sup>. Ciekawe z prawnego punktu widzenia jest pytanie o granice swobody tworzenia i rozpowszechniania memów. Zarysowany problem przesądza o konieczności prowadzenia dalszych rozważań na gruncie prawa cywilnego, autorskiego i prasowego. Problematyka odpowiedzialności za naruszenie wizerunku nie ogranicza się tylko do ochrony dóbr osobistych przewidzianej w prawie cywilnym, dlatego w artykule odniesiono się również do sankcji przewidzianych w prawie karnym.

## Pojęcie i ochrona wizerunku

Wizerunek jest dobrem osobistym przynależnym każdemu człowiekowi. Zgodnie z art. 23 Ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny<sup>23</sup>: „Dobra osobiste człowieka, jak w szczególności zdrowie, wolność, cześć, swoboda sumienia, nazwisko lub pseudonim, wizerunek, tajemnica korespondencji, nietykalność mieszkania, twórczość naukowa, artystyczna, wynalazcza i racjonalizatorska, pozostają pod ochroną prawa cywilnego niezależnie od ochrony przewidzianej w innych przepisach”. Najważniejszym źródłem chroniącym te dobra, a wśród nich wizerunek, jest Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej<sup>24</sup>. Podstawą wszelkich wolności i praw człowieka jest jego godność jako osoby ludzkiej. Jest ona niezbywalna i podlega stałej i jednakowej dla wszystkich ochronie prawnej w myśl zasady, że „wszyscy są równi wobec prawa”. Choć wizerunek nie jest wskazany bezpośrednio, to niewątpliwie stanowi element czci, prywatności, czy godności.

Wizerunek jest jednym z dóbr osobistych, które są chronione nawet po śmierci osoby fizycznej, zaś naruszenie prawa do wizerunku stanowić często będzie naruszenie prawa do prywatności<sup>25</sup>. W świetle art. 81 Ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych<sup>26</sup> prawo do wizerunku gaśnie ze

---

<sup>22</sup> *Ibidem*, s. 61.

<sup>23</sup> Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny, tekst jedn. Dz. U. 2019, poz. 1145, z późn. zm., dalej jako: k.c.

<sup>24</sup> Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r., Dz. U. 1997, nr 78, poz. 483, z późn. zm.

<sup>25</sup> P. Sobolewski, *Księga pierwsza. Część ogólna*, [w:] *Kodeks cywilny. Komentarz Tom I, Przepisy wprowadzające (art. 1-LXV PWKC) Część ogólna, Własność i inne prawa rzeczowe (art. 1-352 KC)*, K. Osajda (red.), C. H. BECK, Warszawa 2013, s. 401.

<sup>26</sup> Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, tekst jedn. Dz. U. 2019, poz. 1231, z późn. zm., dalej jako: pr. aut.

śmiercią osoby. Jednak ochrona wizerunku osoby zmarłej jest możliwa i następuje na zasadzie wstępowania jego najbliższych z tytułu przysługujących im dóbr osobistych. Wykorzystanie wizerunku osoby można rozpatrywać w kategoriach szkody majątkowej (*lucrum cessans*), gdyż często atrybuty tożsamości, zwłaszcza osób powszechnie znanych, przedstawiają wymierną korzyść majątkową. Zgodnie z postanowieniem Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 7 stycznia 2015 r.<sup>27</sup> art. 83 w zw. z art. 78 ust. 1 pr. aut. nie daje podstaw do wstąpienia w miejsce *osoby zmarłej* w wytoczonym przez nią procesie o niemajątkową ochronę prawa do *wizerunku*, lecz do wystąpienia z własnym roszczeniem, w ciągu 20 lat od śmierci tej *osoby*.

Pojęcie wizerunku było różnie wyjaśniane w piśmiennictwie, pomimo wielu prób nie udało się stworzyć jednolitej definicji, a pomiędzy poszczególnymi autorami istnieją rozbieżności co do omawianej kwestii. Jak podaje P. Sobolewski, wizerunek obejmuje tylko cechy zewnętrzne osoby fizycznej, gdyż cechy psychologiczne związane są z cziąg<sup>28</sup>. Słuszny zdaje się być pogląd J. Barty i R. Markiewicza, że należy stosować szersze pojmowanie wizerunku, a nie tylko anatomiczne. Zdaniem powyższych autorów cechy wizerunku to również makijaż, ubiór czy laska, ponieważ mogą pełnić one wiążącą rolę identyfikacyjną, gdy są charakterystyczne dla danej osoby. Elementami wizerunku mogą być również sposób poruszania się, gestykulacji, czy pseudonim<sup>29</sup>.

Zgodnie z wyrokiem Sądu Najwyższego z dnia 15 października 2009 r.

„wprawdzie nie ma w doktrynie jednolitego rozumienia pojęcia wizerunku, ale przeważa stanowisko, w którym na czoło wybijają się dostrzegalne, fizyczne cechy człowieka, tworzące jego wygląd i pozwalające na identyfikację osoby wśród ludzi jako obraz fizyczny, portret, rozpoznawalną podobiznę”<sup>30</sup>.

Z kolei Sąd Apelacyjny w Katowicach w uzasadnieniu wyroku z dnia 28.05.2015 r.<sup>31</sup> podał, że poprzez wizerunek należy rozumieć każdą podobiznę bez względu na technikę wykonania, a więc fotografię, rysunek, wycinkę sylwetki, film, przekaz telewizyjny czy video.

Za wizerunek można uznać takie cechy zewnętrzne osoby fizycznej, które umożliwiają jej rozpoznanie jako konkretnej osoby<sup>32</sup>. Podobną definicję wizerunku kreuje E. Wojnicka, która za wizerunek uważa dostrzegalne, fizyczne cechy człowieka, tworzące jego wygląd i pozwalające na identyfikację osoby wśród innych

---

<sup>27</sup> Postanowienie Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 7 stycznia 2015 r., I ACz 2501/14, lex nr 1744683.

<sup>28</sup> P. Sobolewski, *Księga pierwsza...*, op. cit., s. 400.

<sup>29</sup> J. Barta, R. Markiewicz, *Wokół prawa do wizerunku*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego”, 2002, nr 2, s. 12.

<sup>30</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 15 października 2009 r., I CSK 72/09, <https://www.saos.org.pl/files/judgments/supreme/2009/10/15/5206e7ff3fa41d6b6ce53087369bfc4a.pdf>, (27.01.2019).

<sup>31</sup> Wyrok Sądu Apelacyjnego w Katowicach z dnia 28.05.2015 r., I ACa 158/15, lex nr 1747243.

<sup>32</sup> W. Lis, *Publikacja listu gończego a ochrona prawa do wizerunku*, lex nr 169849/1.

ludzi<sup>33</sup>. Do wizerunku można zaliczyć cechy twarzy oraz całej postaci, jak również sposób poruszania się, warunkiem jest jednak, by cechy te pozwoliły na identyfikację konkretnej osoby<sup>34</sup>. Muszą to być cechy immanentnie związane z daną osobą fizyczną, dla niej znamienne i pozwalające na jej rozpoznanie<sup>35</sup>. Oprócz naturalnych cech, jakie posiada człowiek, na wizerunek składa się również fryzura, makijaż, okulary czy ubiór, gdy są charakterystyczne dla konkretnej osoby<sup>36</sup>.

Naruszenie wizerunku polega na przedstawieniu całości lub części sylwetki osoby w sposób pozwalający na jej identyfikację. Idąc dalej, wizerunek może być naruszony nie tylko za pomocą aparatu lub kamery, ale także namalowanie czy namalowanie portretu osoby fizycznej bez jej zgody będzie stanowiło takie naruszenie<sup>37</sup>. Nie dochodzi jednak do naruszenia dobra osobistego, gdy wyrządzona drugiemu przykrość jest przykrością małej wagi<sup>38</sup>. Stopień przeżywanej przykrości przez pokrzywdzonego ma znaczenie dopiero wtedy, gdy próg ten został przekroczony. Sąd może wziąć powyższą okoliczność pod uwagę na przykład przy ustalaniu zadośćuczynienia pokrzywdzonemu<sup>39</sup>.

Dokonując oceny, czy doszło do naruszenia dobra prawnego, jakim jest wizerunek, należy odnieść się do poglądów panujących w społeczeństwie, a nie tylko do odczuć osoby pokrzywdzonej. Powyższe znajduje również potwierdzenie w wyroku Sądu Apelacyjnego w Krakowie z dnia 22 maja 2015 r.<sup>40</sup>, zgodnie z którym, aby uznać, że dobro osobiste zostało naruszone, należy postąpić się abstrakcyjnym wzorcem „przeciętnego obywatela”. Nie dochodzi do naruszenia dobra osobistego, jeżeli wyrządzona drugiej osobie przykrość jest według norm przyjętych w danym społeczeństwie dolegliwością małej wagi. Stopień przeżywanej przykrości może mieć znaczenie i być uwzględniony przez sąd na przykład przy ustalaniu sposobu usunięcia skutków naruszenia dobra osobistego<sup>41</sup>. Dla stwierdzenia przez sąd, że doszło do naruszenia wizerunku, konieczne jest spełnienie kilku warunków, decydujących o rozpoznawalności. Osoba powinna być rozpoznana na podstawie cech obiektywnie uznawanych za charakterystyczne, ponadto cechy te powinny umożliwić rozpoznanie tej konkretnej osoby, a nie tylko wywołać skojarzenie z nią bądź wywołać wyobrażenie o niej. Ponadto w ten sposób

---

<sup>33</sup> E. Wojnicka, *Prawo do wizerunku w ustawodawstwie polskim*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego”, 1990, nr 5, s. 107.

<sup>34</sup> R. Koper, *Jawność rozprawy głównej a ochrona prawa do prywatności w procesie karnym*, Wolters Kluwer, Warszawa 2010, s. 160-161.

<sup>35</sup> Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 22 maja 2015 r., I ACa 1741/14, lex nr 1755241.

<sup>36</sup> W. Lis, *Publikacja listu gończego...*, *op. cit.*, podobnie uważa: J. Barta, R. Makiewicz, *Wokół prawa do wizerunku*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego”, 2002, nr 80, s. 12.

<sup>37</sup> P. Sobolewski, *Księga pierwsza...*, *op. cit.*, s. 400.

<sup>38</sup> P. Nazaruk, *Księga pierwsza. Część ogólna*, [w:] *Kodeks cywilny komentarz*, J. Ciszewski (red.), LexisNexis, Warszawa 2013, s. 60.

<sup>39</sup> Wyrok Sądu Apelacyjnego w Łodzi z dnia 1 września 2015 r., I ACa 208/15, lex nr 1808667.

<sup>40</sup> Wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie z dnia 22 maja 2015 r., I ACa 193/15, lex nr 1754188.

<sup>41</sup> P. Nazaruk, *Księga pierwsza...*, *op. cit.*, s. 60.



sportretowana postać powinna być rozpoznawalna nie tylko dla osób najbliższych, lecz również dla osób trzecich. Najczęściej do naruszenia wizerunku dochodzi w sposób werbalny, choć może to nastąpić także w formie rysunku, np. poprzez złośliwą karykaturę, spreparowaną fotografię, czy chociażby gest (np. gest Kozakiewicza)<sup>42</sup>. Ta różnorodność dóbr osobistych sprawia, że sąd każdorazowo, stosując kryteria obiektywne i rozpatrując konkretny stan faktyczny, dokonuje oceny, czy doszło do naruszenia dóbr osobistych<sup>43</sup>. W Kodeksie cywilnym nie ma przepisu wyjaśniającego, czy ma na względzie ogół dóbr osobistych jako pewien zbiór, któremu odpowiada ogólne prawo osobiste podmiotowe. Dokonując jednak wykładni art. 23 k.c. można wyciągnąć wniosek, że w prawie polskim nie ma jednego ogólnego dobra osobistego i jednego odpowiadającego mu prawa osobistego<sup>44</sup>.

Oprócz ochrony przewidzianej w k.c. wizerunek ujęty został również w Ustawie o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Przemawiała za tym zapewne tradycja, gdyż kwestię ochrony wizerunku regulowała również ustawa o prawie autorskim z 1926 r. i 1952 r. Obecnie obowiązująca ustawa ochronę wizerunku zapewnia w art. 81, zgodnie z którym:

„Rozpowszechnianie wizerunku wymaga zezwolenia osoby na nim przedstawionej. W braku wyraźnego zastrzeżenia zezwolenie nie jest wymagane, jeżeli osoba ta otrzymała umówioną zapłatę za pozowanie. 2) Zezwolenia nie wymaga rozpowszechnianie wizerunku: 1. osoby powszechnie znanej, jeżeli wizerunek wykonano w związku z pełnieniem przez nią funkcji publicznych, w szczególności politycznych, społecznych, zawodowych; 2. osoby stanowiącej jedynie szczegół całości takiej jak zgromadzenie, krajobraz, publiczna impreza”.

Należy zauważyć, że regulacja przyjęta w pr. aut. nie wyczerpuje całości problematyki związanej z ochroną wizerunku. W zakresie nieuregulowanym w ustawie ustaleń co do bezprawności czynu należy dokonywać na podstawie k.c. Pojęcie wizerunku użyte w cytowanym przepisie oznacza na gruncie pr. aut. wytwór niematerialny, który za pomocą środków plastycznych przedstawia rozpoznawalną podobiznę danej osoby i obok klasycznych portretów malarskich są to również fotografie i karykatury<sup>45</sup>.

Dla stwierdzenia, że doszło do rozpowszechnienia wizerunku nie jest konieczne jego zwielokrotnienie, a wystarczy, gdy został on udostępniony publicznie. Prawo do decydowania o rozpowszechnieniu wizerunku przysługuje tylko osobie fizycznej. Z zastrzeżeniem art. 81 ust. 1 zd. 2 i art. 81 ust. 2 ma ono charakter bezwzględny i tylko od woli sportretowanego zależy dopuszczalność rozpowszechniania

---

<sup>42</sup> S. Kalus, *Księga pierwsza. Część ogólna*, [w:] *Kodeks cywilny komentarz, Tom I, Część ogólna (art. 1-125)*, M. Hadas, M. Fras (red.), Wolters Kluwer, Warszawa 2018, s. 116.

<sup>43</sup> S. Dmowski (aktualizacja R. Trzaskowski), *Księga pierwsza. Część ogólna*, [w:] *Kodeks cywilny. Komentarz. Część ogólna*, J. Gudowski (red.), LexisNexis, Warszawa 2014, s. 134.

<sup>44</sup> *Ibidem*, s. 131.

<sup>45</sup> T. Grzeszak, *Rozdział IX. Prawo do wizerunku i prawo adresata korespondencji*, [w:] *Prawo autorskie. Tom 13*, J. Barta (red.), C. H. BECK, Warszawa 2017, s. 776.

wizerunku. Dyskusyjna wydaje się kwestia rozpowszechniania wizerunku przez osoby trzecie, jeżeli uprawniony wyraził już raz zgodę na jego rozpowszechnienie. Stanowisko judykatury dotyczące przytoczonego problemu również nie jest jednolite. Zgodnie z wyrokiem Sądu Najwyższego z dnia 2 lutego 1967 r.<sup>46</sup> z zastrzeżeniem wyjątków przewidzianych w ustawie o prawie autorskim, publikowanie fotografii osoby jest możliwe tylko za jej zgodą. Dalsza publikacja nie wymaga ponownej zgody, jeśli wskazuje pierwotne źródło publikacji i nie wprowadza się zmian w publikowanym zdjęciu. Zasadniejszy jednak wydaje się pogląd, iż zgoda sportretowanego powinna być wyrażana każdorazowo. Powyższe znajduje potwierdzenie w wyroku Sądu Najwyższego z dnia 3 września 1998 r., w którym możemy przeczytać, że

„Artykuł 81 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych wymaga do rozpowszechnienia wizerunku zezwolenia osoby na nim przedstawionej. Materiał zebrany w sprawie nakazuje przyjąć, że powód zgodził się na publikację przedstawiających go zdjęć jedynie razem z przygotowującym o nim artykułem. Opublikowanie tych zdjęć w innych okolicznościach stanowiłoby zatem naruszenie prawa powoda do wizerunku. Wobec tego jednak, że nie doszło do takiej ich publikacji, nie może być mowy o naruszeniu art. 81 ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych, a tym samym – o naruszeniu prawa powoda do wizerunku”<sup>47</sup>.

Rozpowszechnianie wizerunku wymaga zezwolenia. Zgoda może być wyrażona w dowolnej formie, jednak musi być ona niewątpliwa. Osoba jej udzielająca musi mieć pełną świadomość nie tylko formy przedstawienia jej wizerunku, ale także miejsca i czasu publikacji, zestawienia z innymi wizerunkami i towarzyszącego jej komentarza<sup>48</sup>. Idąc dalej należy zauważyć, że zgoda w żadnym wypadku nie powoduje trwałego przeniesienia prawa do wizerunku na rzecz innego podmiotu, gdyż osobisty charakter prawa do wizerunku wyklucza jego zbywalność<sup>49</sup>. Zgoda nie jest potrzebna, jeżeli dana osoba otrzymała zapłatę za pozowanie. Przyjmuje się, że osoba, która otrzymała wynagrodzenie za pozowanie, jeśli nie dokona wyraźnego zastrzeżenia, w domyśle zgadza się na rozpowszechnianie swojego wizerunku.

Nie wymaga zgody rozpowszechnianie wizerunku osób powszechnie znanych, sporządzonego w związku z pełnieniem przez nie funkcji publicznych, w szczególności politycznych, społecznych czy zawodowych. Wystarczy wykazać chociażby pośredni związek polegający na sporządzeniu wizerunku w momencie, kiedy osoba powszechnie znana znajdowała się w sytuacji, która miała znaczenie dla oceny jej zachowania jako osoby publicznej<sup>50</sup>. Przyjmując powyższą interpretację, można uznać, że granicą rozpowszechniania wizerunku jest sfera

---

<sup>46</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 2 lutego 1967 r., OSN 1967, nr 9, poz. 161.

<sup>47</sup> Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 3 września 1998 r., I CKN 818/97, OSNC 1999/1/21.

<sup>48</sup> Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 12 lutego 1998 r., I ACa 1044/97, lex nr 81433.

<sup>49</sup> A. Matlak, *Cywilnoprawna ochrona wizerunku*, „Kwartalnik Prawa Prywatnego”, R. 13, Z. 2, 2004 r., s. 331.

<sup>50</sup> J. Barta, R. Markiewicz, *Ochrona wizerunku, adresata korespondencji i tajemnicy źródeł informacji*, [w:] *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Komentarz*, J. Barta, R. Markiewicz (red.), Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 2001, s. 536.

intymności osoby powszechnie znanej<sup>51</sup>. W doktrynie ukształtował się pogląd, zgodnie z którym bez zgody osoby zainteresowanej, nawet jeśli jest to osoba powszechnie znana, nie można wykorzystać jej wizerunku w celu komercyjnym.

Wykorzystanie wizerunku osoby powszechnie znanej bez jej zgody powinno być związane z relacjonowaniem jej funkcji politycznych, społecznych czy zawodowych<sup>52</sup>. Analizę powyższego przepisu należy rozpocząć od wyjaśnienia znaczenia pojęcia „osoby powszechnie znanej” wobec braku jego definicji ustawowej. Nie budzi wątpliwości zaliczanie niektórych osób do tej kategorii, np. polityków, piosenkarzy czy aktorów. Szereg przypadków wskazuje jednak, iż niekiedy „osobą powszechnie znaną” może stać się tzw. zwykły człowiek, zwłaszcza w sytuacji, gdy zdobędzie lokalne zainteresowanie społeczeństwa. Może to być np. sprawca jakiegoś ciężkiego przestępstwa, którego wyczyny wzbudziły powszechne zainteresowanie. W literaturze podkreślono, że wizerunek takich osób stał się społeczną wartością<sup>53</sup>. Dozwolenie na rozpowszechnienie wizerunku osoby powszechnie znanej bez jej zgody musi zaistnieć „w związku” z pełnieniem przez nią funkcji publicznej. Dokonując wykładni celowościowej tegoż przepisu należy dojść do wniosku, że „osoba powszechnie znana” musi pełnić „funkcję publiczną”. Wyłącza to możliwość wykorzystania bez zgody osoby sportretowanej jej wizerunku w celach reklamowych. Jeżeli jednak zostały dochowane przesłanki wymienione w ustawie w odniesieniu do osób powszechnie znanych, nie ma znaczenia zgłoszenie sprzeciwu co do rozpowszechniania wizerunku tej osoby. Z powyższego można wnioskować, że przesłankę „powszechności” należy odnieść do kręgu odbiorców, do którego adresuje się rozpowszechniony wizerunek<sup>54</sup>. Jak uważa J. Barta i R. Markiewicz, wizerunek np. burmistrza miasta jest znany lokalnie i może być lokalnie wykorzystany, natomiast zdaniem autorów brak jest podstaw do jego ogólnokrajowego rozpowszechniania<sup>55</sup>. Powyżej przedstawiony przykład wskazuje na podział, jaki zaistniał w literaturze podmiotu, na osoby znane bezwzględnie i względnie. Jak wskazuje J. Sieńczyło-Chlabicz, judykatura i doktryna niefortunnie posługiwały się pojęciem „osoby publicznej”. Zdaniem autorki osobą publiczną jest osoba, która wykonuje jakąś działalność publiczną, w szczególności pełni funkcję publiczną lub sprawuje mandat zaufania publicznego. Z powyższego jasno wynika, iż pojęcie „osoby publicznej” nie jest tożsame z pojęciem „osoby powszechnie znanej”. Nie każda osoba powszechnie znana będzie osobą publiczną. Może nią być osoba, która wstąpiła się poprzez swoją działalność naukową, społeczną, polityczną, czy poprzez swoje życie prywatne. Również J. Sobczak podkreśla, że nie

---

<sup>51</sup> P. Ślęzak, *Ochrona prawa do wizerunku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2009, s. 44.

<sup>52</sup> J. Barta, R. Markiewicz, *Ochrona wizerunku, adresata...*, *op. cit.*, s. 536.

<sup>53</sup> T. Grzeszak, *Rozdział IX. Prawo do wizerunku...*, *op. cit.*, s. 819.

<sup>54</sup> D. Flisak, *Ochrona wizerunku, adresata korespondencji i tajemnicy źródeł informacji*, [w:] *Prawo autorskie i prawa pokrewne. Komentarz*, D. Flisak (red.), Wolters Kluwer, Warszawa 2015, s.1149.

<sup>55</sup> Cyt. za D. Flisak, *Ochrona wizerunku, adresata korespondencji...*, *op. cit.*, s. 1149.

należy mylić osób pełniących funkcje publiczne z osobami publicznego zainteresowania. W art. 81 ust. 2 pkt. 1 pr. aut. jest wskazana „osoba powszechnie znana”. Najczęściej będzie to osoba pełniąca funkcje publiczne i jednocześnie będąca obiektem publicznego zainteresowania<sup>56</sup>.

Kontynuując rozważania należy dojść do wniosku, że decyzja o publikacji wizerunku powinna być poprzedzona analizą okoliczności, w jakich wizerunek został utrwalony, i kontekstu, w jakim dochodzi do jego opublikowania. Zgodnie z art. 29<sup>1</sup> pr. aut. „Wolno korzystać z utworów na potrzeby parodii, pastiszu lub karykatury, w zakresie uzasadnionym prawami tych gatunków”. Parodię będzie stanowiło komiczne naśladowanie stylu innego, zazwyczaj powszechnie znanego utworu, autora, gatunku, prądu, szkoły lub epoki. Stanowi ona świadomą stylizację pełniącą funkcję satyryczną bądź humorystyczną. Pastisz różni się tym od parodii, że nie wyjaskrawia i nie karykaturuje naśladowanego utworu, a stanowi hipotezę danego utworu stworzoną w konwencji charakterystycznej dla tegoż twórcy. Natomiast karykatura to forma przejaskrawionego sposobu przedstawienia danej postaci z wyolbrzymieniem, podkreśleniem jej charakterystycznych cech<sup>57</sup>. W nawiązaniu do kwestii publikacji memów w Internecie należy jednak mieć na względzie, gdzie leży granica pomiędzy dozwolonym wyśmianiem a obrażaniem określonej osoby.

Oprócz odpowiedzialności za zniesławienie czy zniewagę, w przypadku rozpowszechniania memów z wizerunkiem Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej można również ponieść odpowiedzialność karną z art. 135§2 Ustawy z dnia 6 czerwca 1997 r. Kodeks karny<sup>58</sup>, zgodnie z którym „Kto publicznie znieważa Prezydenta Rzeczypospolitej Polskiej, podlega karze pozbawienia wolności do lat 3”. Do znieważenia może dojść za pomocą rysunku, fotomontażu czy animacji, w sytuacji gdy będzie ono miało obraźliwy przekaz. Przykładowo, znieważenie będzie stanowił fotomontaż prezentujący Prezydenta RP jako prostytutkę, alkoholika czy uczestnika czynności seksualnych<sup>59</sup>. Uznać zatem należy, że zniewagę będą stanowiły zachowania powszechnie uznane za obelżywe<sup>60</sup>. Należy podkreślić, że przepis chroni Prezydenta RP nie tylko w związku z pełnionymi przez niego obowiązkami. Znamiona przestępstwa zostaną stwierdzone w przypadku publicznego znieważenia w związku np. z prywatnym zatargiem

---

<sup>56</sup> J. Sobczak, *Komentarz do art. 14 pr. pras.*, [w:] *Prawo prasowe. Komentarz*, J. Sobczak (red.), LEX 2008, pkt. 19.

<sup>57</sup> A. Michalak, *Komentarz do art. 29 pr. aut.*, pkt. 4-6, [w:] *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Komentarz*, A. Michalak (red.), Warszawa 2019, Legalis.

<sup>58</sup> Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. Kodeks karny, tekst jedn. Dz. U. 2019, poz. 1950 z późn. zm., dalej jako: k.k.

<sup>59</sup> J. Kulesza, *Rozdział XVII. Przepięstwa przeciwko Rzeczypospolitej Polskiej. Art. 127-139*, [w:] *Kodeks karny. Część szczególna. Tom I. Komentarz art. 117-221*, 4. wydanie, M. Królikowski, R. Zawłocki (red.), C. H. BECK, Warszawa 2017, s. 143.

<sup>60</sup> K. Wiak, *Rozdział XVII. Przepięstwa przeciwko Rzeczypospolitej Polskiej*, [w:] *Kodeks karny. Komentarz*, 3. wydanie, A. Grześkowiak, K. Wiak (red.), C. H. BECK, Warszawa 2015, s. 810.

powstałym w okresie przed objęciem przez Prezydenta urzędu<sup>61</sup>.

Publikując mem z wizerunkiem osoby publicznej należy mieć również na względzie przepisy Ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe<sup>62</sup>. Zgodnie z art. 14.6 „Nie wolno bez zgody osoby zainteresowanej publikować informacji oraz danych dotyczących prywatnej sfery życia, chyba że wiąże się to bezpośrednio z działalnością publiczną danej osoby”. Choć w treści art. 14 pr. pras. wizerunek nie został wprost wymieniony, to stanowi on regulację szczególną w odniesieniu do przepisów o ochronie wizerunku zawartych w k.c. czy pr. aut. Dokonując wykładni przepisu art.14 pr. pras. należy dojść do wniosku, że odnosi się on jedynie do przypadków, w których spełniona jest przesłanka udzielania informacji przedstawicielom prasy. Jak trafnie wskazuje J. Sobczak, ratio legis przepisu było objęcie nim zarówno nagrań na taśmie magnetofonowej, jak i utrwałień na taśmie filmowej czy magnetowidowej, dlatego nie dotyczy on informacji utrwalonych jednocześnie na wizji i fonii<sup>63</sup>. W doktrynie przyjął się pogląd, że celem tej regulacji jest pogłębienie relacji zaufania pomiędzy dziennikarzem a jego świadomym informatorem<sup>64</sup>. Dodatkowo w art.14 pkt. 6 pr. pras. ustawodawca szczególną ochroną obejmuje informacje z życia prywatnego, stanowiąc, że nie wolno publikować informacji z życia prywatnego oraz danych dotyczących prywatnej sfery życia, chyba że wiąże się to bezpośrednio z działalnością publiczną danej osoby. Zgodnie z powyższym przepisem dziennikarz ma prawo upublicznić informacje z prywatnej sfery życia, jeżeli w jakiś sposób wiążą się one z działalnością publiczną danej osoby. Równocześnie nie każda informacja dotycząca osoby publicznej może być opublikowana<sup>65</sup>. Zdaniem E. Ferenc-Szydełko dozwolona jest na przykład publikacja informacji o rozwodzie, ponieważ nie jest on sprawą wyłącznie prywatną<sup>66</sup>. Przepis art. 14 pr. pras. stanowi powtórzenie zakazów wynikających z art. 23 i 24 k.c., dodając równocześnie dwa ustawowe kontratyipy. Ponadto ma znaczenie kluczowe dla relacji pomiędzy dwiema konstytucyjnie zagwarantowanymi wartościami, jakimi są prawo do prywatności i prawa społeczeństwa do informacji<sup>67</sup>. Odpowiedzialność za naruszenie prawa prasowego spowodowaną w związku z publikacją materiału prasowego ponosi autor, osoba, która spowodowała opublikowanie danego materiału, ale też wydawca.

---

<sup>61</sup> A. Michalska-Warias, *Przestępstwa przeciwko Rzeczypospolitej Polskiej*, [w:] *Kodeks karny. Komentarz*. Wydanie 5., T. Bojarski (red.), Lexis Nexis, Warszawa 2012, s. 311.

<sup>62</sup> Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe, tekst jedn. Dz. U. 2018, poz. 1914, dalej jako: pr. pras.

<sup>63</sup> J. Sobczak, *Komentarz do art. 14 pr. pras.*, [w:] *Prawo prasowe. Komentarz*, J. Sobczak (red.), LEX 2008, pkt. 1.

<sup>64</sup> M. Zaremba, M. Łoszevska-Ołowska, *Komentarz do art. 14 pr. pras.*, [w:] *Prawo prasowe. Komentarz*, M. Zaremba (red.), WKP 2018, pkt. 9.

<sup>65</sup> M. Brzozowska-Pasieka, *Komentarz do art. 14 pr. pras.*, [w:] *Prawo prasowe. Komentarz praktyczny*, M. Brzozowska-Pasieka, M. Olszyński, J. Pasieka (red.), LexisNexis 2013, pkt. 6.

<sup>66</sup> E. Ferenc-Szydełko, *Komentarz do art. 14 pr. pras.*, [w:] *Prawo prasowe. Komentarz*, wyd. IV, E. Ferenc-Szydełko (red.), Lex 2013, pkt. 6.

<sup>67</sup> M. Zaremba, M. Łoszevska-Ołowska, *Komentarz do art. 14 pr. pras.*, [w:] *Prawo prasowe. Komentarz*, M. Zaremba (red.), WKP 2018, pkt. 15.

## Podsumowanie

Memy internetowe stanowią ważny element kultury uczestnictwa. Posłużenie się memem pozwala pokazać nastroje społeczne oraz umożliwia ostrą, niekoniecznie merytoryczną krytykę. Można stwierdzić, że spełniają również rolę opiniotwórczą. Często mem jest narzędziem do ośmieszenia, a za jego pomocą można nadać komuś etykietę, przypisać konkretne, niepochlebne cechy.

Odnosząc się do kwestii wykorzystania wizerunku osób publicznych w memach, o bezprawności tworzenia i rozpowszechniania takich memów należy rozstrzygać, każdorazowo poddając analizie konkretny mem i towarzyszący mu komentarz. Należy jednak mieć na względzie, że twórcy memów nie są anonimowi i bezkarni. Poza naruszeniem wizerunku wulgarny przekaz bądź komentarz może godzić w inne dobra osobiste danej osoby. Oprócz odpowiedzialności cywilnej w niektórych przypadkach można ponieść również odpowiedzialność karną za zniesławienie lub zniewagę. Zgodnie z Prawem prasowym odpowiedzialność za publikację spoczywa nie tylko na autorze, ale też redaktorze, wydawcy czy operatorze portalu internetowego.

Kłopotliwe jednak może być odróżnienie żartu od obrażania osoby publicznej i stwierdzenie, czy ktoś tworząc i publikując mem działał w granicach dozwolonej krytyki, parodii, pastiszu, czy jednak granice te zostały przekroczone. W doktrynie i orzecznictwie wskazuje się, że przesłanką rozpowszechniania wizerunku osoby publicznej jest relacjonowanie jej funkcji publicznych. Odnosząc się do problemu poruszonego w niniejszym artykule należy zauważyć, że tworząc i rozpowszechniając mem z wizerunkiem osoby publicznej należy mieć na względzie, w jakich okolicznościach został on utrwalony. Jeśli wizerunek został wykonany w związku z pełnieniem przez osobę funkcji społecznych, politycznych czy zawodowych, to dobro osobiste, jakim jest wizerunek, nie zostało naruszone. Warto jednak mieć na względzie pozostałe elementy memów, takie jak komentarz czy zestawienie zdjęcia z towarzyszącym mu opisem, może się bowiem okazać, że dany mem narusza inne dobra osobiste osoby publicznej.

## Bibliografia

- Bakalarski K., *Memy internetowe satyrą polityczną społeczeństwa sieci*, „Studia Bobolanum”, 2018, nr 2.
- Barta J., Markiewicz R., *Ochrona wizerunku, adresata korespondencji i tajemnicy źródeł informacji*, [w:] *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych. Komentarz*, J. Barta, R. Markiewicz (red.), Dom Wydawniczy ABC, Warszawa 2001.
- Barta J., Markiewicz R., *Wokół prawa do wizerunku*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego”, 2002, nr 2.

- Brzozowska-Pasieka M., *Komentarz do art. 14 pr. pras.*, [w:] *Prawo prasowe. Komentarz praktyczny*, M. Brzozowska-Pasieka, M. Olszyński, J. Pasieka (red.), LexisNexis 2013.
- Burkacka I., *Intertekstualność współczesnej komunikacji. Memy a teksty kultury*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze”, 2016, nr 32.
- Dmowski S. (aktualizacja R. Trzaskowski), *Księga pierwsza. Część ogólna*, [w:] *Kodeks cywilny. Komentarz. Część ogólna*, J. Gudowski (red.), LexisNexis, Warszawa 2014.
- Ferenc-Szydełko E., *Komentarz do art. 14 pr. pras.*, [w:] *Prawo prasowe. Komentarz*, wyd. IV, E. Ferenc-Szydełko (red.), Lex 2013.
- Flisak D., *Ochrona wizerunku, adresata korespondencji i tajemnicy źródeł informacji*, [w:] *Prawo autorskie i prawa pokrewne. Komentarz*, D. Flisak (red.), Wolters Kluwer, Warszawa 2015.
- Grzeszak T., *Rozdział IX. Prawo do wizerunku i prawo adresata korespondencji*, [w:] *Prawo autorskie. Tom 13*, J. Barta (red.), C. H. BECK, Warszawa 2017.
- Juza M., *Memy internetowe – tworzenie, rozpowszechnianie, znaczenie społeczne*, „Studia Medioznawcze”, 2013, nr 4.
- Kalus S., *Księga pierwsza. Część ogólna*, [w:] *Kodeks cywilny komentarz*, Tom I, Część ogólna (art. 1-125), M. Habdas, M. Fras (red.), Wolters Kluwer, Warszawa 2018.
- Kamińska M., *Memosfera. Wprowadzenie do cyberkulturoznawstwa*, Galeria Miejska Arsenal, Poznań 2017.
- Kamińska M., *Nieczne memy. Dwanaście wykładów o kulturze Internetu*, Galeria Miejska Arsenal, Poznań 2011.
- Koper R., *Jawność rozprawy głównej a ochrona prawa do prywatności w procesie karnym*, Wolters Kluwer, Warszawa 2010.
- Kowalewska M., *O rozumieniu i braku rozumienia dla memów*, [w:] *E-gatunki. Dziennikarz w nowej przestrzeni komunikowania*, W. Godzic, Z. Bauer (red.), Poltax, Warszawa 2015.
- Kulesza J., *Rozdział XVII. Przepisy przeciwko Rzeczypospolitej Polskiej. Art. 127-139*, [w:] *Kodeks karny. Część szczególna*. Tom I. Komentarz art. 117-221, 4. wydanie, M. Królikowski, R. Zawłocki (red.), C. H. BECK, Warszawa 2017.
- Lis W., *Publikacja listu gończego a ochrona prawa do wizerunku*, lex nr 169849/1.
- Mateja M., Ciesielski P., *Nowy wymiar publicystyki politycznej? Memy jako forma krytyki* *Hanny Gronkiewicz-Waltz*, „Zeszyty Prasoznawcze”, 2015, nr 3.
- Matlak A., *Cywilnoprawna ochrona wizerunku*, „Kwartalnik Prawa Prywatnego”, R. 13, Z. 2, 2004 r.
- Michalak A., *Komentarz do art. 29<sup>1</sup> pr. aut.*, [w:] *Ustawa o prawie autorskim i prawach pokrewnych*. Komentarz, A. Michalak (red.), Warszawa 2019, Legalis.
- Michalska-Warias A., *Przepisy przeciwko Rzeczypospolitej Polskiej*, [w:] *Kodeks karny. Komentarz*. Wydanie 5., T. Bojarski (red.), LexisNexis, Warszawa 2012.
- Nazaruk P., *Księga pierwsza. Część ogólna*, [w:] *Kodeks cywilny komentarz*, J. Ciszewski (red.), Lexis Nexis, Warszawa 2013.
- Nowak J., *Memy internetowe: teksty (cyfrowej) kultury językiem krytyki społecznej*, [w:] *Współczesne media. Język mediów*, I. Hofman, D. Kępa (red.), wyd. UMCS, Lublin 2013.
- Rubisz S., *Memy internetowe w świetle prawa autorskiego*, „Zeszyty Prawnicze”, 2018, nr 18.
- Sarna P., *Memy w perspektywie retorycznej*, [w:] *Dyskursy widzialności: słowa a obrazy*, P. Sarna, M. Sęk-Iwanek (red.), Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2016.
- Sobczak J., *Komentarz do art. 14 pr. pras.*, [w:] *Prawo prasowe. Komentarz*, J. Sobczak (red.), LEX 2008.
- Sobolewski P., *Księga pierwsza. Część ogólna*, [w:] *Kodeks cywilny. Komentarz Tom I*, Przepisy wprowadzające (art. I-LXV PWKC) Część ogólna, Własność i inne prawa rzeczowe (art. 1-352 KC), K. Osajda (red.), C. H. BECK, Warszawa 2013.
- Ślęzak P., *Ochrona prawa do wizerunku*, Wydawnictwo Uniwersytetu Śląskiego, Katowice 2009.
- Wiak K., *Rozdział XVII. Przepisy przeciwko Rzeczypospolitej Polskiej*, [w:] *Kodeks karny. Komentarz*. 3. wydanie, A. Grześkowiak, K. Wiak (red.), C. H. BECK, Warszawa 2015.

Wojnicka E., *Prawo do wizerunku w ustawodawstwie polskim*, „Zeszyty Naukowe Uniwersytetu Jagiellońskiego”, 1990, nr 5.

Wołoszyn M., *Czy memy są tekstami kultury?*, „Toruńskie Studia Bibliologiczne”, 2019, nr 1.

Zaremba M., M. Łoszevska-Ołowska, *Komentarz do art. 14 pr. pras.*, [w:] *Prawo prasowe. Komentarz*, M. Zaremba (red.), WKP 2018.

Zdunkiewicz-Jedynak D., *Intertekstualność współczesnej komunikacji internetowej. Intertekstualne odwołania wewnątrzgatunkowe w memach*, „Poznańskie Spotkania Językoznawcze”, 2016, nr 32.

### **Źródła internetowe**

Brzoza K., *Gender w internetowych memach obrazkowych na wybranych polskich przykładach*, [http://uwm.edu.pl/maks/wp-content/uploads/02\\_Brzoza-K.pdf](http://uwm.edu.pl/maks/wp-content/uploads/02_Brzoza-K.pdf) (12.02.2020).

Gorlewska E., *Emocje w sieci. Ekspresywność wybranych memów internetowych*, [https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/8061/1/E\\_Gorlewska\\_Emocje\\_w\\_sieci.pdf](https://repozytorium.uwb.edu.pl/jspui/bitstream/11320/8061/1/E_Gorlewska_Emocje_w_sieci.pdf) (19.02.2020).

Szews P., *Demotywatory i internetowe memy – o łączeniu słowa i obrazu na Twitterze*, <http://dx.doi.org/10.18778/7969-405-1.14> (26.01.2020).

### **Akty prawne**

Konstytucja Rzeczypospolitej Polskiej z dnia 2 kwietnia 1997 r., Dz. U. 1997, nr 78, poz. 483, z późn. zm.

Ustawa z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny, tekst jedn. Dz. U. 2019, poz. 1145, z późn. zm.

Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe, tekst jedn. Dz. U. 2018, poz. 1914.

Ustawa z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych, tekst jedn. Dz. U. 2019, poz. 1231, z późn. zm.

Ustawa z dnia 6 czerwca 1997 r. Kodeks karny, tekst jedn. Dz. U. 2019, poz. 1950 z późn. zm.

### **Orzecnictwo**

Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 2 lutego 1967 r., OSN 1967, nr 9, poz. 161.

Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 3 września 1998 r., I CKN 818/97, OSNC 1999/1/21.

Wyrok Sądu Najwyższego z dnia 15 października 2009 r., I CSK 72/09, <https://www.saos.org.pl/files/judgments/supreme/2009/10/15/5206e7ff3fa41d6b6ce53087369bfc4a.pdf> (27.01.2019).

Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 12 lutego 1998 r., I ACa 1044/97, lex nr 81433.

Wyrok Sądu Apelacyjnego w Warszawie z 22 maja 2015 r., I ACa 1741/14, lex nr 1755241.

Wyrok Sądu Apelacyjnego w Krakowie z dnia 22 maja 2015 r., I ACa 193/15, lex nr 1754188.

Wyrok Sądu Apelacyjnego w Katowicach z dnia 28.05.2015 r., I ACa 158/15, lex nr 1747243.

Wyrok Sądu Apelacyjnego w Łodzi z dnia 1 września 2015 r., I ACa 208/15, lex nr 1808667.

Postanowienie Sądu Apelacyjnego w Warszawie z dnia 7 stycznia 2015 r., I ACz 2501/14, lex nr 1744683.

## **Internet Memes in the Context of Protection of the Image of Public Figures**

### **Summary**

Nowadays, almost everybody uses the Internet. Access to the Internet makes it easier for us to function in today's world. We meet with different kinds of memes while using the Internet every day – they are an inseparable part of the Internet reality. However, the definition of a meme is ambiguous. Undoubtedly, the purpose of memes is to attract attention and interest of the recipient and to arouse emotions. Most often, memes are pictorial messages, mocking in their nature, but in the Internet, one



can also come across distasteful memes. Meme is a cultural phenomenon whose assumption is that it will be reproduced and disseminated in a global network. Public figures, for example politicians, often become the protagonists of memes. The aim of this article is to present the phenomenon of memes in the context of protection of the image provided for in the Civil Code, Copyright Act, Press Law Act and in related laws. The author pays attention to the protection of the image of public and widely known figures and shows in which situations their images can be used without required authorisation.

Keywords: image, public figure, memes, protection of the image