

POSTANOWIENIE

Dnia 14 października 2005 r.

Sąd Najwyższy w składzie:

SSN Antoni Górski (przewodniczący)

SSN Józef Frąckowiak (sprawozdawca)

SSN Henryk Pietrkowski

w sprawie z powództwa S. R.

przeciwko E. S. i S.(...) sp. z o.o. z siedzibą w W. o zobowiązanie, po rozpoznaniu w Izbie Cywilnej na posiedzeniu jawnym w dniu 14 października 2005 r., zagadnienia prawnego przedstawionego przez Sąd Apelacyjny postanowieniem z dnia 15 listopada 2004 r., sygn. akt I ACa (...):

"Czy zważywszy na treść art. 36 ust. 1 ustawy z 26 stycznia 1984 r. - Prawo prasowe (Dz. U. Nr 5 poz. 24 ze zm.), wymienione w ustępie czwartym tego artykułu przypadki, kiedy wydawca i redaktor mogą odmówić zamieszczenia ogłoszeń i reklamy są wyczerpujące?"

odmawia podjęcia uchwały.

Uzasadnienie

Sąd Apelacyjny rozpatrując apelacje powoda S. R. od wyroku Sądu Okręgowego w W. z dnia 23 stycznia 2004 r., oddalającego powództwo przeciwko E. S. i S.(...) Sp. z o.o. z siedzibą w W., powziął istotne wątpliwości i w trybie art. 390 § 1 k.p.c. przedstawił Sądowi Najwyższemu do rozstrzygnięcia zagadnienie prawne sformułowane w sentencji swojego postanowienia z dnia 15 listopada 2004 r. Zagadnienie to powstało na tle następującego stanu faktycznego.

W dniu 28 lutego 2003 r. powód zawarł umowę dotyczącą zamieszczenia w gazecie „N.(...)” ogłoszenia stanowiącego reklamę książki jego autorstwa, pt. „P.(...)”. Po zawarciu tej umowy pracownicy pozwanego stwierdzili, że tekst reklamy zawiera treści naruszające dobra osobiste innych osób i na tej podstawie uznali, że w świetle art. 36 ust. 2 Prawa prasowego w zw. z art. 387 k.c., umowa jest nieważna. Redakcja zwróciła powodowi zapłaconą przez niego cenę usługi i odmówił zamieszczenia ogłoszenia.

W pozwie z dnia 12 czerwca 2003 r. powód Stanisław Remuszko wniósł o nakazanie pozwanym: E. S. jako redaktorowi naczelnemu „N.(...)” oraz wydawcy tego pisma S.(...) Sp. z o.o. z siedzibą w W., zamieszczenia na redakcyjnych stronach „N.(...)” płatnego ogłoszenia według załączonej do pozwu treści, którego opublikowania redakcja wcześniej odmówiła. Pozwani wnieśli o odrzucenie pozwu z uwagi na niedopuszczalność drogi sądowej, ewentualnie o oddalenie powództwa.

Rozpatrujący sprawę Sąd Okręgowy uznał, iż powództwo zmierzające do zobowiązania pozwanych do złożenia oświadczenia woli, mocą którego dojdzie do zawarcia umowy o dzieło polegającej na zamieszczeniu w „N.(...)” określonej reklamy książki powoda, jest niezasadne. Jednocześnie Sąd I instancji stwierdził, że redaktor naczelny lub wydawca mieli prawo odmówić zamieszczenia ogłoszenia powoda. Zasada swobody umów wyrażona w art. 353¹ k.c. nie doznaje bowiem ograniczeń w ustawie z dnia 26 stycznia 1984 r. - Prawo prasowe (Dz. U. Nr 15, poz. 24 ze zm.). Ustawa ta nie zawiera obowiązku zamieszczenia ogłoszenia czy reklamy, tak jak to czyni w przypadku komunikatów i ogłoszeń wymienionych w art. 34 i 35. Przepis zaś art. 36, daje wydawcy jedynie możliwość, a nie obowiązek zamieszczania reklam i ogłoszeń odpłatnych. Ponadto w ocenie tego Sądu wymienione w § 2 i 4 przyczyny odmowy zamieszczenia reklamy czy ogłoszenia są przykładowe, a w zasadzie nakładają obowiązek odmowy, jeżeli treść reklamy jest sprzeczna z prawem, zasadami współżycia społecznego lub linią programową gazety.

Sąd Okręgowy stwierdził ponadto, że obowiązujący u pozwanego regulamin w sprawie ogłoszeń i reklamy z uwagi na brzmienie § 12, przewidującego prawo odmowy zamieszczenia ogłoszenia, i to bez podania przyczyny, nie stanowi oferty w rozumieniu art. 66 § 1 k.c.

Odnosząc się natomiast do zarzutu stosowania przez pozwanego cenzury, Sąd zauważył, że o cenzurze mogłaby być mowa, tylko w sytuacji, gdyby to organ władzy wpływał na treść zamieszczanych w prasie publikacji np. ograniczając swobodę

wypowiedzi. Z przytoczonych względów wyrokiem z dnia 23 stycznia 2004 r. Sąd Okręgowy w W. powództwo oddalił i orzekł o kosztach procesu.

W apelacji od powyższego wyroku powód zarzucił: 1) naruszenie prawa materialnego: art. 32 i 54 Konstytucji RP w zw. z art. 1 Prawa prasowego, art. 6 k.c. w zw. z art. 36 Prawa prasowego i art. 66 k.c. poprzez pominięcie; art. 36 ust. 2 i 4 w zw. z art. 1 i 10 Prawa prasowego, przez błędną interpretację; art. 71 i 353¹ k.c. poprzez nienależyte zastosowanie. Ponadto skarżący zarzucił naruszenie przepisów postępowania cywilnego, art. 229, 233, i 328 § 2 k.p.c.

Rozpatrując apelację Sąd Apelacyjny zwrócił uwagę, że redakcja art. 36 Prawa prasowego, którego naruszenie zarzucił skarżący, budzi wątpliwości. Z jednej strony w ustępie pierwszym przepis ten formułuje ogólną zasadę, że prasa ma prawo zamieszczania odpłatnie ogłoszeń i reklam. Oznacza to, że – w przeciwieństwie do wypadków określonych w art. 34 i 35 Prawa prasowego, które wymieniają rodzaje ogłoszeń, co do których redaktor naczelny dziennika ma obowiązek publikacji – zamieszczanie innych ogłoszeń oraz reklam jest fakultatywne. Takie rozumienie art. 36 Prawa prasowego dobrze koresponduje z wynikającą z art. 1 tej ustawy ideą wolnej prasy oraz z podstawowymi zasadami prawa cywilnego, które mogą tu wchodzić w grę tj. zasadą swobody zawierania umów i zasadą wolności gospodarczej.

Z drugiej strony redakcja art. 36 ust. 2 i 4 Prawa prasowego może być rozumiana w ten sposób, że pomimo, iż zamieszczenie reklamy lub ogłoszenia pozostawiono swobodnemu uznaniu redaktora pisma lub wydawcy, to w istocie mogą oni odmówić publikacji tylko w czterech przypadkach, a mianowicie gdy materiał zgłoszony do opublikowania jest sprzeczny: 1) z prawem, 2) z zasadami współżycia społecznego, 3) z linią programową pisma lub 4) z charakterem pisma. W taki też sposób omawiany przepis z reguły interpretuje się w piśmiennictwie i do takiego jego rozumienia przychylił się Sąd Apelacyjny.

Jeżeli jednak podzielić taki sposób rozumienia art. 36 Prawa prasowego, to zdaniem Sądu Apelacyjnego, rodzi się istotne pytanie jaką wartość o większym znaczeniu niż zasada swobody umów, czy wolności gospodarczej, miałyby chronić ich wyraźne ograniczenie w tym przepisie. W ocenie Sądu Apelacyjnego w grę może wchodzić tylko wolność wypowiedzi. Zakładając, że reklama lub płatne ogłoszenie mieszczą się w pojęciu wypowiedzi, ograniczenie swobody umów i swobody prowadzenia działalności gospodarczej, mogłoby znaleźć uzasadnienie w wolności i swobodzie wypowiedzi, chronionej w art. 19 Międzynarodowego Paktu Praw

Obywatelskich i Politycznych z 1966 r. (Dz. U. z 1977 r. Nr 38, poz. 167) oraz w art. 10 Konwencji o Ochronie Praw Człowieka i Podstawowych Wolności z 1950 r. (Dz. U. z 1993 r., Nr 61, poz. 284).

Ponadto Sąd Apelacyjny podkreślił, że zgoda na reglamentowanie przez redaktora pisma lub wydawcę reklam lub płatnych ogłoszeń, w razie gdy nie zachodzą przewidziane w ustawie przypadki, które upoważniają do odmowy ich zamieszczenia (art. 36 ust. 2 i 4 Prawa prasowego) może prowadzić w istocie do nieograniczonej możliwości decydowania przez redaktora lub wydawcę o zamieszczeniu ogłoszenia lub reklamy, co byłoby równoznaczne ze swoistą cenzurą wykonywaną przez osoby prywatne.

Sąd Najwyższy zważył, co następuje:

Jak wynika z uzasadnienia wyroku Sądu I instancji, w rozpoznawanej sprawie istnieją podstawy do przyjęcia, że odmowa zamieszczenia przez pozwanych płatnego ogłoszenia stanowiącego reklamę książki autorstwa powoda, które chciał on umieścić w gazecie „N.(...)” znajduje usprawiedliwienie w art. 36 ust. 2 Prawa Prasowego. Jak wynika z uzasadnienia Sądu I instancji podstawą uznania umowy zawartej z pozwanym w sprawie zamieszczenia reklamy jego książki, było przekonanie pozwanych, iż reklama ta może naruszać prawa osób trzecich. W tej sytuacji obowiązkiem Sądu I instancji ewentualnie Sądu rozpatrującego apelację powoda było ustalenie czy rzeczywiście reklama, której zamieszczenia domagał się powód, może naruszać prawa osób trzecich. Takiego ustalenia brak, a ma ono decydujące znaczenie dla rozstrzygnięcia rozpoznawanej sprawy. Sądy orzekające w niniejszej sprawie podjęły natomiast próbę określenia, czy na tle art. 36 szczególnie jego ustępu 2 i 4 Prawa prasowego, można mówić o ograniczeniu zasady swobody umów.

Trafnie Sąd Apelacyjny zwrócił uwagę na to, że nieprecyzyjna redakcja art. 36 Prawa prasowego może być przyczyną rozbieżności w jego interpretacji. Wykładnia językowa tego przepisu wsparta wnioskowaniem a contrario rzeczywiście zdaje się uzasadniać wniosek, iż odmowa zamieszczenia ogłoszenia lub reklamy, może nastąpić tylko w czterech przypadkach określonych w art. 36 ust. 2 i 4 Prawa prasowego. Jeżeli bowiem ustawodawca zakładałby, że wydawca i redaktor mogą swobodnie decydować o tym czy zamieścić ogłoszenie lub reklamę, to w istocie wskazywanie przypadków kiedy mogą oni odmówić ich zamieszczenia, byłoby regulacją zbędną. Z tych zapewne względów w piśmiennictwie zdecydowanie przeważa pogląd, do którego skłonny jest również przychylić się Sąd Apelacyjny, że w art. 36 ust. 4 Prawa prasowego nastąpiło w

sposób celowy lub niezamierzony ograniczenie swobody zawierania umów, którą faktycznie w odniesieniu do umów dotyczących zamieszczania reklam lub ogłoszeń uchylono. Innymi słowy wydawca lub redaktor nie mogą odmówić umieszczenia reklamy lub ogłoszenia, poza przypadkami określonymi w art. 36 ust. 2 i 4. W tym obszarze nie obowiązuje więc zasada swobody zawierania umów lecz obowiązek kontraktowania nałożony na wydawcę(redaktora).

Teza, że Prawo prasowe w tak wyraźny sposób ogranicza swobodę wydawcy bądź redaktora jest jednak trudna do zaakceptowania. Przeciwno takiemu stanowisku przemawia wiele argumentów, które mają swoje oparcie zarówno w Prawie prasowym, w przepisach Konstytucji jak i konwencji międzynarodowych, wiążących Polskę.

Przesądzenie, która z opisanych wyżej interpretacji art. 36 Prawa prasowego jest zasadna, na obecnym etapie rozpoznawania sprawy jest niepotrzebna. Jeżeli bowiem Sąd Apelacyjny dokona oceny ogłoszenia, którego zamieszczenia domaga się powód i dojdzie do przekonania, że ogłoszenie to rzeczywiście jest sprzeczne z prawem, tak jak to twierdzą pozwani, to zbędnym stanie się rozpoznawanie zagadnienia prawnego sformułowanego w jego postanowieniu. Nie ulega bowiem żadnej wątpliwości, że zgodnie z wyraźną dyspozycją art. 36 ust. 2 Prawa prasowego, pozwani nie mają obowiązku zamieszczania reklamy sprzecznej z prawem. Dopiero więc w razie gdyby się okazało, że ogłoszenie którego zamieszczenia domaga się powód jest zgodne z prawem, może powstać potrzeba oceny, czy odmowa zamieszczenia tego ogłoszenia przez pozwanych jest uzasadniona z innych przyczyn, także nie wymienionych wprost w art. 36 ust. 2 i 4 Prawa prasowego.

Zgodnie z art. 390 k.p.c. sąd może przedstawić Sadowi Najwyższemu zagadnienie prawne, którego rozstrzygnięcie jest potrzebne dla rozpoznania konkretnej sprawy. Skoro zaś przedstawione przez Sąd Apelacyjny zagadnienie prawne, budzi wprawdzie poważne wątpliwości, ale jego rozstrzygnięcie, przed dokonaniem ustaleń, o których mowa wyżej nie jest potrzebne, orzeczono jak w sentencji.