



RZECZNIK PRAW OBYWATELSKICH

Warszawa, 18.02.2020

Adam Bodnar

VII.564.12.2020.MAW

Pan
Mateusz Morawiecki
Prezes Rady Ministrów
Al. Ujazdowskie 1/3
00-583 Warszawa

Rzecznik Praw Obywatelskich jest głęboko zaniepokojony informacjami ujawnionymi w przez redakcję *OKO.press* w ramach cyklu artykułów¹ autorstwa redaktora Sebastiana Klauzińskiego dotyczących wykorzystywania środków z Funduszu Sprawiedliwości do promowania działalności Ministerstwa Sprawiedliwości poprzez platformę Wirtualna Polska (dalej: WP) przy wykorzystaniu nieuczciwych praktyk rynkowych oraz przekroczeniu etycznych standardów rzetelnego dziennikarstwa.

Jak wynika ze śledztwa dziennikarskiego przeprowadzonego przez reporterów *OKO.press* oraz danych Kantar, Ministerstwo Sprawiedliwości było najbardziej promowanym podmiotem w Wirtualnej Polsce w 2019 roku. Zgodnie z obowiązującym cennikiem koszt tej promocji na platformie WP wyniósłby 125 mln zł, ale jak wynika z wyjaśnień WP kwota ta miała być niższa. Według Kantara wartość cennikowa wszystkich reklam zamieszczonych w 2019 roku przez Ministerstwo Sprawiedliwości we wszystkich mediach wynosiła ponad 171,5 mln złotych (w tym wspomniane wcześniej ponad

¹ Zob. *inter alia*: S. Klauziński, *Ujawniamy skalę promocji resortu Ziobry w Wirtualnej Polsce. Była ogromna* (oko.press, 22.01.2020r.), <https://oko.press/ministerstwo-sprawiedliwosci-wirtualna-polska-kantar/> [dostęp 12.02.2020r.]; S. Klauziński, *Jak Wirtualna Polska promuje Ziobrę. „Łączy nas z Ministerstwem Sprawiedliwości wiele interesów”* (oko.press, 15.01.2020r.), <https://oko.press/wirtualna-polska-ziobro-machala/> [dostęp 12.02.2020r.]; S. Klauziński, *Resort Ziobry wyda ponad 17,5 mln zł, by przekonać Polaków, że jest skuteczny i dobrze wydaje pieniądze*, oko.press, 22.10.2019r.), <https://oko.press/ziobro-fundusz-sprawiedliwosci-obsługa-medialna/> [dostęp 12.02.2020r.].

125 mln zł WP). Należy pokreślić, że skala promocji w porównaniu do roku 2018 wzrosła ponad 36-krotnie, bowiem w 2018 reklamy zamieszczone przez resort były cennikowo warte jedynie 4,8 mln złotych. Według dziennikarzy, środki na promocję pochodzić miały z Funduszu Sprawiedliwości. Jednakże przetarg ogłoszony przez Ministerstwo w sierpniu 2019 roku określił budżet kampanii na rzecz Funduszu na 17,5 mln złotych. Tak znaczna dysproporcja między wartością rynkową materiałów prasowych a faktycznymi wydatkami musi budzić zaniepokojenie, szczególnie w kontekście opublikowanego w 2019 roku raport Najwyższej Izby Kontroli, w którym wskazane było „niecelowe i niegospodarne” wydatkowanie środków z Funduszu przez Ministerstwo Sprawiedliwości.

Jak wynika z opisu zamówienia, celem zamówionej kampanii ma być informowanie o: „skuteczności i kompetencjach ośrodków niosących pomoc, a będących w sieci Funduszu Sprawiedliwości, powszechnej dostępności narzędzi ułatwiających kontakt z ośrodkami niosącymi pomoc, szerokiej palecie oferowanych rodzajów pomocy realizowanych przez ośrodki, skutkach działalności Funduszu Sprawiedliwości i efektach wydatkowanych przez niego środków (...)”. Jak wskazuje autor publikacji, w praktyce jednak wiele materiałów, które miały promować Fundusz, promowało działalność Ministerstwa oraz jego przedstawicieli, co było szczególnie widoczne w trakcie kampanii wyborczej. Ponadto, Pan Tomasz Machała, wiceprezes WP, podczas wrześniowego spotkania redakcyjnego miał stwierdzić: „[n]ie będę demolował interesów z Ministerstwem Sprawiedliwości, dlatego, że wisi na tym twoja pensja, twoja pensja i jeszcze pensje 25 innych osób”. Jak wynika z doniesień medialnych, dziennikarze WP otrzymali informacje o tzw. „aferze hejterskiej”² w Ministerstwie Sprawiedliwości przed opisem jej przez portal Onet.pl jednakże, w związku z polityką redakcji nie zdecydowali się na ich upublicznienie. Wypowiedź ta oraz brak reakcji na informacje uzyskane ze źródeł sugerują wewnątrzredakcyjną cenzurę prewencyjną tekstów dotyczących działalności Ministerstwa, w związku z silną relacją zależności finansowej redakcji od resortu sprawiedliwości.

² Zob., *inetr alia*: S. Klauziński, *Jak Wirtualna Polska promuje Ziobrę. „Łączy nas z Ministerstwem Sprawiedliwości wiele interesów”*, (oko.press, 15.01.2020r.), <https://oko.press/wirtualna-polska-ziobro-machala/>, [dostęp: 12.02.2020r.]; wystąpienie Rzecznika Praw Obywatelskich z dnia 27.08.2019r. do Rzecznika Dyscyplinarnego Sędziów Sądów Powszechnych (znak: VII.510.135.2019), <https://www.rpo.gov.pl/pl/content/piotr-schab-nie-ma-podstaw-do-zarzutow-za-hejt-w-sieci-na-s%C4%99dziow>, [dostęp: 12.02.2020r.].

Artykuły promujące Fundusz, które ukazywały się w Wirtualnej Polsce, często nie były oznaczone jako materiały sponsorowane. Dziennikarze portalu Wirtualne Media dotarli do informacji, że w serwisie informacyjnym wp.pl, a także należących do wp.pl portalach Money.pl i wp.finance.pl ukazywały się teksty autorstwa fikcyjnych dziennikarzy Krzysztofa Suwarta, Konrada Wojciechowskiego i Krzysztofa Majora. Ich autorzy nie podpisali się prawdziwym imieniem i nazwiskiem pod ok. 400 materiałami. Jak wskazują dziennikarze³, nie były to materiały obiektywne, lecz stawiające w pozytywnym świetle firmy prywatne i państwowe. Wśród nich są m.in. wywiady z wiceministrem Marcinem Romanowskim czy z Anną Jaki, żoną posła Parlamentu Europejskiego Patryka Jakiego, teksty krytykujące związkowców działających w spółce Państwowe Porty Lotnicze oraz chwalcące działania NBP, Orlen oraz PZU. Artykuły te pojawiały się przez półtora roku na portalach wp.pl. Ponadto, dziennikarze gotowe już teksty mieli konsultować z Patrycją Kotecką, dyrektorką marketingu Link4 (należącego do PZU), prywatnie żoną ministra Zbigniewa Ziobry.

Działania takie wpisują się w szeroko rozumiane szerzenie dezinformacji. Stosowanie ich przez organy państwowe budzi poważne wątpliwości dotyczące ochrony wolności słowa i debaty publicznej, prawa do informacji oraz etyki dziennikarskiej. Kreowanie debaty przy pomocy artykułów sponsorowanych, oznaczonych nieprawdziwymi nazwiskami w ten sposób by wyglądały jak zwykłe materiały prasowe, znacząco narusza istniejące standardy krajowe i międzynarodowych. Do zagrożeń związanych z dezinformacją wielokrotnie odnosiły się organy Unii Europejskiej⁴ oraz Rady Europy⁵. Należy podkreślić, że z perspektywy jednostki dezinformacja może mieć tak samo negatywne skutki jak cenzura, a zatem w praktyce uniemożliwiać uzyskanie prawdziwej informacji. Szczegółowo systemowe działania Unii w tym zakresie zostały opisane w planie

³ *Wirtualne Media: 400 tekstów na wp.pl napisali fikcyjni dziennikarze. Chwalili PPL, PKP i NBP*, (wyborcza.pl, 21.01.2020r.), <https://wyborcza.pl/7,75398,25618877,wirtualne-media-400-tekstow-w-wp-pl-napisali-fikcyjni-dziennikarze.html> [dostęp: 12.02.2020].

⁴ Zob., np.: *Disinformation and propaganda – impact on the functioning of the rule of law in the EU and its Member States* [http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/608864/IPOL_STU\(2019\)608864_EN.pdf](http://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/STUD/2019/608864/IPOL_STU(2019)608864_EN.pdf); *Joint communication to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Report on the implementation of the Action Plan Against Disinformation*, Document 52019JC0012, [https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=comnat:JOIN_2019_0012_FIN:Tackling online disinformation: Commission proposes an EU-wide Code of Practice](https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=comnat:JOIN_2019_0012_FIN:Tackling%20online%20disinformation%3A%20Commission%20proposes%20an%20EU-wide%20Code%20of%20Practice), https://europa.eu/rapid/press-release_IP-18-3370_en.htm

⁵ Zob., np. The Council of Europe report *Information Disorder: Toward an interdisciplinary framework for research and policy making*, DGI(2017)09, <https://rm.coe.int/information-disorder-report-november-2017/1680764666>.

działania oraz w dokumencie “Joint communication to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Report on the implementation of the Action Plan Against Disinformation”⁶.

Dezinformacja jest nie tylko zagrożeniem dla debaty publicznej, a zatem dla konstytucyjnie chronionej wolności słowa gwarantowanej w art. 54 Konstytucji RP, ale także dla demokratycznego państwa prawa. Tworzenie fałszywych kont i rozprzestrzenianie fałszywych informacji jest obecnie jedynym z największych wyzwań w zakresie wolności słowa w debacie internetowej. Dlatego korzystanie z tego rodzaju usług, odbiegających od istniejących standardów międzynarodowych i wpisujących się bezpośrednio w szerzenie dezinformacji zwalczanej przez ekspertów i instytucje europejskie, przez organy publiczne budzić musi głębokie zaniepokojenie z perspektywy ochrony praw i wolności jednostki.

Należy podkreślić, że w reakcji na opisane artykuły Wirtualna Polska powołała specjalny zespół do zbadania sprawy wewnątrz redakcji. W efekcie prac zespołu, zarząd WP potwierdził szereg tez opublikowanych w artykułach Oko.press, a Pan Tomasz Machała został odwołany z funkcji redaktora naczelnego i wiceprezesa Wirtualnej Polski, w związku z jego wypowiedzią.

Niepokojąca jest również reakcja Ministerstwa Sprawiedliwości na wskazane śledztwo dziennikarskie. W dniu publikacji, o godz. 14:38, Ministerstwo Sprawiedliwości wezwało OKO.press do „zaniechania publikowania nieprawdziwych informacji”⁷. Zdaniem MS tekst „godzi w dobre imię ministerstwa”. Wezwano redakcję do usunięcia w ciągu 3 godzin informacji, że w ubiegłym roku Ministerstwo Sprawiedliwości wydało na promocję 125 mln zł, jednocześnie informując, że niezastosowanie się do wezwania skutkować będzie podjęciem odpowiednich środków prawnych przez Ministerstwo. Należy wskazać, że odpowiednią formą wyjaśnienia „nieścislej lub nieprawdziwej wiadomości zawartej w materiale prasowym” jest procedura sprostowania, zagwarantowana przez

⁶ *Joint communication to the European Parliament, the European Council, the Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions. Report on the implementation of the Action Plan Against Disinformation*, Document 52019JC0012, https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/ALL/?uri=comnat:JOIN_2019_0012_FIN

⁷ *Resort Ziobry dał nam 3 godziny na usunięcie informacji o reklamach w WP. Bezprawnie i bezpodstawnie*, (oko.press, 22.01.2020r.), <https://oko.press/resort-ziobry-dal-nam-3-godziny-na-usuniecie-informacji-o-reklamach-w-wp-bezprawnie-i-bezpodstawnie/>, [dostęp: 12.02.2020].

ustawę *Prawo prasowe* (Dz. U. z 2018 r., poz. 1914) w rozdziale 5. Wezwanie nie wypełniało wymogów formalnych wniesienia sprostowania wynikających z ustawy (art. 31a ust. 3 ustawy *Prawo prasowe*). Działanie takie może stanowić próbę wywierania nacisków na dziennikarzy, które prowadzić będą do wywołania tzw. „efektu mrożącego”, który stanowi formę naruszenia wolności wypowiedzi stwierdzoną przez Europejski Trybunał Praw Człowieka.

Mając na uwadze powyższe, działając na podstawie art. 13 ust. 1 pkt 2 ustawy z dnia 15 lipca 1987 r. o *Rzeczniku Praw Obywatelskich* (Dz. U. z 2018 r., poz. 2179 ze zm.), zwracam się do Pana Premiera z uprzejmą prośbą o udzielenie wyjaśnień w niniejszej sprawie.