

Mało transparentności, dużo polityki

Za błyskawicznym rozwojem mediów społecznościowych nie nadążają regulacje prawne. Korzystają na tym politycy, którzy za publiczne środki budują swoje społeczności.

Samorządy corocznie zwiększają wydatki na obsługę mediów społecznościowych. Także te trójmiejskie. W częściach opisowych budżetów miast, a także rejestrach umów można znaleźć kwoty wydawane na obsługę mediów społecznościowych. Ustalenie rzeczywistej wysokości wydatków nie zawsze jest jednak proste, bo nakłady na szeroko pojętą promocję i media (w tym społecznościowe) nie są umieszczane w jednym rozdziale budżetu, ale porozbijane. Kolejna kwestia to płynne granice wydatków, np. Gdańsk poza dedykowanymi nakładami na media społecznościowe ma oddzielny budżet na portal gdansk.pl, którego zasoby są używane do obsługi profili na FB. W opisach budżetów nie ma też informacji o tym jak dzielone są nakłady – ile idzie na obsługę oficjalnego profilu samego miasta, gminy lub województwa, a ile jego włodarza. O tym jednak, że zasoby publiczne są wykorzystywane także w widać chociażby po źródłach publikacji i zdjęć.

Nakłady stale rosną

Sopot w 2022 roku na obsługę IG i FB wydał 112 tys. zł oraz promocję w mediach społecznościowych blisko 6 tys. W 2023 roku (a więc roku wyborczym, gdy Jacek Karnowski startował w wyborach do sejmu) – było to już 300 tysięcy: 150 tys. na obsługę mediów społecznościowych i oddzielnie 150 tys. na publikację reklam i informację w mediach lokalnych i społecznościowych. W 2024 roku było to 430 tysięcy (250 tys. i 180 tys.), a w bieżącym roku w budżecie zapisano 420 tysięcy (250 tys. i 170 tys.). Obsługą zajmują się zewnętrzne agencje. W budżecie Gdyni nie ma dedykowanej pozycji mediom społecznościowym. Profile, w tym Aleksandry Kosiorek są zarejestrowane jako strony firmowe urzędu, tym samym ich obsługa jest bezpośrednio wpięta w urząd.

Gdańsk w ostatnich latach na obsługę mediów społecznościowych wydawał 800 tys. zł rocznie i również zlecał ją zewnętrznym podmiotom. Na początku tego roku ogłosił kolejny przetarg przeznaczając kwotę 2,2 mln zł rozbitą na dwa okresy: 600 tys. zł (od kwietnia do grudnia 2025 roku) i 1,6 mln zł za kolejne dwa lata, o ile zleceniobiorca się sprawdzi.

Przetargu jednak nie rozstrzygnięto, a treści do mediów społecznościowych dostarcza spółka Gdańskie Centrum Multimedialne należąca do miasta. Jej głównym obszarem działalności jest portal gdansk.pl, który posiada redakcję i profesjonalne zaplecze techniczne. Miasto sukcesywnie zwiększa finansowanie. W pierwszych latach roczne nakłady wynosiły po 4 mln zł, w 2022 – 2024 po około 5,1 mln zł, a od 2025 do 2027 roczne utrzymanie będzie wynosić blisko 6 mln zł rocznie. Portal już od dawna wspiera prowadzenie profili, stąd część jego budżetu także można dopisać do wydatków na obsługę mediów społecznościowych.

Taka konstrukcja może jednak ulec zmianie, o ile w życie wejdzie ustawa zakazująca samorządom wydawania mediów, które w powszechnej opinii są używane do propagandy. Zakaz wydawania mediów przez samorządy został wpisany w

opublikowany w czerwcu 2024 roku przez resort kultury dokument "Europejski Akt Wolności Mediów. Koncepcja wdrożenie do polskiego systemu prawnego". Popierają go środowiska dziennikarskie i obywatelskie, a także autorytety prawne. Zmianę blokują jednak politycy, a przede wszystkim grupa dużych samorządów (Gdańsk, Sopot, Warszawa, Łódź, Wrocław), które nie chcą pozbywać się swoich narzędzi promocji.

Agitacja jest zakazana

Politycy, w tym samorządowcy wszystkich opcji prowadzą na swoich urzędowych profilach kampanie wyborcze i agitacje. Najczęściej zaawalowane, wkomponowane w oficjalne treści albo ukryte pod hasłem zachęcenia do udziału w wyborach. Ale potrafią też wprost promować konkretnych kandydatów i partie. Dowodem były ostatnie wybory prezydenckie. Kandydata KO aktywnie na swoich profilach wspierały m.in. Aleksandra Dulcikiewicz i Magdalena Czarzyńska – Jachim. Oczywiście to nie jedyny przypadek, ale raczej reguła.

Co na to prawo? Art. 26 ust. 1 ustawy o samorządzie gminnym mówi o zakazie używania środków publicznych do celów politycznych, a kodeks wyborczy (art. 108 par.1) zakazuje agitacji wyborczej organom władzy publicznej z użyciem środków publicznych. Takie stanowisko wielokrotnie zajmowała PKW. 31 marca 2025 roku, PKW wskazała, że prowadzenie kampanii wyborczej z wykorzystaniem środków publicznych jest niezgodne z przepisami prawa. Dotyczy to również mediów społecznościowych, w tym profili urzędowych finansowanych z budżetu jednostek samorządu terytorialnego. I nie ma tutaj różnicy, czy profil jest założony przez gminę, czy też prywatny.

Nie wszystko jest polityczne

W ferworze walki politycznej wszystko staje się polityczne. Nawet jeżeli rzeczywistość jest inna. Wyrazistym przypadkiem jest zaangażowanie się Aleksandry Dulcikiewicz i Jacka Karnowskiego w 2019 roku w kampanię wyborczą Stanisława Gawłowskiego.

To były wiceminister środowiska (2011 – 2015), były szef PO w Zachodniopomorskiem i wieloletni poseł KO. W 2018 roku został zatrzymany i aresztowany w związku z aferą wokół inwestycji melioracyjnych realizowanych przez Zachodniopomorski Zarząd Melioracji i Urządzeń Wodnych w Szczecinie. Wielkie śledztwo ruszyło już w 2013 roku (a więc jeszcze za rządów PO) i objęło 32 osoby, którym postawiono zarzuty łapownictwa i prania brudnych pieniędzy. Gawłowskiemu postawiono 7 zarzutów, w tym 5 korupcyjnych, m.in. przyjęcie łapówki o wartości co najmniej 733 tys. zł w zamian za pomoc z zdobywaniem kontraktów, pranie brudnych pieniędzy (w związku z wartą 200 tys. zł nieruchomością w Chorwacji), nadużycie uprawnień publicznych i nielegalne ujawnianie dokumentów chronionych przepisami prawa. Gawłowski nie przyznał się do winy, zarzucając prokuraturze (kierowanej wtedy przez Zbigniewa Ziobrę), że zarzuty wobec niego zostały wykreowane na polityczne zlecenie. Z taką też narracją (będąc formalnie podejrzanym) kandydował w 2019 roku w wyborach do Senatu i uzyskując mandat. Właśnie podczas tej kampanii wspierała go Aleksandra Dulcikiewicz i Jacek Karnowski, używając do tego także swoich profili na FB, a nawet wprost podważając wiarygodność śledztwa.

Tymczasem w czerwcu 2025 roku zapadł wyrok.

Gawłowski został uznany winnym wszystkich najcięższych zarzutów, poza jednym (przyjęcia dwóch zegarków). Wyrok: 5 lat więzienia, grzywna 180 tysięcy złotych i zakaz pełnienia funkcji kierowniczych w instytucjach państwowych i spółkach przez 10 lat. Wyrok nie jest prawomocny, a sam Gawłowski zapowiedział apelację.

Przewodniczący składu orzekającego, sędzia Grzegorz Kasicki w trakcie ustnego uzasadnienia wyroku sporo miejsca poświęcił nie tylko samej sprawie, ale skrytykował postawę polityków. Zwrócił uwagę, że przez pięć lat sprawa była przedstawiana jako polityczna, a tymczasem przed sądem każdy obywatel ma być równy: - Sąd ma być zainteresowany przepisami i dowodami, a nie tym, czy na ławie oskarżonych jest polityk, czy stolarz, czy ktokolwiek inny – mówił.

Wg Kasickiego – choć Gawłowski był centralną postacią dla prokuratury, nie oznacza to, że obciążające go dowody są niewiarygodne: - Tak nie wyglądają sprawy od początku do końca preparowane. Mówię o dowodach, mówię o całości dowodów, a nie haselkach typu, że "pisowska prokuratura", czy "pisowski sąd" teraz może będzie, zrobił to czy tamto".

Kasicki zaapelował, by nie było "takiej sytuacji, że wyjdzie za chwilę polityk i będzie mówił, że on wie lepiej, co jest w tej sprawie, bez przeczytania".

Krytyka polityków ma szczególny wymiar także w kontekście życiorysu samego sędziego. Jak podkreśliła Gazeta Wyborcza – Grzegorz Kasicki jako członek Stowarzyszenia Sędziów Polskich „Lustitia”, w czasach rządów PiS był zaangażowany w protesty środowiska sędziowskiego przeciwko zmianom w sądownictwie. Protesty wspierały m.in. samorządy Gdańska i Sopotu (w 2022 roku Sopot zorganizował i sfinansował spotkanie Lustitii z udziałem Jacka Karnowskiego i Aleksandry Dulkiwicz). Po zmianie władzy, w 2024 roku Adam Bodnar wyznaczył go do pełnienia funkcji rzecznika dyscyplinarnego ministra sprawiedliwości, a we wrześniu 2025 (czyli już po wydaniu wyroku w sprawie Stanisława Gawłowskiego) nowy minister Waldemar Żurek powołał go na fotel prezesa Sądu Okręgowego w Szczecinie.

Profile publiczne czy prywatne

Rozbudowany profil na FB w dzisiejszych czasach jest towarem, który można sprzedać. Zasada jest prosta – im większe poniesione nakłady, większa społeczność, większe zasięgi tym większa jego wartość, którą można spieniężyć. Dlatego ludzie i biznes traktują je jako wartość materialną. Tak działa wolny rynek.

W polityce profile najczęściej wędrują za daną osobą. Profil Jacka Karnowskiego powstał w listopadzie 2017 roku jako „Jacek Karnowski Prezydent Miasta Sopotu”, w październiku 2023 zmienił nazwę na „Jacek Karnowski Poseł na Sejm RP z Pomorza”, a w listopadzie 2024 na „Jacek Karnowski Wiceminister, Poseł”. Z kolei profil byłego prezydenta Gdyni, Wojciecha Szczurka, prowadzony za jego kadencji przez Kocham Sopot trafił pod skrzydła Ruchu Społecznego KochamGdynie. Profil Magdaleny Czarzyńskiej – Jachim powstał w marcu 2020 jako „Magdalena Czarzyńska – Jachim- wiceprezydent Sopotu”, w październiku 2023 zniknęła z niego funkcja, by ponownie pojawić się w maju 2024 (prezydentka Sopotu). Oficjalny profil

Aleksandry Dulkiwicz działa od stycznia 2019 roku, najpierw bez stanowiska w nazwie, od 4 marca pod nazwą prezydent Gdańska, ale już od 11 marca tylko jako polityk (funkcja prezydenta jest tylko w opisie), co można odczytywać, że w przypadku zmiany pracy profil przy niej zostanie.

Teoretycznie wszystko jest ok. Jeżeli profile są prywatne, ale służą też urzędom to pełnią wobec nich usługę komunikacyjno – promocyjną, stąd finansują je jako usługę albo bezpośrednio wspierają swoimi zasobami. Niemniej w świetle praktyk na rynku komercyjnym, a jednocześnie coraz większych nakładów finansowych trwa dyskusja o tym, jak instytucje publiczne powinny je traktować.

Najprostszym rozwiązaniem wydaje się założenie profilu bezpośrednio przez miasto i prowadzenie go tak, by służył następcom. Tak właśnie zrobiła Aleksandra Kosiorek. Jej profil jest zarejestrowany przez urząd miasta, przez co jest jego zasobem i ma służyć następcom. Te wszystkie kwestie wymagają jednak nowych regulacji.