

Warszawa, dnia 20 marca 2024 r.



**SEKRETARZ  
PAŃSTWOWEJ KOMISJI WYBORCZEJ**

*Magdalena Pietrzak*

ZKF.624.120.2024

Pan

Marek WÓJCIK

Sekretarz Komisji Wspólnej

Rządu i Samorządu Terytorialnego

marek.wojcik@zmp.poznan.pl

*Szanowny Panie Sekretarzu,*

odnosząc się do Pana maila z dnia 13 marca 2024 r. wyjaśniam, że Państwowa Komisja Wyborcza od długiego już czasu zwracała uwagę na to, iż agitacja wyborcza prowadzona w Internecie odgrywa coraz większą rolę w kampaniach wyborczych, a przepisy prawa wyborczego nie regulują w sposób szczegółowy zasad jej prowadzenia. Regulacje określające zasady prowadzenia i finansowania kampanii wyborczej zawarte w ustawie z dnia 5 stycznia 2011 r. - Kodeks wyborczy (Dz.U. z 2023 r. poz. 2408), a powtórzone przecież za wcześniej obowiązującymi ustawami, pochodzące zatem w większości sprzed kilkunastu lat, nie określają w sposób wystarczający najnowszych form prowadzenia agitacji wyborczej, w tym przede wszystkim właśnie agitacji w Internecie i za pomocą innych środków komunikacji elektronicznej. Kwestie te winny stać się zatem przedmiotem analizy ustawodawcy, do którego należy stanowanie prawa, w tym dostosowanie obowiązujących przepisów do zmieniającej się rzeczywistości.

Jednak to, że przepisy Kodeksu wyborczego i ustawy z dnia 27 czerwca 1997 r. o partiach politycznych (Dz. U. z 2023 r. poz. 1215) nie regulują odrębnie i w sposób adekwatny do dzisiejszej rzeczywistości, w tym do rzeczywistości cyfrowej, zasad prowadzenia agitacji na rzecz partii politycznych i komitetów wyborczych w Internecie nie oznacza, że do działań tych nie odnoszą się ogólne, określone przepisami wskazanych wyżej aktów prawnych, zasady określające prowadzenie i finansowanie kampanii wyborczej. Kampania wyborcza i agitacja wyborcza prowadzone w Internecie podlegają bowiem takim samym zasadom i ograniczeniom, jak „tradycyjne ich formy” (por. stanowisko Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 26 września 2018 r., znak ZKF-811-50/18, w sprawie zasad prowadzenia i finansowania kampanii wyborczej w Internecie – <https://www.pkw.gov.pl/aktualnosci/wyjasnienia-stanowiska-komunikaty/stanowisko-panstwowej-komisji-wyborczej-z-dnia-26-wrzesnia-2018-r-w-sprawie-zasad-prowadzenia-i-finansowania-kampanii-wyborczej-w-internecie>, wyjaśnienia Państwowej Komisji

Wyborczej z dnia 27 marca 2023 r., znak ZKF.501.1.2023, w sprawie agitacji na rzecz partii politycznych i komitetów wyborczych prowadzonej w Internecie – <https://www.pkw.gov.pl/aktualnosci/wyjasnienia-stanowiska-komunikaty/wyjasnienia-w-sprawie-agitacji-na-rzecz-partii-politycznych-i-komitetow-wyborczych-prowadzonej-w-int>, punkt X wyjaśnień Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 4 marca 2024 r., znak ZKF.624.80.2024, w sprawach związanych z prowadzeniem i finansowaniem kampanii wyborczej – [https://wybory.gov.pl/samorzad2024/pl/pkw\\_aktualnosci/59174](https://wybory.gov.pl/samorzad2024/pl/pkw_aktualnosci/59174)).

Państwowa Komisja Wyborcza wielokrotnie zwracała uwagę na to, że agitacja na rzecz komitetów wyborczych w Internecie musi być prowadzona zgodnie z zasadami dotyczącymi właściwego oznaczania materiałów oraz finansowania i jego dokumentowania, określonymi w Kodeksie wyborczym. Zgodnie z art. 84 § 1 i art. 126 Kodeksu wyborczego to komitety wyborcze prowadzą na zasadzie wyłączności kampanię wyborczą na rzecz kandydatów i pokrywają wydatki z tym związane ze środków własnych. Prowadzenie i finansowanie działań kampanijnych przez inne podmioty (w tym przez kandydatów czy wyborców) w celu obejścia przepisów określających limity wydatków komitetów wyborczych stanowi naruszenie zasad finansowania kampanii wyborczej i może zostać uznane za przekazywanie komitetowi wyborczemu świadczeń niepieniężnych z naruszeniem art. 132 § 5 Kodeksu wyborczego. Państwowa Komisja Wyborcza przypominała poza tym, że zgodnie z art. 109 § 2 Kodeksu wyborczego materiały wyborcze powinny zawierać wyraźne oznaczenie komitetu wyborczego, od którego pochodzą. Materiałem wyborczym jest każdy pochodzący od komitetu wyborczego upubliczniony i utrwalony przekaz informacji mający związek z wyborami (art. 109 § 1 Kodeksu wyborczego). Materiałami wyborczymi są zatem także m.in. wszelkie przekazy informacji pochodzące od komitetu wyborczego rozpowszechniane w Internecie i za pomocą innych środków komunikacji elektronicznej. Dotyczy to nie tylko przekazów zamieszczanych np. na stronach internetowych wykorzystywanych przez komitety wyborcze do prowadzenia agitacji wyborczej, lecz także rozpowszechnianych w innej formie, w tym w postaci przekazów zwielokrotnianych na zlecenie komitetu przez osoby lub przez systemy zautomatyzowane, a także agitacji na profilach w mediach społecznościowych. Należy przy tym wskazać, że nieumieszczenie wymaganych oznaczeń w materiałach wyborczych stanowi wykroczenie określone w art. 496 Kodeksu wyborczego.

Państwowa Komisja Wyborcza wyjaśniała również, że Komitety wyborcze mogą korzystać z odpłatnych usług o charakterze reklamowym w Internecie, świadczonych przez przedsiębiorców i przez osoby fizyczne, opłacając koszty tych usług ze środków własnych komitetów.

Informowała również, że komitety wyborcze nie mogą korzystać z nieodpłatnych usług reklamowych w Internecie, ponieważ nie mieszczą się one w katalogu świadczeń niepieniężnych, które może przyjmować komitet wyborczy (art. 132 § 5 i art. 133 Kodeksu wyborczego). Mogą natomiast korzystać z usług, które są powszechnie dostępne dla wszystkich podmiotów bezpłatnie.

Wskazywała, że osoby fizyczne prowadzące działalność zarobkową z wykorzystaniem swoich profili w mediach społecznościowych (np. tzw. influencerzy) mogą za pomocą tych

profilów świadczyć na rzecz komitetów wyborczych wyłącznie odpłatne usługi, bowiem umieszczanie wszelkich materiałów na takich profilach stanowi element ich działalności zarobkowej.

Warto także odnośnie do agitacji wyborczej w Internecie przywołać m.in. punkt II wyjaśnień Państwowej Komisji Wyborczej w sprawach związanych z prowadzeniem i finansowaniem kampanii wyborczej ([https://wybory.gov.pl/samorzad2024/pl/pkw\\_aktualnosci/59174](https://wybory.gov.pl/samorzad2024/pl/pkw_aktualnosci/59174)), z których wynika, że każdy wyborca ma co prawda prawo – zgodnie z art. 106 Kodeksu wyborczego – do prowadzenia agitacji wyborczej, jednak działania takie nie budzą wątpliwości co do zgodności z prawem wyłącznie wówczas, gdy nie wiążą się z ponoszeniem przez niego kosztów lub stanowią dozwolone świadczenia nieodpłatne na rzecz komitetu wymienione w art. 132 § 5 i art. 133 Kodeksu wyborczego. W innym przypadku koszty te mogą zostać uznane za korzyść przyjętą nieodpłatnie przez komitet, o ile nie zostały przez ten komitet opłacone. Konsekwencjami niezgodnego z prawem finansowania działalności komitetu wyborczego, w tym przyjmowania przez komitet niedozwolonych korzyści majątkowych o charakterze niepieniężnym mogą być: odrzucenie sprawozdania finansowego komitetu, przypadek korzyści majątkowych przyjętych przez komitet wyborczy z naruszeniem przepisów Kodeksu wyborczego lub ich równowartości, odrzucenie sprawozdania finansowego partii politycznej tworzącej lub współtworzącej komitet wyborczy, utrata lub pomniejszenie środków z budżetu państwa ewentualnie przysługujących partii politycznej. Niezgodne z prawem finansowanie komitetu wyborczego może skutkować też sankcjami karnymi, o których mowa w przepisach karnych Kodeksu wyborczego.

Oznacza to, że jeżeli wyborca, w trybie przywołanego art. 106 § 1 Kodeksu wyborczego, prowadzi agitację wyborczą w mediach społecznościowych, może to robić wyłącznie na profilach bezpłatnych i w takim zakresie, który nie wiąże się z koniecznością ponoszenia przez niego jakichkolwiek kosztów. Nie może przy tym posługiwać się oznaczeniami czy symbolami komitetów wyborczych oraz partii politycznych czy organizacji, które utworzyły komitety wyborcze. Oznaczenia te i symbole podlegają bowiem ochronie prawnej. Ich użycie bez zgody komitetu czy partii politycznej lub organizacji, które utworzyły te komitety wyborcze oznaczałoby zatem naruszenie przepisów prawa powszechnie obowiązującego, w tym przepisów Kodeksu wyborczego. Natomiast wykorzystanie tych oznaczeń i symboli za zgodą Komitetu Wyborczego oznaczałoby, że nie jest to już agitacja wyborcza prowadzona przez wyborcę na podstawie art. 106 § 1 Kodeksu wyborczego, ale agitacja wyborcza komitetu wyborczego, prowadzona z wykorzystaniem materiałów wyborczych tego komitetu i jako taka wykazana powinna zostać w dokumentacji komitetu wyborczego.

W związku z powyższym zarówno partie polityczne, jak komitety wyborcze powinny powstrzymać się od działań polegających na udostępnianiu przez nie w Internecie materiałów agitacyjnych przeznaczonych do druku czy dalszego rozpowszechniania. Takim działaniem partia polityczna lub komitet wyborczy tworzyłaby bowiem zagrożenie wykorzystaniem tych materiałów w sposób niezgodny z przepisami ustaw. Materiały takie mogą bowiem zostać powielone przez podmioty nieuprawnione do świadczenia nieodpłatnych usług na rzecz partii

politycznej czy komitetu wyborczego, co jest istotne w kontekście tego, że komitety wyborcze nie mogą w ogóle przyjmować tego rodzaju nieodpłatnych świadczeń. Konsekwencją takich działań może być uznanie, że partia polityczna lub komitet wyborczy, z własnej inicjatywy pozbawiając się wpływu na sposób wykorzystania tych materiałów, przyjęły niedozwolone korzyści majątkowe o charakterze niepieniężnym. Działanie takie naruszałoby również zasady jawności finansowania partii politycznych i kampanii wyborczych, ponieważ partia polityczna lub komitet wyborczy nie byłyby w stanie ustalić wartości tych działań, a tym samym nie mogłyby wykazać tych wartości w swoich sprawozdaniach finansowych (zob. wyjaśnienia Państwowej Komisji Wyborczej z dnia 29 maja 2023 r., ZPOW.501.3.2023, w sprawie korzyści majątkowych o charakterze niepieniężnym przekazywanych na rzecz partii politycznych i komitetów wyborczych - <https://www.pkw.gov.pl/aktualnosci/wyjasnienia-stanowiska-komunikaty/wyjasnienia-w-sprawie-korzysci-majatkowych-o-charakterze-niepieniezny-przekazywanych-na-rzecz-parti>).

*Łączę wyrozy szacunku*  
*Magdalena Pietruk*