

Powiązania inicjatyw „Wiesz Jak Nie Jest” i „Stół Dorosłych” oraz fundacji „Twój Głos Jest Ważny”

1. Dane właścicielskie i rejestrowe stron WieszJakNieJest.pl i powiązanych

WieszJakNieJest.pl – domena zarejestrowana 28 marca 2025. Według danych WHOIS abonentem domeny jest podmiot opisany jedynie jako „**KFT.**” z adresem *ul. Ciasna 4–6, 04-999 Warszawa* i numerem telefonu o węgierskim numerze kierunkowym (+36). Typ abonenta określono jako **organizacja**. Strona internetowa *wieszjakniejest.pl* podaje natomiast kontakt: numer telefonu +48 571-911-597, e-mail **info@wieszjakniejest.pl** oraz adres *ul. Chmielna 99, 80-748 Gdańsk* *wieszjakniejest.pl*. Jak zwrócili uwagę internauci, adres ten wydaje się fikcyjny – w Gdańsku nie istnieje budynek nr 99 przy ul. Chmielnej (działka to plac budowy). Na stronie brak pełnej informacji o podmiocie odpowiedzialnym – widnieje jedynie hasłowy opis (gra słów z tytułem „Wiesz jak nie jest”) i dane kontaktowe.

StółDorosłych.pl – domena zarejestrowana prawdopodobnie 30 marca 2025 (dwa dni po WieszJakNieJest, co sugerują daty założenia profili). Serwis *stoldoroslych.pl* jest niemal identyczny w formie: podaje ten sam numer telefonu +48 571-911-597 i mail **info@stoldoroslych.pl**, tym razem z adresem *ul. Cygańska 98, 04-815 Warszawa*. Również i ten adres budzi wątpliwości co do faktycznego istnienia. Obie strony „**Wiesz Jak Nie Jest**” i „**Stół Dorosłych**” zostały utworzone niemal jednocześnie (pod koniec marca 2025) i **mają ten sam numer telefonu oraz tego samego abonenta domeny – firmę „KFT, ul. Ciasna 4–6, 04-999 Warszawa”**. Oznacza to, że stoją za nimi ci sami organizatorzy.

Oba powyższe serwisy nie ujawniają oficjalnie, kto za nimi stoi – brak informacji o właścicielu czy fundacji na ich stronach. W rejestrach (WHOIS) pojawia się tylko lakoniczne „**KFT.**” jako abonent. Skrót *KFT* sugeruje **węgierską spółkę typu Kft (Korlátolt Felelősségű Társaság – odpowiednik sp. z o.o.)**, tym bardziej że podany numer telefonu ma kierunkowy Węgier. Może to wskazywać na zagraniczne (węgierskie) powiązania organizatorów. W dalszej części raportu opisujemy, że tropy prowadzą do osób zajmujących się kampaniami mikrotargetowanymi na Węgrzech.

2. Kampanie reklamowe na Facebooku, Instagramie i YouTube

Obie inicjatywy – „**Wiesz Jak Nie Jest**” i „**Stół Dorosłych**” – istniały w mediach społecznościowych jedynie szczątkowo pod względem organicznym, za to wykazywały *nieproporcjonalnie wysoką aktywność reklamową*. Profile te miały minimalną liczbę obserwujących (rzędu kilkudziesięciu polubień), ale wydawały ogromne kwoty na płatne reklamy polityczne w serwisach Meta (Facebook/Instagram) oraz publikowały materiały wideo w internecie.

Zgodnie z danymi **Biblioteki Reklam Meta**, w tygodniu 29 kwietnia – 6 maja 2025 „**Wiesz Jak Nie Jest**” wydało na reklamę polityczną około 185 tys. zł, a „**Stół Dorosłych**” – około 74 tys. zł. Były to najwyższe wydatki reklamowe w tej kategorii, przebijające oficjalne komitety wyborcze kandydatów. Trzeba podkreślić, że te sumy ciągle rosły – brakowało jeszcze danych za 6–7 maja, kiedy to obie strony wciąż aktywnie promowały kolejne treści.

	Wiesz Jak Nie Jest Strona · 222 polubień		Stół Dorosłych Strona · 35 polubień
Zastrzeżenia używane przez tę stronę Reklamy dotyczące kwestii społecznych, wyborów lub polityki muszą być wyświetlane z zastrzeżeniem informującym, kto opłacił reklamę.		Zastrzeżenia używane przez tę stronę Reklamy dotyczące kwestii społecznych, wyborów lub polityki muszą być wyświetlane z zastrzeżeniem informującym, kto opłacił reklamę.	
Wiesz Jak Nie Jest		Stół Dorosłych	
240 301 zł		103 390 zł	
Łączna wydana kwota		Łączna wydana kwota	
9 kwi - 8 maj 2025		9 kwi - 8 maj 2025	

Rys. 1 Kwota wydatków w perspektywie 09.04 – 08.05

Materiały promowane przez te strony miały wyraźny charakter *negatywnej kampanii* wymierzonej w konkretnych polityków oraz pozytywny wobec jednego kandydata. Jak relacjonuje Matecki, profil „**Wiesz Jak Nie Jest**” sponsorował treści **personalnie atakujące Sławomira Mentzena** (kandydata Konfederacji) **oraz Karola Nawrockiego** (kandydata obywatelskiego). Z kolei „**Stół Dorosłych**” wydawał dziesiątki tysięcy na **promowanie Rafała Trzaskowskiego** (kandydata KO). Obie strony stosowały zbliżoną estetykę i przekaz, co potwierdza, że są koordynowane wspólnie. Przykładowe reklamy „**Wiesz Jak Nie Jest**” zawierały ataki personalne: jedna ze sponsorowanych grafik sugerowała, że „*Nawrocki nie ukrywa, że jego przyjaciele to przestępcy i gangsterzy. Serio chcesz, żeby Polską rządził ktoś taki?*” – była to aluzja mająca zdyskredytować Karola Nawrockiego. Inne materiały, w formie krótkich ulicznych wywiadów z przypadkowymi kobietami, przedstawiały **Sławomira Mentzena** jako skrajnego konserwatystę budzącego lęk kobiet (np. obawy o zakaz aborcji czy wyśmiewanie jego nieporadności w kuchni). Kobiety w tych spotach

mówiły m.in.: „*Mentzen to po prostu koszmar... martwi mnie, że kobiety będą na niego głosować, same sobie ten los szykują*”. Tego typu filmiki – stylizowane na amatorskie, „obywatelskie” nagrania z ulicy – były intensywnie promowane reklamowo w kwietniu (wydano na nie ~15 tys. zł), a tuż przed wyborami pojawiły się nowe, jeszcze ostrzejsze przekazy.

Działalność opisywanych podmiotów dotyczyła też serwisu YouTube. Samodzielnych kanałów „Wiesz Jak Nie Jest” czy „Stół Dorosłych” tam nie odnotowano, jednak **fundacja „Twój Głos Jest Ważny”** (o której dalej) prowadzi aktywny kanał na YouTube z dziesiątkami filmów. Pod pozorem kampanii profrekwencyjnej przedstawiają w kompromitujący i zmanipulowany sposób sylwetki i poglądy wyborców kandydatów prawicowych. Nagrania te prawdopodobnie były elementem szerszej kampanii internetowej (YouTube, Facebook) prowadzonej przez sieć opisywanych stron i fundacji.

Strategia obu stron („Wiesz Jak Nie Jest” i „Stół Dorosłych”) polegała na wykorzystaniu płatnej promocji w social media do szerokiego dotarcia z przekazem, pomimo braku realnego zaplecza społecznego. Działania te miały charakter „**czarnej kampanii**” – z jednej strony **oczernianie rywali politycznych (Nawrockiego, Mentzena)**, z drugiej **pozytywne wzmacnianie przekazu sprzyjającego Rafałowi Trzaskowskiemu** (choć formalnie nie sygnowane przez jego sztab). Istotne jest, że **treści sponsorowane nie były oznaczone ani sygnowane przez żaden komitet wyborczy**, co stanowi naruszenie obowiązujących zasad (patrz punkt 4 raportu).

3. Analiza działalności rejestratora domen – firmy 1API GmbH

1API GmbH to niemiecki rejestrator domen internetowych z siedzibą w Saarland (St. Ingbert). Firma powstała w 2006 r. jako część platformy **HEXONET** – wówczas HEXONET utworzył akredytowanego przez **ICANN** rejestratora 1API, który stał się ekskluzywnym rejestratorem obsługującym klientów HEXONET. Obecnie 1API jest uznawany za jednego z wiodących europejskich rejestratorów domen, zarządzając **ponad 3 milionami domen** na całym świecie. Firma świadczy usługi rejestracji nazw domen we wszystkich popularnych TLD (w tym gTLD i ccTLD), a także oferuje resellerom szeroki **zakres usług** – od interfejsów API po narzędzia do DNS, DNSSEC, certyfikatów SSL itp. (technologie te wywodzą się z platformy HEXONET skierowanej do resellerów).

Pod względem **powiązań firmowych**, 1API GmbH jest częścią międzynarodowej grupy **CentralNic Group**. W 2019 roku CentralNic ogłosił przejęcie spółki HEXONET wraz z jej rejestratorem 1API za ok. 10 mln euro. W momencie przejęcia 1API obsługiwał ~760 tys. domen globalnych (gTLD), a cała platforma HEXONET miała ~3,8 mln domen pod swoją opieką. Integracja z CentralNic wzmocniła globalny zasięg 1API – grupa ta posiada wiele marek związanych z domenami (np. OnlyDomains, Key-Systems itp.), a 1API pełni rolę **technicznego back-endu rejestracyjnego** dla licznych resellerów i partnerów na świecie.

Klientela i rejestracje domen kontrowersyjnych lub dezinformacyjnych

Jednym z powodów zainteresowania 1API GmbH są przypadki rejestracji za jej pośrednictwem domen powiązanych z **kontrowersyjnymi treściami, polityką lub dezinformacją**. W branżowych analizach dotyczących nadużyć domenowych 1API pojawia się jako rejestrator często wykorzystywany przez podejrzanych klientów. Na przykład w raporcie **Artists Against 419** dotyczącym phishingu i oszustw finansowych, 1API znalazł się w pierwszej piątce rejestratorów pod względem liczby zidentyfikowanych złośliwych domen w 2023 roku (odnotowano **269 domen użytych do celów malicious** w ciągu roku). Wysoka obecność w tego typu statystykach sugeruje, że przestępcy i oszuści internetowi stosunkowo często rejestrowali swoje domeny poprzez platformę 1API.

Kontrowersje dotyczą także **obsługi domen naruszających prawo autorskie i pirackich**. Motion Picture Association w oficjalnym stanowisku (skierowanym do władz USA w kontekście raportu **USTR Notorious Markets**) wprost wskazała kilka niemieckich rejestratorów – w szczególności Key-Systems oraz 1API – jako „*niechętne do współpracy*” w zwalczaniu piractwa. MPA stwierdziła, że takie firmy de facto tworzą **bezpieczną przystań dla domen łamiących prawo**, w tym działających pod szyldem **The Pirate Bay**. Innymi słowy, zarzuca się 1API brak stanowczych działań wobec domen serwisów pirackich i opieszałość we współpracy z właścicielami praw czy regulatorami.

W przestrzeni publicznej 1API ma też pewną reputację rejestratora obsługującego „**podejrzane**” strony. Przykładowo, jeden z polskich serwisów śledczych zauważył, że 1API GmbH ma „*powszechną opinię spółki skłonnej do rejestrowania różnych podejrzanych i oszukańczych stron*” (serwis odnotował nawet skrajnie niską ocenę 1,1/5 w opiniach Google). Choć pojedyncza ocena internetowa nie stanowi dowodu, takie postrzeganie zbiega się z opisanymi wyżej uwagami branżowymi na temat klientów 1API.

Wśród konkretnych **domen i serwisów internetowych** z budzącą kontrowersję zawartością, które były zarejestrowane poprzez 1API, można wymienić m.in.:

Voice of Europe – znany serwis publikujący prokremlowską propagandę i dezinformację w Europie. Po tym, gdy jego wcześniejsza działalność została zawieszona, w 2024 r. strona reaktywowała się na nowym hostingu (w Kazachstanie) i ustalono, że domena *voiceofeurope.com* jest zarejestrowana właśnie przez 1API (WHOIS wskazywał registrar 1API/Hexonet). Serwis ten był powiązany z aferami korupcyjnymi w Parlamencie Europejskim i szerzeniem rosyjskiej narracji, co czyni fakt obsługi jego domeny przez europejskiego rejestratora istotnym z punktu widzenia **ryzyka reputacyjnego**.

Sieć stron pseudo-medialnych tworzonych przez **EU Reporter/EU Today** – grupa anglojęzycznych portali internetowych kierowanych przez brytyjskiego lobbystę Colina Stevensa, które publikowały treści zgodne z narracją prokremlowską (np. w kontekście wyborów w Mołdawii w 2024 r.). Analiza Atlantic Council wykazała, że część domen z tej sieci była rejestrowana u różnych operatorów; jedna z nich – *Globo di Roma (globodiroma.it)* – została zarejestrowana właśnie poprzez 1API. Domenę tę powiązano personalnie z Colinem Stevenssem (w WHOIS figurował jako rejestrujący), co pokazuje że 1API obsługiwało klientelę zaangażowaną w **propagandowe projekty polityczne** na skalę międzynarodową.

Domena *sputniknews.africa* – oficjalny portal propagandowy **Sputnik** skierowany do odbiorców w Afryce – również została zarejestrowana za pośrednictwem 1API. Jest to istotne o tyle, że Sputnik (rosyjski państwowy nadawca) po wybuchu wojny na Ukrainie został zablokowany na terenie UE w swoich głównych domenach (.com, .ru itp.), w efekcie czego uruchomił nowe adresy regionalne. Fakt, że nowy afrykański portal Sputnika funkcjonuje pod domeną utrzymywaną przez niemieckiego rejestratora, wywoływał pytania o **mechanizmy nadzoru** nad tego typu przypadkami.

Powiązania z rosyjskimi operacjami wpływu i dezinformacji

Szczególnie mocno 1API GmbH pojawia się w kontekście wykorzystywania jej usług przez kampanie dezinformacyjne powiązane z **Rosją**. W 2022–2024 r. wykryto szereg zorganizowanych operacji informacyjnych, w których rejestrowano dziesiątki domen podszywających się pod media lub organizacje – wiele z nich obsłużył właśnie 1API.

Najgłośniejszym przykładem jest operacja znana jako „**Doppelganger**”, prowadzona przez podmioty powiązane z rosyjskim wywiadem wojskowym (GRU). Jej celem było rozsiewanie fałszywych artykułów stylizowanych na zachodnie media (m.in. klony stron *Der Spiegel*, *Guardian*, *Welt*), aby osłabić poparcie dla Ukrainy i wpływać na opinię publiczną w krajach zachodnich. We wrześniu 2024 amerykański Departament Sprawiedliwości przejął 32 domeny należące do tej kampanii. W reakcji **rosyjscy operatorzy kampanii zarejestrowali nowe strony u innego usługodawcy – wybrali niemiecką firmę 1API GmbH z Saary**. Dziennikarze śledczy z Correctiv ustalili, że co najmniej 28 nowych adresów powiązanych z Doppelgangerem zostało zarejestrowanych poprzez 1API, dzięki czemu propaganda znów była dostępna (aż do listopada 2024). Po nagłośnieniu sprawy **1API zareagowała** – przedstawiciel firmy przekazał mediom, że wskazane domeny zostały „*zablokowane po krótkiej weryfikacji z powodu naruszenia regulaminu*”. Oznacza to, że rejestrator, dowiedziawszy się o nadużyciu, zamknął konta związane z rosyjską kampanią (choć dopiero *post factum*, na skutek zewnętrznej interwencji).

Kampania Doppelganger to nie jedyny przypadek. Również inne rosyjskie operacje informacyjne korzystały z usług 1API w okresie poprzedzającym kluczowe wydarzenia polityczne:

Przed wyborami w USA w 2024 r. zaobserwowano sieć fałszywych stron udających lokalne serwisy informacyjne w stanach „swing states” oraz strony z teoriami spiskowymi. Przykładowo, domena **Electionwatch.io** (stworzona w lipcu 2024) została zarejestrowana poprzez 1API i od razu otrzymała maksymalny wynik ryzyka w ocenie DomainTools (ryzyko 100/100). Podobnie inna domena z tej sieci – **Spicyconspiracy.io** – również zarejestrowana 13 lipca 2024 r. u tego samego niemieckiego rejestratora, służyła do szerzenia dezinformacji wyborczych. Obie te strony według analityków były elementem szerszej operacji wpływu (powiązanej z rosyjskimi narracjami), wymierzonej w proces wyborczy w Stanach Zjednoczonych.

Wspomniana wyżej domena **sputniknews.africa** to kolejny przykład bezpośredniego powiązania z rosyjską infosferą. Ta strona – będąca oficjalnym rosyjskim portalem propagandowym na Afrykę – **została zarejestrowana w 2023 r. poprzez 1AP**. Warto dodać, że ten fakt został odnotowany m.in. w polskich mediach w kontekście analiz wpływu rosyjskiej dezinformacji na różne regiony świata.

Podsumowując, **1API stała się jednym z narzędzi wykorzystywanych przez rosyjskie operacje informacyjne** do masowego zakładania nowych domen „podszywających się” pod wiarygodne źródła lub tworzenia pozornie niezależnych portali propagandowych. Nie wynika to z oficjalnej współpracy firmy z takimi klientami, lecz raczej z tego, że rejestrator ten umożliwia szybkie rejestrowanie wielu domen i – zdaniem krytyków – nie zawsze skutecznie filtruje lub reaguje na nadużycia, dopóki nie zostaną one zgłoszone.

Kontrowersje, nadzór i działania regulatorów

W świetle powyższych faktów, działalność 1API GmbH zwróciła uwagę zarówno mediów, jak i niektórych podmiotów branżowych, lecz jak dotąd **nie odnotowano publicznie poważnych sankcji regulacyjnych** wobec tej firmy. **ICANN** – międzynarodowy organ akredytujący rejestratorów – wymaga od takich firm przeciwdziałania nadużyciom (DNS abuse), jednak w dostępnych rejestrach brak informacji, by ICANN oficjalnie upominał lub karał 1API za niewywiązywanie się z obowiązków. 1API uczestniczy w standardowych procedurach (np. UDRP w sporach domenowych) i publikuje na swojej stronie warunki usług oraz kontakt do działu nadużyć, co sugeruje formalną zgodność z wymogami.

Z drugiej strony, **organizacje branżowe i monitorujące nadużycia** kilkakrotnie piętnowały 1API. Wspomniany raport AA419 wykazał relatywnie dużą skalę działania cyberprzestępców na domenach zarejestrowanych w 1API, zaś Motion Picture Association uznała 1API za rejestratora „niekooperatywnego” w zwalczaniu piractwa. Tego typu opinie, choć nie są decyzjami regulatorów, mogą wpływać na reputację firmy i potencjalnie przyciągać uwagę instytucji nadzorczych.

W Niemczech kwestie nazw domen (poza krajowym .de) nie podlegają bezpośrednio regulacji rządowej, lecz działalność rejestratorów może być monitorowana pod kątem zgodności z prawem (np. przez **Federalny Urząd ds. Bezpieczeństwa Informacji – BSI – w kontekście bezpieczeństwa teleinformatycznego**). Na ten moment brak doniesień, by niemiecki organ ds. cyfryzacji lub bezpieczeństwa podejmował oficjalne działania przeciw 1API. Można jednak przypuszczać, że **nagłośnienie medialne** – zwłaszcza dotyczące rosyjskiej dezinformacji wykorzystującej infrastrukturę niemieckich firm – wywiera pewną presję również na władze. Przykładem jest tu sprawa kampanii Doppelganger: po publikacjach CORRECTIV niemiecka firma hostingowa Hetzner od razu wypowiedziała umowę klientowi powiązanemu z tą kampanią a 1API zamknęła dostęp do domen propagandowych. To pokazuje, że firmy te reagują na zgłoszenia, starając się uniknąć zarzutu **przyzwolenia na nadużycia**.

4. Organizacja „KFT” (ul. Ciasna 4–6, Warszawa) – powiązania z Adamem Ficsorem i mikrotargeting

Tajemniczy abonent domen, określony jako „**KFT.**”, zdaje się być kluczowym elementem układanki. Skrót ten może odnosić się do firmy typu **Kft (odpowiednik sp. z o.o.) z Węgier**. Wskazuje na to **numer telefonu z kierunkowym +36 (Węgry) podany przy rejestracji domen**. Węgierski trop nabiera znaczenia w kontekście osoby **Ádáma Ficsora** – byłego węgierskiego polityka, który po karierze rządowej zajął się właśnie **działalnością w branży analizy danych i mikrotargetowania kampanii politycznych**.

Adam Ficsor – ur. 1980, polityk węgierski, w 2009 r. minister ds. służb specjalnych w rządzie premiera Gyurcsányego/Bajnaja. Po odejściu z polityki współtworzył on grupę spółek **Datadat** specjalizujących się w cyfrowych kampaniach politycznych i precyzyjnym targetowaniu przekazów wyborczych. Według śledztwa Átlátszó, **Ficsor wraz z b. premierem Gordonem Bajnaim i innymi założył firmę Datadat, która prowadziła zakrojoną na szeroką skalę kampanię reklam politycznych na Facebooku podczas wyborów samorządowych na Węgrzech w 2019**. Kampania ta (m.in. poprzez portal *Ezalenyeg.hu*) polegała na masowym sponsorowaniu celowanych przekazów do określonych grup wyborców i przyczyniła się do sukcesów opozycji w Budapeszcie i innych miastach. Innymi słowy, Ficsor posiada know-how w zakresie tworzenia **anonimowych stron agitacyjnych, które za pomocą dużych budżetów reklamowych wpływają na opinię publiczną**.

Wiele wskazuje na to, że **podmiot „KFT” może być powiązany z siecią Ficsora i spółek Datadat**. Być może jest to jakaś spółka-córka albo operacyjny zespół ulokowany w Polsce (stąd adres w Warszawie), który obsługuje kampanię „Wiesz Jak Nie Jest/Stół Dorosłych”. Sam fakt, że polskie domeny zostały zarejestrowane na węgierskiego abonenta, sugeruje udział zagranicznej firmy specjalizującej się w takich działaniach.

Potwierdzeniem węgierskiego śladu jest również to, że **numer telefonu +36 302999353** podany przy rejestracji domen może należeć do kogoś z kręgu Datadat (to numer komórkowy na Węgrzech). Warto dodać, że podobne techniki kampanijne jak obserwowane w Polsce w 2025 były stosowane na Węgrzech w poprzednich latach, co opisywały media – wykorzystywano nieoficjalne strony i fundacje do omijania limitów kampanijnych i uderzania w konkurentów.

Reasumując, **organizacja „KFT” z ul. Ciasnej 4–6 prawdopodobnie jest przykrywką dla zagranicznego zespołu specjalistów od reklamy politycznej online**. Wszystko wskazuje na powiązania z **Ádámem Ficsorem** i jego przedsięwzięciami (Datadat, ewentualnie współpraca z DataPraxis czy innymi firmami analitycznymi) – choć bez wglądu w dokumenty rejestrowe nie możemy podać dokładnej nazwy spółki. Ten wątek wymaga dalszego zbadania, ale **kierunek wskazuje na międzynarodowy transfer know-how kampanijnego na rzecz polskiej kampanii prezydenckiej 2025**. Więcej na ten temat w odrębnym segmencie raportu.

5. Analiza możliwych naruszeń Kodeksu Wyborczego (art. 496, 506, 507)

Opisana sytuacja budzi poważne wątpliwości natury prawnej. Polski **Kodeks wyborczy** jasno precyzuje, kto i w jaki sposób może prowadzić kampanię wyborczą oraz skąd mogą pochodzić fundusze:

Wyłączność komitetów wyborczych: Zgodnie z art. 84 §1 oraz art. 126 Kodeksu wyborczego, **kampanię na rzecz kandydata może prowadzić wyłącznie jego zarejestrowany komitet wyborczy** i to komitet pokrywa wszelkie wydatki kampanijne ze swojego funduszu. Działania promocyjne prowadzone przez inne podmioty (osoby, stowarzyszenia, fundacje itp.) w celu obejścia limitów lub ograniczeń komitetów **naruszają zasady finansowania kampanii** i mogą zostać uznane za *nielegalne świadczenia niepieniężne na rzecz komitetu* (co jest złamaniem m.in. art. 132 §5 KW). W naszej sprawie widać wyraźnie, że opisywane podmioty nie są komitetami, a prowadzą agitację na ogromną skalę – co może stanowić obejście przepisów.

Oznaczenie materiałów wyborczych (art. 496 KW): Artykuł 496 Kodeksu stanowi, że **kto w związku z wyborami nie umieszcza na materiale wyborczym wyraźnego oznaczenia komitetu wyborczego, popełnia wykroczenie** (zagrożone grzywną). PKW wyraźnie podkreśla, że dotyczy to również materiałów publikowanych w internecie – postów, grafik, reklam na Facebooku itp., jeśli są to przekazy wyborcze od komitetu. Tymczasem reklamy stron „Wiesz Jak Nie Jest” czy „Stół Dorosłych” **w ogóle nie zawierały informacji od jakiego komitetu pochodzą** – celowo stwarzano wrażenie, że to oddolna akcja społeczna. Jest to klasyczny przykład naruszenia art. 496 KW. **Brak oznaczeń komitetu** uniemożliwia też kontrolę, czy wydatki te zostały uwzględnione w sprawozdaniu finansowym jakiegoś komitetu (co zapewne nie miało miejsca).

Jawność i transparentność finansowania (art. 506 KW): Artykuł 506 kodeksu mówi o obowiązku jawności i przejrzystości finansów komitetu wyborczego. W kontekście zarzutów PiS, powołano się właśnie na art. 506 jako przepis złamany przez fundację TGJW. Komitet Rafała Trzaskowskiego oficjalnie nie wykazuje tych ogromnych kwot wydatkowanych na jego rzecz (bo formalnie to nie on je wydaje). Jeśli jednak w rzeczywistości kampania Trzaskowskiego korzysta z dodatkowych, ukrytych źródeł (darowizny przez fundacje i niezgłoszone wydatki reklamowe), to **zasada transparentności finansowej kampanii została naruszona**. W praktyce oznacza to, że wyborcy i organy nadzoru (PKW) zostali pozbawieni informacji, kto finansuje część kampanii kandydata.

Przyjmowanie niedozwolonych korzyści (art. 507 KW): Art. 507 penalizuje **przyjmowanie przez komitet wyborczy korzyści finansowych pochodzących z niedozwolonych źródeł lub niezgodnie z przepisami**. W polskim prawie finansowania kampanii obowiązuje zasada, że **partie i komitety nie mogą korzystać z funduszy od podmiotów prawnych (np. spółek, fundacji firm)** –

dozwolone są tylko wpłaty od obywateli do pewnego limitu. Tymczasem w naszym przypadku **kampania de facto była finansowana przez fundację zasilaną pieniędzmi spółek Skarbu Państwa oraz dużych biznesmenów**. Gdyby dowieść, że było to skoordynowane z komitetem Trzaskowskiego (nawet milcząco), można uznać, że komitet przyjął niedozwolone wsparcie. Posłowie PiS wprost wskazali art. 507 KW w swoim zawiadomieniu, argumentując że mamy do czynienia z *„przyjmowaniem niedozwolonych korzyści przez komitet wyborczy”*. Jeśli prokuratura lub PKW uzna te argumenty, konsekwencje mogą być poważne – od grzywnien, poprzez przepadek środków, aż po nawet unieważnienie wyboru (gdyby uznano, że skala naruszeń mogła wypaczyć wynik).

Warto dodać, że Państwowa Komisja Wyborcza już kilka lat temu ostrzegła, iż **internet nie jest wolną strefą poza prawem wyborczym**. W stanowisku z 2018 r. PKW podkreślała, że **wszelkie agitacyjne profile i strony w mediach społecznościowych podlegają tym samym rygorom oznaczenia i rozliczenia co tradycyjne ulotki czy plakaty**. Mimo to, luki w przepisach (brak szczegółowej regulacji dla Facebooka, brak obowiązku zgłaszania wydatków przez podmioty trzecie) są wykorzystywane. Omawiana sytuacja jest **próbą obejścia prawa wyborczego**..

Podsumowując, **istnieją mocne podstawy prawne, by uznać działania stron „Wiesz Jak Nie Jest”, „Stół Dorosłych” i fundacji „Twój Głos Jest Ważny” za potencjalnie niezgodne z prawem wyborczym**. W grę wchodzi co najmniej wykroczenia z art. 496 KW (nieoznaczona agitacja) oraz – potencjalnie – przestępstwa z art. 506 i 507 KW (ukryte finansowanie kampanii).

6. Zestawienie powiązań personalnych, firmowych i organizacyjnych

Poniżej przedstawiamy tabelę podsumowującą kluczowe podmioty i osoby pojawiające się w tym raporcie, wraz z opisem ich powiązań:

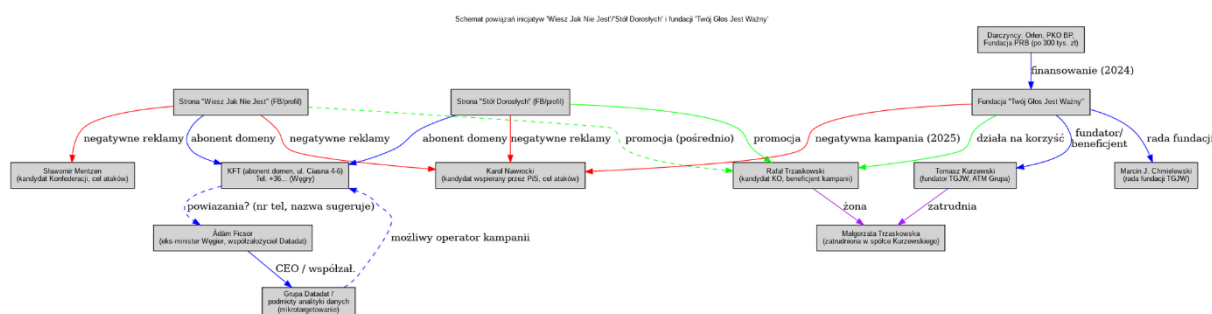
Podmiot	Powiązania i rola w opisywanej sieci
„Wiesz Jak Nie Jest” (profil FB, strona www)	Anonimowa inicjatywa internetowa utworzona pod koniec marca 2025 r. w celu prowadzenia kampanii politycznej poza komitetami wyborczymi. Strona www i profil FB publikowały negatywne materiały o S. Mentzenie i K. Nawrockim, promując narrację korzystną dla R. Trzaskowskiego. Wydatki na reklamy: ~185 tys. zł w okresie 29.04–6.05.2025 (łącznie setki tys. zł). Dane rejestrowe domeny: abonent „KFT.” (ul. Ciasna 4–6, Warszawa), ten sam nr tel. co „Stół Dorosłych”. Brak oznaczeń komitetu na materiałach (potencjalne naruszenie art. 496 KW).
„Stół Dorosłych” (profil FB, strona www)	Bliźniacza inicjatywa do powyższej, również uruchomiona na przełomie marca i kwietnia 2025. Publikowała treści polityczne o podobnym stylu – atakujące konkurentów Trzaskowskiego, zwłaszcza K. Nawrockiego, oraz wspierające Trzaskowskiego . Wydatki na reklamy: ok. 74 tys. zł do 6.05.2025 (Matecki podawał ~39 tys. zł w 7 dni). Rejestracja: identyczny abonent co wyżej (KFT), ta sama infolinia. Strona www (stoldoroslych.pl) podaje fikcyjny adres ul. Cygańska 98. Brak jawnych informacji o organizatorach.
KFT (firma abonent, ul. Ciasna 4–6)	Nieznana z nazwy pełnej organizacja zarejestrowana jako abonent domen <i>wieszjakniejest.pl</i> i <i>stoldoroslych.pl</i> . Utworzenie domen: 28.03.2025 (WieszJakNieJest) i ok. 30.03.2025 (StółDorosłych). Dane kontaktowe: adres w Warszawie, tel. +36... (Węgry). Charakter: prawdopodobnie spółka zagraniczna (węgierska typu Kft) wynajęta do prowadzenia operacji marketingu politycznego. Możliwe powiązanie z siecią firm Datadat (specjalistów od mikrotargetingu kampanii) założoną przez Á. Ficsora. KFT pełni tu rolę techniczną/operacyjną – zarządza stronami, zakupem reklam, pozostając formalnie poza polskim systemem prawnym.
Ádám Ficsor (Węgry)	Były węgierski minister (szef służb specjalnych w 2009), następnie strateg danych i kampanii politycznych . Współzałożyciel firmy Datadat Professional Kft. i powiązanych spółek, zajmujących się cyfrowym marketingiem politycznym (w tym prowadzeniem ukierunkowanych kampanii w social media). Powiązanie z PL: numer tel. abonenta i nazwa „KFT” sugerują, że ludzie Ficsora mogli

Podmiot	Powiązania i rola w opisywanej sieci
	uczestniczyć w organizacji kampanii „Wiesz Jak Nie Jest” jako dostawcy technologii i know-how. Ficsor to postać łącząca węgierskie doświadczenia z potencjalnym wsparciem dla opozycji w PL (jego firma pracowała dla opozycji w różnych krajach Europy).
Fundacja „Twój Głos Jest Ważny” (TGJW)	Fundacja zarejestrowana we Wrocławiu (KRS: 0000792556) – z założenia akcja profrekwencyjna, w praktyce prowadząca <i>kampanię negatywną</i> wobec polityków obozu rządzącego (2023: m.in. anty-PiS, 2025: anty-Nawrocki) Działania: produkcja licznych krótkich filmów satyryczno-politycznych (YouTube, Facebook) oraz ich promocja reklamowa. Np. w tygodniu końca kwietnia 2025 fundacja wydała ~33,7 tys. zł na reklamy polityczne na Facebooku. Finansowanie: hojnie dofinansowana z darowizn dużych podmiotów – m.in. w 2024 otrzymała 900 tys. zł (Orlen 300 tys. zł, PKO BP 300 tys. zł, Fundacja PRB 300 tys. zł). Aktywnie działała już przed wyborami '23 (kampania pełna kontrowersji, określana przez PiS jako „brutalna, hejterska”). Formalnie niezależna od partii, lecz jej przekaz służył konkretnym siłom politycznym (Koalicji Obywatelskiej).
Tomasz Kurzewski	Przedsiębiorca medialny, fundator i beneficjent rzeczywisty fundacji TGJW. Właściciel większościowy spółki ATM Grupa SA (dużej firmy produkcji telewizyjnej). Powiązania polityczne: ATM (poprzez zależną Echo24) realizowała kampanijne zlecenia dla KO (produkcja spotów). Kurzewski jest określany jako inicjator kampanii TGJW; według TV Republika to on odpowiada za internetową kampanię czarnego PR wymierzoną w Nawrockiego , przy jednoczesnym zatrudnianiu osób z otoczenia Trzaskowskiego. Jego rola: zapewnienie zasobów (finansowych, organizacyjnych) dla fundacji pozorującej oddolne działania.
Marcin Jerzy Chmielewski	Członek Rady Fundacji TGJW. Związany z branżą medialną – wymieniany jako współpracownik ATM Grupa/Echo24. Jego obecność wskazuje na związek fundacji z profesjonalnym zapleczem produkcyjnym KO. Prawdopodobnie odpowiada za stronę kreatywną realizowanych kampanii (produkcja filmików internetowych, memów itp.).

Podmiot	Powiązania i rola w opisywanej sieci
Darczyńcy fundacji TGJW	Fundacja ORLEN (spółka paliwowa Skarbu Państwa) – 300 tys. zł darowizny w 2024; Fundacja PKO BP (bank z udziałem SP) – 300 tys. zł; Fundacja Polskiej Rady Biznesu – 300 tys. zł. Ponadto, według posłów PiS, także KGHM i Pekao miały wesprzeć TGJW (kwoty niejawne). Te podmioty formalnie finansowały akcje „profrekwencyjne”, co budzi kontrowersje, bo fundacja wykorzystwała środki do prowadzenia faktycznej kampanii politycznej.
Rafał Trzaskowski (kandydat KO)	Prezydent Warszawy, kandydat prezydenckich 2025. Beneficjent opisaney sieci – cała działalność stron WieszJakNieJest/StółDorosłych oraz fundacji TGJW de facto sprzyjała jego kandydaturze (promowanie jego osoby lub odstraszenie od konkurentów). Oficjalnie Trzaskowski odcinał się od tych inicjatyw, nazywając je oddolnymi. Dodatkowo, prywatnie powiązany przez żonę z T. Kurzewskim (fundatorem TGJW)
Karol Nawrocki (kandydat obywatelski)	Prezes IPN, kandydat obywatelski w wyborach prezydenckich 2025. Główny cel ataków prowadzonych przez opisywane podmioty – w materiałach przedstawiany negatywnie, personalnie dyskredytowany (np. insynuacje kryminalnych powiązań). Kampania wymierzona w Nawrockiego była prowadzona poza oficjalnym komitetem (co PiS określił jako nielegalne finansowanie kontrkampanii). W odpowiedzi sztab Nawrockiego również stosował działania w internecie (np. akcja „Wybierz Świadomie” finansowana przez jego komitet), ale te były oznaczone i jawne.
Sławomir Mentzen (kandydat Konfederacji)	Lider partii Konfederacja, kandydat w wyborach. Również obiekt ataków strony „Wiesz Jak Nie Jest” – zwłaszcza w kontekście światopoglądowym (prawa kobiet, ośmieszanie jako „niekompetentny ekstremista” w przekazach video) Ataki na Mentzena miały na celu zniechęcić część wyborców (np. młode kobiety) do głosowania na niego, co pośrednio miało pomagać Trzaskowskiemu w ewentualnej II turze.
Małgorzata Trzaskowska	Żona Rafała Trzaskowskiego. Zatrudniona od 2021 r. w jednej ze spółek Tomasza Kurzewskiego (prawdopodobnie w ATM Grupa lub podmiocie powiązanym). Jej rola w kampanii jest czysto personalna, ale fakt zatrudnienia pokazuje bliskie relacje między rodziną kandydata a osobami organizującymi fundację TGJW.

7. Mapa relacji sieci powiązań

Dla lepszego zilustrowania zależności między omawianymi podmiotami, przygotowano poniższy schemat relacji. Przedstawia on dwa przenikające się segmenty – pierwszy związany z anonimowymi stronami internetowymi i ich zagranicznym zapleczem (kolor niebieski – powiązania organizacyjne, czerwony – ataki/negatywne działania, zielony – promowanie/wsparcie), drugi związany z fundacją TGJW i powiązaniami finansowo-personalnymi w kraju (fioletowy – powiązania personalne, niebieski – organizacyjno-finansowe). Strzałki zielone oznaczają działanie na korzyść danego aktora, czerwone – działanie przeciw (oczekanie). Schemat uwzględnia kluczowe elementy omówione w raporcie (w załączeniu w większym rozmiarze):



Jak wynika z powyższego schematu, na pozór odrębne byty (anonimowe strony internetowe oraz fundacja profrekwencyjna) tworzą **spójną sieć politycznego wpływu**. Za pośrednictwem **międzynarodowego zaplecza technologicznego** (firma KFT z węgierskim powiązaniem – prawdopodobnie Datadot) oraz **krajowego zaplecza finansowo-medialnego** (fundacja Kurzeńskiego zasilana przez duże fundacje i spółki), prowadzono szeroko zakrojoną kampanię wspierającą jednego kandydata poza oficjalnymi kanałami. Wszystkie opisane w raporcie informacje opierają się na wiarygodnych źródłach – dokumentach rejestrowych (WHOIS, dane KRS), danych z bibliotek reklam (Meta Ads), oraz śledczych publikacjach medialnych. **Całość zebranych faktów wskazuje na wysokie prawdopodobieństwo istnienia nieformalnej struktury kampanijnej, działającej równolegle do oficjalnych sztabów i wykorzystującej luki prawne do wpływania na wynik wyborów.**

Potencjalne powiązania Ficsora, Datadat, DataPraxis i kampanii „Wiesz Jak Nie Jest” – raport weryfikacyjny

1. Kim jest Ádám Ficsor? Powiązania z firmami DatAdat i DataPraxis

Ádám Ficsor to były węgierski polityk, w 2009 r. pełnił funkcję ministra odpowiedzialnego za cywilne służby specjalne w rządzie premiera Gordona Bajnaia. Po odejściu z polityki Ficsor zaangażował się w działalność doradczo-analityczną w obszarze kampanii politycznych. Wraz z Bajnaiem oraz kilkoma innymi osobami z kręgu węgierskiej opozycji utworzył grupę spółek **DatAdat**, specjalizujących się w **mikrotargetowaniu** wyborców, Big Data i cyfrowym marketingu politycznym. Do grupy tej należą m.in.:

- **DatAdat Professional Kft.** (Węgry) – główna spółka operacyjna zajmująca się projektami politycznymi;
- **Datalyze Research Kft.** i **DatAdat HR Kft.** (Węgry) – spółki zależne DatAdat, np. do analiz i rekrutacji;
- **DatAdat OÜ** (Estonia) – spółka zarejestrowana w Estonii;
- **DataPraxis OÜ** (Estonia) – druga spółka w Estonii powiązana z DatAdat;
- **Datad.at** (Austria) – oddział austriacki z siedzibą w Wiedniu.

Ádám Ficsor jest **dyrektorem zarządzającym i współwłaścicielem** DatAdat Professional Kft., w której 10% udziałów ma również były premier Gordon Bajnai. Ficsor figuruje też jako dyrektor estońskiej spółki DatAdat OÜ. Jego bliski współpracownik **Viktor Szigetvári** (były szef kancelarii premiera Bajnaia) współzakładał natomiast **DataPraxis OÜ** w Estonii. Ta ostatnia nazwa – **DataPraxis** – funkcjonuje również jako marka firmy doradczej operującej w całej Europie, kierowanej przez brytyjskiego eksperta **Paula Hildera**. Co ciekawe, Hilder jest znanym progresywnym działaczem i współzałożycielem portalu **openDemocracy**, a obecnie pełni funkcję CEO DataPraxis.

DatAdat i **DataPraxis** ściśle ze sobą współpracują, tworząc międzynarodową sieć specjalistów od kampanii digitalowych. W spółkach tych zatrudniono zarówno węgierskich polityków opozycji (jak Ficsor, Szigetvári), jak i ekspertów z USA oraz Europy Zachodniej. Przykładowo, estońska DataPraxis OÜ ma w kierownictwie

Marka Steitza (strateg Partii Demokratycznej USA, twórca systemu targetowania w kampanii Billa Clintona 1992) oraz **Laure Quinn** (doradczynię Joe Bidena i Ala Gore'a). Z kolei austriacki oddział DatAdat (datad.at) zatrudniał **Patricka Franka** – wcześniej związanego z platformą ActBlue i kampanią Obamy – oraz **Benjy'ego Cooka** (byłego szefa technologii Democrats Abroad). Takie nazwiska świadczą o powiązaniu sieci Ficsora z szerokim **międzynarodowym zapleczem doradców** politycznych nurtu centrolewicowego i progresywnego.

Podsumowując, Ádám Ficsor od kilku lat **współpracuje ściśle z firmami DatAdat i DataPraxis**, będąc jednym z liderów tej grupy. Jest to sieć wyspecjalizowana w mikrotargetowaniu politycznym, obsługująca kampanie na Węgrzech i za granicą. W tym kontekście zarejestrowanie polskiej domeny przez podmiot „KFT.” powiązany z Ficsorem wskazuje, że **kampania „Wiesz Jak Nie Jest” korzysta z know-how właśnie tej międzynarodowej sieci DatAdat/DataPraxis.**

2. Działalność DatAdat/DataPraxis w Polsce i poza oficjalnymi strukturami kampanijnymi

Charakterystyka kampanii „**Wiesz Jak Nie Jest**” – znaczne wydatki na reklamy w mediach społecznościowych przy jednoczesnym braku oficjalnego komitetu wyborczego – pasuje do modus operandi grupy DatAdat. Z opublikowanych danych Meta wynika, że profil *Wiesz Jak Nie Jest* od końca marca do maja 2025 wydał setki tysięcy złotych na sponsorowane treści polityczne, atakujące kandydatów opozycyjnych wobec Rafała Trzaskowskiego (m.in. Karola Nawrockiego i Sławomira Mentzena). Podobnie profil *Stół Dorosłych* wydawał dziesiątki tysięcy zł na promocję Trzaskowskiego. Te działania odbywały się **poza oficjalnym budżetem komitetu wyborczego** kandydata, co rodzi podejrzenia o nielegalne finansowanie kampanii z ukrytych źródeł.

Sieć Ficsora (DatAdat) specjalizuje się właśnie w takich operacjach – prowadzeniu kampanii „z cienia” poprzez strony trzecie, fundacje czy anonimowe inicjatywy internetowe. Przykład stanowi Węgry, gdzie w 2019 r. ta grupa uruchomiła portal **Ezalenyeg.hu**, publikujący treści wymierzone w rządzącą partię (Fidesz), a następnie masowo promował je poprzez Facebook za około 68,3 mln forintów. Átlátszó (węgierski portal śledczy) ustalił, że to właśnie zespół DatAdat odpowiadał za targetowanie reklam Ezalenyeg.hu do odpowiednich grup wyborców. Co więcej, DatAdat formalnie figurował jako podmiot przetwarzający dane na stronach opozycyjnych kandydatów i inicjatyw – czyli działał poza oficjalnymi strukturami partyjnymi, choć na ich rzecz. W 2021 r. z pomocy tej grupy korzystał również opozycyjny kandydat na premiera Péter Márki-Zay – przyznał on, że **Bajnai i Ficsor „pracują przy jego kampanii”**, choć początkowo zaprzeczał by finansowali ją bezpośrednio. Później wyszło na jaw, że spółka **DatAdat Professional Kft.** opłacała niektóre rachunki związane z kampanią Márki-Zaya (np. za spotkanie wyborcze. To pokazało, że granica między wsparciem „technicznym” a finansowaniem bywa w ich działaniach zatarta, co również na Węgrzech wzbudziło kontrowersje prawne (potencjalne obejście limitów finansowania kampanii).

Na arenie międzynarodowej DatAdat chwali się aktywnością w wielu krajach. Sam Ádám Ficsor w nagranej rozmowie (ujawnionej przez Index.hu) stwierdził, że **pracują równolegle „w 12 krajach” nad różnymi kampaniami**. Z kontekstu wynika, że chodzi m.in. o państwa bałkańskie i Europy Zachodniej. Według medialnych doniesień, specjaliści DatAdat pomagali np. w kampaniach w **Bułgarii i Macedonii Północnej**, a także przy wyborach samorządowych w Niemczech – przypisuje im się wsparcie kampanii niemieckich Zielonych, która przyczyniła się do odsunięcia od władzy chadeków (CDU/CSU). Ficsor mówił też o sukcesach DatAdat w wyborach samorządowych na Węgrzech (2019), gdzie współpracowali z 12 kandydatami na burmistrzów – wszyscy wygrali swoje miasta.

Biorąc to wszystko pod uwagę, można **potwierdzić, że firmy DatAdat/DataPraxis prowadzą działalność wykraczającą poza oficjalne struktury kampanii**. Wykorzystują do tego celu zewnętrzne podmioty (fundacje, strony internetowe, profile social media) finansowane z nieujawnionych środków, by omijać ograniczenia prawne i tworzyć wrażenie oddolnych inicjatyw. Kampania „*Wiesz Jak Nie Jest*” w Polsce nosi wszystkie cechy takiej operacji. Co więcej, twarde dane – rejestracja domeny na podmiot powiązany z DatAdat – wskazują, że **sieć Ficsora faktycznie była tu zaangażowana**. Oznaczałoby to zagraniczną ingerencję w kampanię wyborczą w Polsce, potencjalnie **niezgodną z polskim prawem wyborczym** (które zabrania finansowania kampanii przez cudzoziemców).

3. Powiązania z Georgem Sorosem, Open Society Foundations i innymi organizacjami progresywnymi

Sieć DatAdat/DataPraxis jest silnie powiązana z **międzynarodowymi progresywnymi kręgami**, w tym z instytucjami kojarzonymi z Georgem Sorosem i jego fundacjami. Warto prześledzić te zależności:

Gordon Bajnai – były premier Węgier, partner Ficsora w biznesie – jest członkiem Rady European Council on Foreign Relations (**ECFR**), wpływowego think-tanku założonego m.in. przez Sorosa. W Radzie ECFR zasiadają także m.in. **George Soros** jego syn **Alexander Soros** oraz kandydat na Prezydenta RP **Rafał Trzaskowski**, a także czołowi politycy opozycji węgierskiej (Klára Dobrev – żona Gyurcsány). Z dokumentów wynika, że w latach 2016–2021 **Open Society Foundations (OSF)** przekazały ECFR około **12 mln dolarów** dotacji (w większości jako granty operacyjne na działalność ogólną, a nie konkretny projekt). Tym samym Bajnai – a pośrednio i Ficsor – działają w orbicie organizacji hojnie finansowanej przez Sorosa. Co więcej, **firma Bajnaia ściśle współpracuje z ECFR** przy różnych projektach badawczych.

DataPraxis OÜ (Estonia) – ta spółka Ficsora/Szigetváriego **wielokrotnie realizowała wspólne projekty z ECFR**. Celem tych przedsięwzięć było pogłębione zrozumienie nastrojów społeczno-politycznych w Europie, przy wykorzystaniu narzędzi technologicznych i analitycznych DatAdat. Innymi słowy, węgierska „fabryka danych” dostarczała Sorosowskiej ECFR swoje usługi i know-how do badań opinii publicznej. To kolejny kanał powiązań – **know-how Ficsora zasilał projekty finansowane z funduszy OSF**.

Amerykańska Partia Demokratyczna – Jak wspomniano, w strukturach DataPraxis zasiadają byli prominenci Demokratów (Steitz, Quinn, Frank, Cook). Co więcej, w otoczeniu Bajnaia doradcą jest **Ari Rabin-Havt**, związany z Bernie Sandersem i Johnem Kerry. Węgierski dziennik *Magyar Nemzet* określił wręcz DatAdat jako zespół „**naszpikowany amerykańskimi specami od kampanii Partii Demokratycznej**”. Z perspektywy narracji rządu węgierskiego, Bajnai i Ficsor stali się lokalnymi wykonawcami strategii globalnej lewicy, a ich inicjatywy to „**macki amerykańskiej ośmiornicy**” w Europie Środkowej. Retorykę tę wzmacnia fakt, że Ficsor był zapraszany przez Departament Stanu USA na programy liderów (International Visitors Leadership Program) już w czasie urzędowania jako minister, zaś Bajnai po porażce wyborczej w 2010 wyjeżdżał do USA m.in. jako wykładowca w Johns Hopkins University – instytucji określanej przez prawicę węgierską mianem „kuźni globalistów. Choć takie określenia są publicystyczne, pokazują sieć powiązań ze Stanami Zjednoczonymi.

OpenDemocracy – Tutaj powiązanie jest personalne: jak wspomniano, **Paul Hilder**, założyciel i szef DataPraxis, to jednocześnie **współtwórca portalu OpenDemocracy.net**. – to znane progresywne medium internetowe, które niejednokrotnie otrzymywało wsparcie grantowe z fundacji filantropijnych (w tym OSF). Można więc powiedzieć, że **DataPraxis wywodzi się ze środowiska OpenDemocracy**, dzieląc z nim wartości i sieć kontaktów. W praktyce openDemocracy publikowała analizy przygotowane przez zespół DataPraxis – np. raporty powyborcze z wyborów w Wielkiej Brytanii w 2019 r. To dowód na bliską współpracę merytoryczną tych podmiotów.

Open Society Foundations (OSF) – Choć brak publicznych danych, by OSF bezpośrednio finansowała spółki DatAdat czy DataPraxis, istnieją liczne **pośrednie punkty styku z finansowaniem Sorosa**. Oprócz dotacji OSF dla ECFR, warto odnotować, że OSF zlecała projekty badawcze firmie DataPraxis. Przykładem jest globalny sondaż opinii „Fault Lines: Global Perspectives on a World in Crisis” z połowy 2022 r. – **Open Society zleciła jego realizację DataPraxis i YouGov**. Badanie objęło 20 krajów (ponad 21 tys. respondentów), pytając m.in. o stosunek do wojny w Ukrainie i zmian klimatu. Wyniki OSF opublikowała we wrześniu 2022 r. jako raport, przyznając wprost, że **sondaż został przeprowadzony przez Datapraxis na jej zlecenie**. Mamy tu zatem przykład **bezpośredniej współpracy finansowej OSF z DataPraxis** – formuła zlecenia badania zamiast klasycznego grantu.

Reasumując, **Ádám Ficsor i jego sieć firm mają rozległe koneksje w środowisku globalnych organizacji progresywnych**. Obejmują one zarówno krąg George’a Sorosa i OSF (poprzez ECFR i projekty badawcze), jak i wpływowe platformy lewicowe jak openDemocracy. Kadrowo i projektowo DatAdat/DataPraxis splata się z ludźmi z Partii Demokratycznej USA, co wpisuje w narrację o koordynacji działań opozycji w Europie Środkowej z amerykańskimi doradcami. Dla pełni obrazu warto podkreślić, że z punktu widzenia Ficsora i jego partnerów jest to działalność na rzecz **wspierania demokracji i postępowych wartości** (jak sami deklarują: „Naszą misją jest sprawić, by demokracja rozkwitała”). Jednak dla przeciwników politycznych (np. rządu węgierskiego czy opozycji w Polsce) te same powiązania wyglądają jak **pozaprawna ingerencja zagraniczna** w suwerenne procesy wyborcze.

Jeżeli ustalenia się potwierdzą, omówiona w raporcie kampania może stanowić **naruszenie polskiego prawa wyborczego** (nielegalne finansowanie agitacji przez zagraniczny podmiot). Sprawa wymaga dalszego dochodzenia przez właściwe organy.

Opracował:

Piotr Okulski

Ekspert ds. komunikacji strategicznej

Obserwatorium Rozwoju Gospodarki i Demokracji

Kontakt: piotr.okulski@obserwatoriumrozwoju.pl; tel. 781272463