

Warszawa, 30 października 2015 r.

Pan Tomasz Gałczyński  
Adwokat,  
Brudkowski & Wspólnicy

Szanowny Panie Mecenasie,

Przekazaną Radzie Etyki Mediów skargę „na postępowanie niezgodne z prawem oraz zasadami etyki dziennikarskiej”, wniesioną - jak Pan stwierdza - „w imieniu spółki FCA Poland S.A. („FCA”), producenta i dystrybutora pojazdów m.in. marek Jeep oraz Fiat w Polsce, będącej częścią międzynarodowego koncernu Fiat Chrysler Automobiles N.V. z siedzibą w Londynie, w związku z artykułem pt. „Jak pozbyć się fiata”, opublikowanym na łamach gazety Dziennik Gazeta Prawna („DGP”) w dniu 28 sierpnia 2015 roku oraz w wydaniu internetowym DGP” kieruje Pan przeciwko red. Łukaszowi Bąkowi, autorowi artykułu, red. Jadwidze Sztabińskiej, redaktor naczelnej DGP, oraz firmie InforBiznes Sp.z o. o., wydawcy dziennika.

Stwierdza Pan, iż: „Artykuł koncentruje się na krytyce jakości samochodów marek Jeep i Fiat, sprzedawanych w Polsce przez FCA. Ton i treść Artykułu jest bardzo agresywny i miejscami wulgarny, posługując się m.in. sformułowaniami ośmieszającymi osoby narodowości włoskiej. W Artykule przedstawiono produkty FCA w nieprawdziwym świetle, dyskredytując ich jakość, bezpieczeństwo oraz poziom technologiczny. Artykuł wykracza daleko poza merytoryczną krytykę prasową i narusza przez to dobra osobiste FCA. Dobra osobiste FCA naruszają w szczególności następujące fragmenty Artykułu: „Jeep należy do Fiata, a Fiat jest włoski. Włosi zaś znają się na komputerach i programowaniu równie dobrze, co ja na konstruowaniu strumieniowych silników odrzutowych. Do dziś myślą, że „processor” to po amerykańsku „espresso”, a gdy zapyta się ich o „hard drive”, zaczynają rozpinać rozporki”. „włamanie się do sytemu dowolnego jeepa czy fiata nie wymaga ani specjalnych zabiegów, ani dużego doświadczenia, ani nawet wybitnie dobrego sprzętu. Kalkulator Casio - to wszystko, czego potrzebujecie” „Już same w sobie prowadzą się one fatalnie (pojazdy produkowane przez FCA -przyp. aut.)” „ukraść fiata to jak zwinąć komuś zawartość szamba. Uwalniacie kogoś od problemu, a sami wpadacie po uszy w gó...no”. „Gdybym był hakerem, bez dwóch zdań uprowadziłbym sobie Cayenne. BMW też, ale tylko po to, by wjechać nim na pełnej prędkości w jakiegoś fiata”.

Wskazuje Pan w skardze, że: „*Treść Artykułu stanowi przykład rażącego naruszenia dóbr osobistych oraz zasad szczególnej staranności i rzetelności dziennikarskiej jako podstawowych norm prawa prasowego. (...) Artykuł agresywnie uderza w renomę marek Fiat i Jeep i tym samym w reputację FCA jako ich polskiego dystrybutora i producenta. Atak nie ma uzasadnienia merytorycznego i jaskrawo przekracza granice krytyki prasowej. Jest to atak posługujący się inwektywą, a nie merytoryczną argumentacją. Artykuł posługuje się bowiem nieprawdziwymi, a nawet nie poddającymi się merytorycznej weryfikacji obraźliwymi sformułowaniami, krytykującymi jakość i przydatność samochodów FCA, co prima facie przesądza o nierzetelności Artykułu i naruszeniu reputacji FCA*”.

Podkreśla Pan również, iż zawarta w skardze ocena, iż kwestionowany artykuł stanowi naruszenie dobrego imienia osoby prawnej, czyli firmy, w imieniu której składa Pan tę skargę, zbieżna jest ze stanowiskiem sądów, co znajduje wyraz w licznych cytowanych przez Pana orzeczeniach, a jeden z tych cytatów mówi, że „*Wprawdzie forma satyryczna "pozwala na więcej", to jednakże nie może być wykorzystywana do krytyki w sposób, który narusza dobra osobiste krytykowanego*”.

Wnosi Pan wreszcie o „*stwierdzenie przez Radę na podstawie ust. 2 pkt 1 Regulaminu naruszenia zasad etyki zawodowej przez wymienione osoby i podmioty w związku z publikacją Artykułu*”, a więc o rozpatrzenie skargi.

Rada Etyki Mediów zastosowała się do tego wniosku i rozpatrzyła Pańską skargę. **REM nie stwierdziła naruszenia zasad etyki dziennikarskiej w kwestionowanym w skardze artykule i nie znalazła podstaw do podniesionych w skardze zarzutów wobec autora, szefowej redakcji i wydawcy dziennika.**

Choć skarga w jednym z fragmentów orzeczeń sądowych cytuje wzmiankę o „formach satyrycznych”, po które może sięgać dziennikarz, jej autor zdaje się nie zauważać, że tekst red. Bąka jest felietonem. Felieton nie tylko „pozwala na więcej”, jak owa przywołana w orzeczeniu forma satyryczna - w felietonie wolno wszystko, a traktowanie każdego jego sformułowania dosłownie, tak jak tam „stoi”, nie zaś po to, by uczestniczyć we wspólnej, autora z czytelnikami, zabawie i grze, jest próbą strzelania z armaty do wróbla, nie będącą świadectwem rozsądku kanoniera. Błyskotliwe cotygodniowe felietony red. Łukasza Bąka budzą sympatię do autora i gazety, wybaczącej mu słusznie, że w tekście o motoryzacji zajmuje się wszystkim, co mu bujna wyobraźnia podpowiada, byle tylko, choćby na samym końcu, przypomnieć sobie, że jednak pisze o samochodzie - i o jakim. W każdym kogoś obraża, zwykle jakiegoś motoryzacyjnego producenta, ale dotychczas wszyscy ci obrażani uważali, że lepiej okazać, albo udawać, poczucie humoru, niż narażać swoje firmy - lub tylko ich prawników - na ośmieszenie zarzutem naruszenia zasad etyki mediów. Felietonem, nawet Łukasza Bąka, czytelnik żyje dzień, dwa. Informacja, że za to, co napisał, pełnomocnik prawny producenta jakiegoś auta zarzuci Bąkowi zamach na etykę dziennikarską, będzie śmieszyć czytelników tygodniami.

I poważniej. Taki felieton reprezentuje gatunek określany w branży ładnym polskim określeniem: „life-stylowy”. Pisząc o samochodach, kuchni, uprawianiu ogródka albo wieszaniu firanek dziennikarz nie musi trzymać się tematu, bo odbiorca lubi, gdy taki autor nieco sobie pofolguje. Red. Bąk ma na kim się wzorować. Gdyby reprezentanci włoskich

producentów samochodów chcieli, podobnie jak autorzy skargi do REM, reagować na filmowe felietony Jeremiego Clarksona w BBC i zawarte w nich „sformułowania ośmieszające osoby narodowości włoskiej”, Francuzi na jego „żabojadów” albo europejscy prawnicy na to jak Clarkson ośmiesza „osoby profesji prawniczej”, nie miałby on czasu, by kręcić swoje, oglądane przez miliony ludzi na świecie, filmy. Felieton „life-stylowy” to nie miejsce na tzw. poprawność polityczną - ani w druku, ani w telewizorze. Granice wyznaczają mu nie zasady etyki dziennikarskiej lecz trudne do uchwycenia normy dobrego smaku. REM skłonna jest sądzić, że i jego granic kwestionowany felieton red. Bąka nie przekroczył, a jeśli ktoś uważa, że jednak - to REM nic już do tego, bo smak, dobry czy zły, nie leży w jej kompetencjach.

Kończąc swoją skargę prosi Pan, by odpowiedź Rady Etyki Mediów upowszechnić na stronie internetowej REM i przesłać ją osobom, których skarga dotyczy. I ta Pańska prośba zostanie spełniona.

W imieniu REM

Z poważaniem,

Ryszard Bańkiewicz  
Przewodniczący

Do wiadomości:  
Red. Jadwiga Sztabińska  
Red. Łukasz Bąk  
InforBiznes Sp. z o. o.