



*Szanowni Państwo,*

Przesyłamy Państwu trzeci newsletter Konferencji Mediów Polskich i Rady Etyki Mediów, zawierający informację z konferencji prasowej, na której został przedstawiony Kodeks Dobrych Praktyk Wydawców Prasy.

Pełen tekst Kodeksu oraz relację z konferencji zamieszczamy na stronie internetowej Rady Etyki Mediów i Konferencji Mediów Polskich, która jest dostępna pod adresami

[www.radaetykimediow.pl](http://www.radaetykimediow.pl).

<http://www.konferencjamediw.pl>.

**Zapraszamy do częstego odwiedzania naszej strony.**

*Tekst Kodeksu oraz inne informacje z nim związane dostępne są na stronie Izby Wydawców Prasy - <http://www.izbaprasyl.pl>*



### **Kodeks Dobrych Praktyk Wydawców Prasy**

---

#### **Izba Wydawców Prasy przedstawiła Kodeks Dobrych Praktyk**

O ostatecznej zawartości gazety decyduje redaktor naczelny, wydawca ma chronić redaktora naczelnego przed naciskami zewnętrznymi, dziennikarze natomiast nie mogą łączyć swojej pracy z funkcjami publicznymi lub działalnością polityczną - m.in. takie regulacje znalazły się w Kodeksie Dobrych Praktyk Wydawców Prasy, który został opracowany przez Izbę Wydawców Prasy (IWP).

Przyjęty w grudniu zeszłego roku Kodeks zaprezentowano oficjalnie 14.02.2006 r. na konferencji prasowej w Centrum Prasowym PAP w Warszawie. Kodeks zacznie obowiązywać od pierwszego marca br. Ma on służyć samokontroli wydawców zrzeszonych w Izbie, a także wszystkich, którzy go zaakceptują.

**Logo Kodeksu - gwarancja zaufania**

Prezes Izby Wydawców Prasy (IWP), **Wiesław Podkański** zaznaczył, że Kodeks Dobrych Praktyk różni się od klasycznych kodeksów etyki tym, że zawiera sankcje i „są one dosyć poważne”, a o ich zastosowaniu będzie decydował dwuinstancyjny Sąd Koleżeński przy IWP. Jedną z sankcji, którymi będzie dysponował sąd, ma być możliwość wycofania z danego pisma specjalnego znaczka, który otrzymają wszyscy sygnatariusze Kodeksu. Usunięcie takiego znaczka będzie oznaczało, że dany wydawca narusza reguły etyczne opisane w Kodeksie.

Prezes PAP, jednocześnie przewodniczący Konferencji Mediów Polskich, której sygnatariuszem jest Izba Wydawców Prasy, **Waldemar Siwiński** podkreślił, że opracowanie Kodeksu to ważna inicjatywa, która „buduje samoorganizację środowiska i to w bardzo dobrym kierunku”.

### **Czytelny układ: wydawca - redaktor naczelny**

W Kodeksie zapisano m.in, że wydawca określa jedynie linię programową swojego wydawnictwa, natomiast za realizację tej linii odpowiedzialny jest redaktor naczelny, któremu przysługuje ostateczne prawo decydowania o zawartości tytułu. „W związku z tym wydawcy nałożyli też na siebie pewne samoograniczenie - wydawca nie ma prawa w ramach określonych z redaktorem naczelnym wciąć się w redagowanie pisma” - wyjaśnił członek zarządu IWP i przewodniczący zespołu redakcyjnego Kodeksu **Jerzy Baczyński**.

Kodeks mówi ponadto, że wydawca dba o to, by działalność wydawnicza i redakcyjna były prowadzone bez zewnętrznych ingerencji. „Słowem wydawca ma stanowić ten szaniec ochronny, broniący media przed wpływami z zewnątrz - obojętnie czy dotyczy to wpływów politycznych czy np. nacisków ze strony środowisk reklamowych, czy ofert agencji PR” - podkreślił Baczyński.

Dodał, że Kodeks zobowiązuje też wydawcę do przestrzegania zasady wolności wymiany informacji i opinii także wtedy, gdy nie są one zgodne z opiniami wydawcy lub właściciela.

### **Informacja musi być czysta**

Kodeks mówi też, że dziennikarz nie może m.in. łączyć wykonywanego zawodu z wykonywaniem funkcji publicznych, a także działalnością polityczną, nie może informować nikogo spoza redakcji o treści i terminie publikacji prasowych, nie może pracować dla służb specjalnych.

Kodeks zawiera też rozdział na temat zasad publikacji materiałów reklamowych, który mówi m.in., że nie wolno obiecywać przychylności redakcyjnej reklamodawcom, ogłoszeniodawcom i sponsorom, a dziennikarz nie może przygotowywać materiałów reklamowych.

Według Baczyńskiego lektura Kodeksu będzie dla wielu wydawców, a także pracowników mediów zaskoczeniem. „Przeprowadzamy coś, co jest prawdziwą rewolucją moralną w obszarze wydawnictw. Znajduje się w tym kodeksie ponad setka zapisów, niekiedy ingerujących bardzo głęboko w przyjęte praktyki i obyczaje funkcjonowania wydawnictw” - powiedział Baczyński.

### **Niezależność mediów od polityki**

„Sami sobie będziemy patrzyli na ręce. W przypadku, kiedy stwierdzimy, że ktoś narusza zasady, które tu wspólnie przyjęliśmy, mamy prawo, a nawet obowiązek złożenia wniosku do Sądu Koleżeńskiego przy IWP” - dodał.

Wiceprezes IWP, **Grzegorz Gauden** podkreślił, że jedną z najważniejszych kar, jakie będą wynikały z Kodeksu, będzie kara infamii. „Tzn. publikowanie przez nas orzeczeń Sądu Koleżeńskiego, który uzna, że działania wydawcy X czy Y są niezgodne z Kodeksem Dobrych Praktyk Wydawców Prasy. I to jest moim zdaniem najlepsza metoda pilnowania niezależności mediów od polityków, którzy uważają, że wiedzą jak media powinny wyglądać” - podkreślił Gauden.

### **Oczekiwane regulacje**

Według IWP, głównymi powodami, dla których Kodeks powstał, były m.in. wzrastające od wielu lat napięcia między wydawcami, redaktorami naczelnymi a dziennikarzami na tle tego, kto za co odpowiada i czym się zajmuje, a także napięcia między poszczególnymi wydawcami. „Niepokój nasz wzbudzały też rosnące oczekiwania marketingowe co do upowszechniania kryptoreklamy w mediach drukowanych” - powiedział Podkański.

Dodał, że powstanie Kodeksu przyspieszyło też wejście Polski do Unii Europejskiej. „Nasi koledzy z Europejskiej Organizacji Wydawców Gazet, jak i z Europejskiej Organizacji Wydawców Czasopism powiedzieli nam krótko: wyregulujcie się sami, bo jeżeli się nie wyregulujecie, to wtedy urzędnicy z Brukseli was wyregulują” - powiedział Podkański.

*Warszawa, 14 lutego 2006*



*Newsletter redagują:*

---

**Helena Kowalik-Ciemińska**  
[kowalikh@op.pl](mailto:kowalikh@op.pl)

**Roman Wojciechowski**  
[r.wojciechowski@pap.pl](mailto:r.wojciechowski@pap.pl)