

Uchwała nr 64 (174)
Zarządu Polskiego Radia – Spółki Akcyjnej
z dnia 9 września 2004 r.

w sprawie przestrzegania etyki zawodowej w Polskim Radiu – Spółce Akcyjnej oraz w sprawie powoływania Komisji Etyki Polskiego Radia – Spółki Akcyjnej.

Uchwała się, co następuje:

§ 1.

1. Wprowadza się w życie Zasady etyki zawodowej w Polskim Radiu – Spółce Akcyjnej, stanowiące załącznik do niniejszej uchwały.
2. Zasady, o których mowa w ust. 1, obowiązują pracowników Polskiego Radia – Spółki Akcyjnej, w tym członków Zarządu Spółki, a także współpracowników Polskiego Radia – Spółki Akcyjnej.

§ 2.

1. W Polskim Radiu – Spółce Akcyjnej działa Komisja Etyki Polskiego Radia – Spółki Akcyjnej, zwana w dalszym ciągu „Komisją”.
2. Kadencja Komisji trwa dwa lata.
3. W uzasadnionych przypadkach kadencja Komisji może być przedłużona w drodze uchwały Zarządu Polskiego Radia – S.A., jednak na okres nie dłuższy niż jeden rok.
4. Członków Komisji mianuje Zarząd Polskiego Radia – S.A. spośród kandydatów zgłoszonych w trybie określonym w § 5.
5. Za początek dwuletniej kadencji Komisji uważa się dzień wręczenia nominacji przez Zarząd Polskiego Radia – S.A. nowo powołanym członkom Komisji.

§ 3.

1. Odwołanie członka Komisji przez Zarząd Polskiego Radia – S.A. może nastąpić w przypadku:
 - 1) stwierdzenia naruszenia przez członka Komisji zasad, o których mowa w § 1,
 - 2) rezygnacji złożonej przez członka Komisji.

2. Uzupelnienie składu Komisji następuje przez mianowanie nowego członka przez Zarząd Polskiego Radia – S.A., spośród kandydatów wcześniej zgłoszonych w postępowaniu wyborczym, w trybie określonym w § 5.

§ 4.

1. Komisja działa w składzie sześciuosobowym: przewodniczący, sekretarz i czterech członków.
2. Komisja wybiera ze swego grona przewodniczącego i sekretarza Komisji.
3. Komisja może w uzasadnionych przypadkach powoływać ekspertów.

§ 5.

1. Ustala się następujący tryb wyboru kandydatów na członków Komisji:
 - 1) dyrektor Biura Zarządu na wniosek Komisji, na pięć miesięcy przed upływem terminu działania Komisji, rozpoczyna procedurę wyboru składu Komisji następnej kadencji, podając uprawnionym podmiotom informację o wyborach wraz z kalendarzem czynności,
 - 2) uprawnionymi do zgłaszania kandydatur do Komisji są:
 - a) Prezes oraz członkowie Zarządu Polskiego Radia – S.A.,
 - b) komórki organizacyjne Polskiego Radia – S.A. (po jednym kandydacie),
 - c) organizacje związkowe i dziennikarskie działające w Polskim Radiu – S.A. (po jednym kandydacie),
 - d) urzędująca Komisja (dwóch kandydatów).
2. Zgłoszenia kandydatów powinny mieć formę pisemną i zawierać krótką charakterystykę kandydata oraz jego zgodę na kandydowanie.
3. Zgłoszenia kandydatów do Komisji należy składać do Biura Zarządu.
4. Kandydatem do Komisji może być pracownik lub emerytowany pracownik Polskiego Radia – S.A.

§ 6.

1. Komisja orzeka o zgodności postępowania dziennikarzy, innych pracowników oraz współpracowników Polskiego Radia – S.A. zgodnie z Zasadami etyki zawodowej w Polskim Radiu – S.A.
2. Komisja rozpatruje sprawy wniesione przez:

- 1) pracowników i współpracowników Polskiego Radia – S.A.,
 - 2) słuchaczy Polskiego Radia – S.A.,
 - 3) Zarząd Polskiego Radia – S.A., w którego imieniu sprawę do Komisji kieruje Prezes Zarządu.
3. Komisja może rozpocząć postępowanie także z własnej inicjatywy.
 4. Wniesienie sprawy pod obrady Komisji wymaga formy pisemnej.

§ 7.

Zobowiązuje się kierowników komórek organizacyjnych do:

- 1) zapoznania z Zasadami etyki zawodowej w Polskim Radiu – S.A. podległych sobie pracowników, współpracowników oraz firmy dziennikarskie współpracujące z Polskim Radiem – S.A.,
- 2) udzielania Komisji pomocy i udostępniania dokumentów związanych ze sprawą rozpatrywaną przez Komisję.

§ 8.

Szczegółowy tryb pracy Komisji określi Regulamin uchwalony przez Komisję i zatwierdzony przez Zarząd Polskiego Radia – S.A. w formie uchwały.

§ 9.

1. Obsługę organizacyjno-administracyjną Komisji sprawuje Biuro Zarządu.
2. Koszty działania Komisji pokrywane są z budżetu Biura Zarządu.
3. Koszt ewentualnych ekspertyz zamawianych przez Komisję, pokrywane są z budżetu Biura Prawno-Organizacyjnego w porozumieniu z członkiem Zarządu nadzorującym Biuro Prawno-Organizacyjne.

§ 10.

Tracą moc:

- 1) uchwała nr 5 (229) z dnia 3 lutego 1997 r.,
- 2) uchwała nr 32 (93) z dnia 4 maja 1999 r.,
- 3) uchwała nr 3 (46) z dnia 4 lutego 2003 r.

§ 11.

Uchwała wchodzi w życie z dniem podjęcia.

Za Zarząd:

Zasady etyki zawodowej w Polskim Radiu – Spółce Akcyjnej

I. Część wstępna

1. Polskie Radio – Spółka Akcyjna pełni służbę publiczną.
2. Polskie Radio – Spółka Akcyjna w swej działalności kieruje się prawem powszechnie obowiązującym, Statutem Spółki, uchwałami i decyzjami organów statutowych Polskiego Radia - S.A., wewnętrznymi regulaminami i procedurami oraz niniejszymi "Zasadami etyki zawodowej w Polskim Radiu – S.A., zwanymi w dalszym ciągu „Zasadami”.
3. Zasady dotyczą działalności programowej Polskiego Radia - S.A., obowiązują wszystkich pracowników Polskiego Radia - S.A, współpracowników Polskiego Radia - S.A. oraz firmy, z którymi współpracuje Polskie Radio – S.A., każdego w takim stopniu, w jakim uczestniczy w przygotowaniu, tworzeniu i emisji programu radiowego.
4. Zasady stanowią dla dziennikarzy Polskiego Radia - S.A. uzupełnienie norm zawartych w przepisach:
 - 1) ustawy z dnia 29 grudnia 1992 r. o radiofonii i telewizji z późniejszymi zmianami,
 - 2) Prawa prasowego z dnia 26 stycznia 1984 r. z późniejszymi zmianami,
 - 3) ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych,
 - 4) ustawy z dnia 6 września 2001 r. o dostępie do informacji publicznej,
 - 5) ustawy z dnia 29 sierpnia 1997 r. o ochronie danych osobowych z późniejszymi zmianami,
 - 6) Europejskiej Konwencji o telewizji ponadgranicznej, w takim zakresie w jakim dotyczy radia publicznego,
 - 7) Kodeksu cywilnego,
 - 8) Kodeksu karnego,
 - 9) Kodeksu pracy,
 - 10) Układu Zbiorowego Pracy Pracowników Polskiego Radia – Spółki Akcyjnej.
5. Zasady stanowią odniesienie do reguł zawartych w Karcie Etycznej Mediów, której sygnatariuszem jest Polskie Radio – Spółka Akcyjna.

II. Misja publiczna Polskiego Radia – Spółki Akcyjnej

1. Podstawowym celem działalności Polskiego Radia – S.A. jest służyć dobru powszechnemu przez oferowanie całemu społeczeństwu i poszczególnym jego częściom, zróżnicowanych programów i innych usług w zakresie informacji, publicystyki, kultury, rozrywki, edukacji i sportu, cechujących się:
 - 1) pluralizmem,
 - 2) bezstronnością,
 - 3) wyważeniem i niezależnością,
 - 4) innowacyjnością,
 - 5) wysoką jakością i integralnością przekazów.
2. Realizując ten cel dziennikarze Polskiego Radia – S.A. mają obowiązek w tworzonych audycjach:
 - 1) kierować się odpowiedzialnością za słowo,
 - 2) dbać o dobre imię Polskiego Radia – S.A.,
 - 3) rzetelnie ukazywać całą różnorodność wydarzeń i zjawisk w kraju i za granicą,
 - 4) sprzyjać swobodnemu kształtowaniu się poglądów obywateli oraz formowaniu się opinii publicznej,
 - 5) umożliwiać obywatelom i ich organizacjom uczestniczenie w życiu publicznym przez prezentowanie zróżnicowanych poglądów i stanowisk oraz wykonywanie prawa do kontroli społecznej,
 - 6) służyć rozwojowi kultury, nauki i oświaty, ze szczególnym uwzględnieniem polskiego dorobku intelektualnego i artystycznego,
 - 7) upowszechniać wiedzę o języku polskim,
 - 8) respektować chrześcijański system wartości, za podstawę przyjmując uniwersalne zasady etyki,
 - 9) służyć umacnianiu rodziny,
 - 10) służyć kształtowaniu postaw prozdrowotnych,
 - 11) służyć zwalczaniu patologii społecznych,
 - 12) uwzględniać potrzeby mniejszości narodowych i grup etnicznych,
 - 13) zaspokajać prawo każdego człowieka i społeczeństwa w całości do informacji o wydarzeniach i zjawiskach życia publicznego,
 - 14) przyczyniać się do szeroko pojętej edukacji słuchaczy przez upowszechnianie wiedzy i kultury,
 - 15) stanowić platformę publicznej debaty.

3. Miarą oceny Polskiego Radia – S.A. jest akceptacja przez słuchaczy oferty programowej i sposobu jej realizacji. Słuchacze traktowani są jako partnerzy Polskiego Radia – S.A., a pracownicy i współpracownicy Polskiego Radia - SA oraz firmy dziennikarskie współpracujące z Polskim Radiem - SA - tworząc audycje na wysokim poziomie merytorycznym i formalnym - okazują szacunek dla ich oczekiwań, potrzeb, poglądów i systemów wartości.

III. Normy zachowań wobec słuchaczy i uczestników audycji

1. Naczelnymi zasadami działania dziennikarzy Polskiego Radia - S.A. jest służenie prawdzie, strzeżenie wolności słowa, niezależność i bezstronność.
2. Przedstawianie przeciwstawnych opinii - szczególnie w sprawach kontrowersyjnych i wzbudzających społeczne emocje - jest powinnością i nieodłącznym elementem pracy dziennikarza Polskiego Radia - SA.

A. Normy zachowań wobec słuchaczy i uczestników audycji.

1. Rozmówców i gości audycji należy zapoznać z jej charakterem i założeniami. Po nagraniu (jeśli nie jest to program "na żywo") rozmówców i gości trzeba poinformować, w jaki sposób zostaną wykorzystane ich wypowiedzi.
2. Opracowanie i montaż materiałów nie może zniekształcać informacji, opinii i komentarzy. Informacja powinna być wyraźnie oddzielona od opinii i komentarzy.
3. Omyłki i błędy należy prostować możliwie szybko.
4. Nie wolno ujawniać osoby informatora, jeśli zastrzeże on sobie anonimowość.
5. Każdy ma prawo do ochrony swej prywatności i intymności. Naruszenie tej zasady może nastąpić jedynie wówczas, gdy zezwala na to prawo.
6. Nie wolno nikogo dyskryminować ze względu na płeć, wiek, niepełnosprawność, rasę, religię, narodowość, przekonania polityczne, przynależność związkową, pochodzenie etniczne, wyznanie, orientację seksualną, odrębność kulturową czy obyczajową.
7. Nie należy przesądzać o winie przed wydaniem prawomocnego wyroku przez sąd.
8. Programy przeznaczone dla dzieci powinny pomagać im w zrozumieniu świata oraz wspomagać rozwój ich osobowości. W audycjach tych problemy przemocy fizycznej i psychicznej mogą być podejmowane tylko ze szczególną ostrożnością, taktem i umiarem przy pełnym zastosowaniu zasad określonych w Regulaminie kwalifikowania do rozpowszechniania audycji, które mogą zagrażać psychicznemu, uczuciowemu lub fizycznemu rozwojowi dzieci

i młodzieży, wprowadzonym w życie uchwałą nr 23 (287) Zarządu Polskiego Radia – S.A. z dnia 18 marca 2002 r.

9. Należy dbać o to, by nikt nie poczuł się dotknięty z powodu ułomności fizycznej bądź psychicznej albo z powodu choroby.
10. Język audycji powinien być wolny od słów i wyrażeń wulgarnych, obscenicznych i powszechnie uznawanych za obraźliwe chyba, że ich użycie ma szczególne uzasadnienie.

B. Normy zachowań wewnątrz Polskiego Radia – S.A.

1. Pracownicy Polskiego Radia - S.A. są lojalni wobec swojej instytucji, gotowi do wykonywania służbowych poleceń, mając przy tym na względzie, aby nie zostało naruszone prawo lub popełniona omyłka. Dla wyjaśnienia spraw i rozwiązywania konfliktów w miejscu pracy wykorzystują wszelkie możliwości dialogu i porozumienia się wewnątrz Polskiego Radia – S.A.
2. Pracownicy Polskiego Radia - S.A. powinni wyraźnie oddzielać prywatne działania od pracy w Polskim Radiu - SA. Nie wolno doprowadzać do powstania sytuacji "konfliktu interesów", w szczególności wykluczyć należy pracę czy współpracę z niepublicznymi stacjami radiowymi, firmami będącymi producentami programów radiowych, biurami prasowymi instytucji i organizacji, agencjami reklamowymi i firmami public relations.
3. Pracownicy Polskiego Radia – S.A. w swoich wypowiedziach nie powinni naruszać dobrego imienia Polskiego Radia – S.A.
4. Pracownicy Polskiego Radia – S.A. obowiązani są do dochowania zasad określonych w uchwale nr 3 (227) z dnia 27 stycznia 1997 r. w sprawie konkurencji, określenia podmiotów konkurencyjnych w stosunku w Polskiego Radia – S.A. oraz wprowadzenia w życie umowy o zakazie konkurencji z późniejszymi zmianami.
5. Pracownicy Polskiego Radia – S.A. są życzliwi dla ludzi, zapobiegają napięciom w pracy i rozładują je, przestrzegając zasad poprawnego zachowania.
6. Dziennikarze Polskiego Radia – S.A. nie mogą reklamować towarów i usług oraz zajmować się akwizycją reklam.
7. Niedopuszczalne jest wykorzystywanie stanowiska w Polskim Radiu - S.A. dla uzyskiwania korzyści materialnych lub osobistych.