

MICHAŁ CHLEBOWSKI

Uniwersytet SWPS, Polska

<https://orcid.org/0000-0002-6513-833X>

mchlebowski@swps.edu.pl

SAMOREGULACJA I INSTRUMENTY ODPOWIEDZIALNOŚCI MEDIÓW W POLSCE NIEWYKORZYSTANE MOŻLIWOŚCI



WSTĘP

System medialny w Polsce jest w stanie immanentnego napięcia. Głęboka polaryzacja polityczna, wysoki poziom ingerencji państwa w działanie mediów (zwłaszcza mediów publicznych), liczne zmiany w strukturach właścicielskich mediów prywatnych, przemiany mediów będące konsekwencją postępu technologicznego i wynikająca z powyższych czynników ciągła niepewność w zatrudnieniu – to wszystko sprawia, że polskie media i polscy dziennikarze są w kryzysie. Ten kryzys można analizować na różnych poziomach. Możemy mówić o kryzysie wolności i niezależności dziennikarzy, o czym świadczy m.in. niska pozycja Polski w światowym rankingu wolności prasy¹. Często wskazuje się też na kryzys jakości mediów. Tutaj szczególnym zagrożeniem jest dezinformacja – zarówno ta, która jest wynikiem intencjonalnych działań różnych podmiotów zewnętrznie oddziałujących na media, jak i ta wynikająca z funkcjonowania w zamkniętych obiegach informacji – szczególnie niebezpiecznych dla dziennikarzy – bańkach informacyjnych². Możemy wreszcie mówić o kryzysie odpowiedzialności. W Polsce brakuje skutecznych instrumentów odpowiedzialności mediów opartych na mechanizmach samoregulacji, takich jak rady prasowe, news ombudsmeni czy zespoły do spraw standardów dziennikarskich.

¹ W 2023 roku Polska zajmowała 57. miejsce, podczas gdy jeszcze w 2015 roku była na miejscu 18. Zob. <https://rsf.org/en/index> (dostęp: 20.01.2024).

² K. BĄKOWICZ, *Dezinformacja – instrukcja obsługi*, Warszawa 2023.

Te, które są (jak Rada Etyki Mediów), już dawno przestały odgrywać znaczącą rolę. Także stowarzyszenia dziennikarskie i tworzone przez nie kodeksy etyczne w coraz mniejszym stopniu stanowią jakikolwiek punkt odniesienia w polskiej rzeczywistości medialnej. Jednak społeczna potrzeba istnienia odpowiedzialnych mediów nie zniknęła wraz z zawirowaniami na rynku medialnym w Polsce. Wręcz przeciwnie, jest ona wpisana w naturę systemu medialnego w modelu demokratycznym. Celem niniejszego artykułu jest podjęcie rozważań nad koncepcją odpowiedzialności mediów, w tym przede wszystkim nad instrumentami odpowiedzialności mediów, które istnieją i sprawnie funkcjonują w wielu demokracjach na świecie, a które mogłyby być wdrożone lub wzmocnione w Polsce.

STAN BADAŃ

Polska nauka o komunikacji społecznej i mediach mimo utrwalonej tradycji badań empirycznych nad dziennikarzami (od Zbigniewa Bajki, Walerego Pisarka, Jerzego Olędzkiego, Stanisława Mocka, do współczesnych analiz Bogusławy Dobek-Ostrowskiej, Michała Głowackiego, Agnieszki Stępińskiej i wielu innych) cały czas cierpi na niedostatek badań nad zagadnieniem samoregulacji i odpowiedzialności mediów. Z analizy przeprowadzonej w ramach projektu Mediadelcom³ wynika, że tylko 21% wszystkich badań w ramach dyscypliny przeprowadzonych w latach 2000-2020 dotyczyło szerokiej kategorii zagadnień związanych z prawnymi bądź etycznymi aspektami pracy dziennikarza. Aż 61% z tych analiz opierało się na teoretycznym i normatywnym podejściu. Stosunkowo niewiele jest dużych badań przekrojowych na dziennikarzach, a te, które są, często powstają wyłącznie w ramach pojedynczych projektów grantowych, zatem nie mają kontynuacji. Ostatnie znaczące badania nad samoregulacją i instrumentami odpowiedzialności mediów w Polsce przeprowadzono w latach 2010-2013 w ramach projektu „Media Accountability and Transparency in Europe MediaAct” [Odpowiedzialność i przejrzystość mediów w Europie]⁴. Badania przeprowadzono w 14 krajach. Próba badawcza w Polsce objęła 100 dziennikarzy. Wskazano wtedy, że zdaniem 81% badanych odpowiedzialność dziennikarza jest warunkiem koniecznym do wzmocnienia koncepcji wolności prasy. Respondenci stwierdzili, że w największym stopniu (ok. 90% wskazań) czują się odpowiedzialni wobec własnego sumienia, standardów dziennikarskich i źródeł informacji. W nieco mniejszym (ale nadal znaczącym) stopniu czują się odpowiedzialni wobec odbior-

³ M. GŁOWACKI ET AL., *Researching Media and Democracy Researchers. Monitoring Capabilities in Poland*, „Media and Communication” 2024, vol. 12, Article 7239.

⁴ M. GŁOWACKI, *Dziennikarze polscy w świetle studiów porównawczych systemów odpowiedzialności mediów w Europie*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 1 (52), s. 29-43.

ców, redaktora naczelnego, kolegów w newsroomie i wydawców. Na przeciwnym biegunie znalazły się partie polityczne, rząd, autorytety religijne, reklamodawcy i Bóg, wobec których badani wskazywali w większości na odpowiedź: „nie czuję się odpowiedzialny(-a)”⁵. Szczególnie interesujące były wyniki dotyczące przejrzystości mediów: 6 na 10 respondentów uznało, że media powinny publikować informacje na temat linii redakcyjnej, 4 na 10 uważało, że należy upubliczniać zawartość kodeksów etycznych, 3/4 badanych wskazało, że jawna powinna być struktura własności mediów i ich powiązania polityczne⁶.

Od publikacji wyników projektu MediaAct temat samoregulacji i instrumentów odpowiedzialności mediów pojawia się stosunkowo rzadko w publikacjach polskich naukowców. Na pewno warto wskazać tu na wytrwałe wysiłki i kolejne opracowania Michała Głowackiego, Bogusławy Dobek-Ostrowskiej, Michała Kusia czy Pawła Urbaniaka⁷. Wybrane aspekty odpowiedzialności mediów z perspektywy dziennikarzy opisałem także ja, w publikacji *Dziennikarzy portret własny*⁸.

Polska pojawia się również w opracowaniach międzynarodowych dotyczących odpowiedzialności mediów. Należy tu wymienić przede wszystkim prace podejmowane przez zespół Susanne Fengler z Erich Brost Institute przy Uniwersytecie Technologicznym w Dortmundzie i ich publikacje: *The European Handbook of Media Accountability*, a następnie *The Global Handbook of Media Accountability*⁹.

RODZAJE ODPOWIEDZIALNOŚCI – MEDIA RESPONSIBILITY I MEDIA ACCOUNTABILITY

Czym jest odpowiedzialność mediów i jak ją rozumieć? Najkrócej za Kartą Etyczną Mediów można by zdefiniować pojęcie tak, że „wolność mediów nakłada na dziennikarzy, wydawców, producentów, nadawców odpowiedzialność za treść i formę przekazu oraz wynikające z nich konsekwencje”¹⁰. Twórcy teorii społecznej odpo-

⁵ Tamże, s. 35.

⁶ Tamże, s. 40.

⁷ Zob. m.in. M. GŁOWACKI, M. KUŚ, *Media Accountability Meets Media Polarisation*, [w:] *Media Accountability in the Era of Post-Truth Politics. European Challenges and Perspectives*, red. T. EBERWEIN, S. FENGLER, M. KARMAŠIN, London–New York 2019; B. DOBEK-OSTROWSKA, M. GŁOWACKI, M. KUŚ, *Poland. Accountability in the Making*, [w:] *The European Handbook of Media Accountability*, red. T. EBERWEIN, S. FENGLER, M. KARMAŠIN, London–New York 2018; P. URBANIAK, *System odpowiedzialności mediów jako przejaw samoregulacyjnych mechanizmów kształtowania rynku medialnego*, „Studia Medioznawcze” 2011, nr 2 (45), s. 58–69.

⁸ Por. M. CHLEBOWSKI, *Dziennikarzy portret własny*, Kraków 2020.

⁹ *The European Handbook of Media Accountability...*; *The Global Handbook of Media Accountability*, red. T. EBERWEIN, S. FENGLER, M. KARMAŠIN, London–New York 2022.

¹⁰ Zob. Karta Etyczna Mediów, <https://www.rem.net.pl/services.php> (dostęp: 15.02.2024).

wiedzialności prasy, kierując się zasadą, że nie ma wolności bez odpowiedzialności, pisali, że z zaufania, jakim społeczeństwo obdarza media, wynikają konkretne zobowiązania, takie jak m.in. prawdomówność, rzetelność, obiektywność, uczciwość czy wreszcie obowiązek działania zgodnie z zasadami etyki dziennikarskiej¹¹. Odpowiedzialność zachodzi więc na płaszczyźnie relacji między nadawcą a odbiorcą komunikatu. Denis McQuail proponuje następującą definicję: „odpowiedzialność mediów to wszelkie dobrowolne lub niedobrowolne procesy, w toku których media odpowiadają bezpośrednio lub pośrednio przed swoim społeczeństwem za jakość i/lub skutki publikacji”¹². W opracowaniach często dzieli się odpowiedzialność na formalną, czyli tę narzuconą np. przepisami prawa medialnego, oraz moralną, czyli tę, którą media biorą na siebie z własnej woli. W modelu odpowiedzialności formalnej podkreśla się zagrożenia i konsekwencje płynące z publikacji medialnej, a także możliwe sankcje cywilne bądź karne. W modelu odpowiedzialności moralnej kluczowa jest dobrowolność, współpraca i dialog jako narzędzia do pokonywania różnic i nieporozumień między poszczególnymi stronami procesu komunikowania¹³. W refleksji nad odpowiedzialnością mediów zwraca się uwagę na występujące w języku angielskim i często różnie rozumiane dwa określenia odpowiedzialności, czyli *responsibility* i *accountability*. Ten pierwszy termin – pisząc za Louisem Hodgesem – możemy odnieść do pytania: w jaki sposób i na jakie zapotrzebowania społeczne powinno odpowiadać dziennikarstwo? Innymi słowy *responsibility* mówi nam bardziej o oczekiwanym sposobie postępowania dziennikarzy (i mediów). Odpowiedzialność w wymiarze *accountability* odnosi się do pytania – w jaki sposób społeczeństwo może wymusić na dziennikarzach wytłumaczenie się ze sposobu wypełniania nałożonych na nie obowiązków. Nacisk jest więc położony na realizację i rozliczenie się z podjętych zobowiązań¹⁴.

Roman Ingarden, pisząc o ontycznych podstawach odpowiedzialności, wskazywał na trzy momenty, kiedy odpowiedzialność występuje:

1. Ktoś jest za coś odpowiedzialny (ponosi za coś odpowiedzialność).
2. Ktoś bierze na siebie odpowiedzialność za coś.
3. Ktoś zostaje za coś przez kogoś pociągnięty do odpowiedzialności¹⁵.

¹¹ Por. *A Free and Responsible Press. Report of the Commission on Freedom of the Press*, The University of Chicago Press, 1947; M. CHLEBOWSKI, *Dziennikarzy portret własny...*, s. 49-50.

¹² D. MCQUAIL, *Teoria komunikowania masowego*, przeł. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa 2007, s. 215.

¹³ Por. tamże.

¹⁴ Por. L. HODGES, *Accountability in Journalism*, „Journal of Mass Media Ethics” 2004, vol. 19, no. 3-4, s. 173-180.

¹⁵ R. INGARDEN, *Ontyczne podstawy odpowiedzialności*, [w:] T. FILEK, *Filozofia odpowiedzialności XX wieku. Teksty źródłowe*, Kraków 2004, s. 166.

Dwa pierwsze momenty – pisze dalej Ingarden – „są niezależne od ewentualnego wystąpienia trzeciego i występują w sposób czysto obiektywny z faktu dokonania przez odnośnego sprawcę jakiegoś czynu przy spełnieniu odpowiednich warunków i stosownie do podstawowego postulatu sprawiedliwości”¹⁶. Przekładając te rozważania na zagadnienie odpowiedzialności mediów, można stwierdzić, że dwie pierwsze wskazane przez Ingardena momenty odnosiłyby się bardziej do rozumienia pojęcia *responsibility*. Moment trzeci zaś, czyli „ktoś zostaje za coś przez kogoś pociągnięty do odpowiedzialności”, to w kontekście prowadzonych tu rozważań kwintesencja zagadnienia *media accountability*.

INSTRUMENTY ODPOWIEDZIALNOŚCI MEDIÓW

Claude-Jean Bertrand, definiując pojęcie *media accountability*, pisał, że jest to każda niezależna od państwa metoda działania, która czyni media odpowiedzialnymi wobec społeczeństwa¹⁷. Na przestrzeni lat te „metody”, nazwane instrumentami odpowiedzialności mediów, przyjęły konkretne formy. Tradycyjnie zalicza się do nich m.in. takie podmioty, jak rady prasowe, stowarzyszenia dziennikarskie (z sądami dziennikarskimi), news ombudsmenów, redaktorów do spraw standardów dziennikarskich. O instrumentach odpowiedzialności mediów mówi się także w kontekście różnych form aktywności po stronie publiczności, takich jak pisanie listów i skarg do redakcji, prowadzenie blogów i stron poświęconych jakości dziennikarstwa. Formą kontroli nad jakością mediów mogą być też programy telewizyjne czy publikacje prasowe jednych mediów na temat nadużyć w zakresie etyki dziennikarskiej w innych mediach. Monitorowaniem jakości mediów coraz częściej zajmują się też organizacje pozarządowe oraz naukowcy, wpisując się również w schemat instrumentów odpowiedzialności mediów¹⁸. Zespół prof. Susanne Fengler usystematyzował instrumenty, dzieląc je według klucza wewnątrzdziennikarskie i zewnątrzdziennikarskie oraz na te o niskim lub wysokim poziomie zinstytucjonalizowania (por. grafika 1).

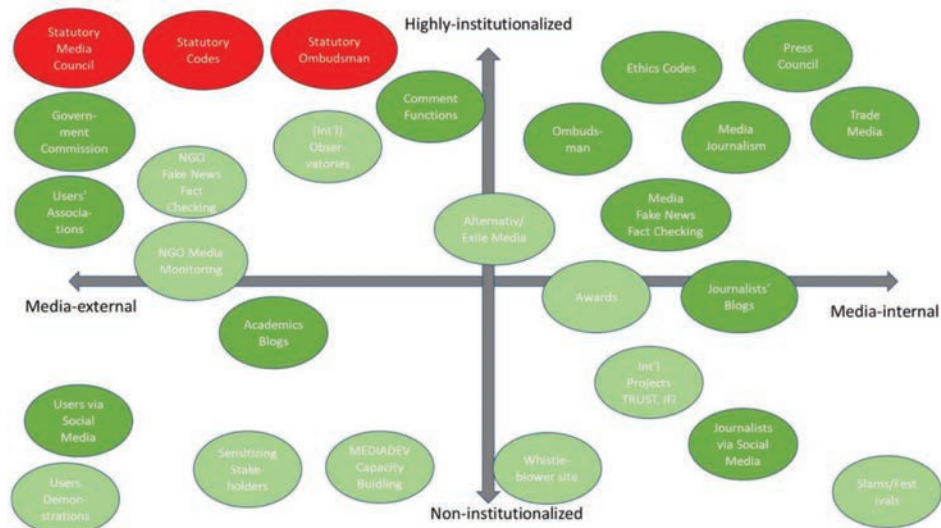
Część ze wskazanych tu instrumentów odpowiedzialności mediów ma charakter sformalizowany, o ugruntowanej tradycji. Są to m.in. kodeksy etyki dziennikarskiej. Pierwsze próby uregulowania standardów etycznych pracy dziennikarzy miały miejsce podczas Międzynarodowych Konwencji Prasy w 1915 i 1921 roku. Pierwszy kodeks etyki uchwaliło w 1926 roku. Panamerykańskie Stowarzyszenie

¹⁶ Tamże.

¹⁷ C.-J. BERTRAND, *Media Ethics & Accountability Systems*, London 2000, s. 108.

¹⁸ Por. S. FENGLER ET AL., *Media Accountability. A Global Perspective*, [w:] *The Global Handbook of Media Accountability...*, s. 5-8.

Grafika 1: Typologia instrumentów odpowiedzialności mediów



Źródło: *The Global Handbook of Media Accountability*, red. S. Fengler, T. Eberwein, M. Karmasin, London–New York, https://brost.ifj.tu-dortmund.de/fileadmin/user_upload/The_Global_Handbook_of_Media_Accountability_Summary_Fengler_2022.pdf (dostęp: 15.02.2024)

Prasy na konferencji w Waszyngtonie¹⁹. Historycznie największe znaczenie miało uchwalenie w 1980 roku zbioru zasad znanego pod nazwą Deklaracji meksykańskiej, a później jej zrewidowanej wersji jako Deklaracji paryskiej. Dokument zaakceptowało ponad 150 krajowych organizacji dziennikarskich²⁰. Niezależnie od katalogów zasad o charakterze międzynarodowym, powstają rozliczne kodeksy etyczne na poziomie poszczególnych państw i redakcji. Część z nich, jak kodeksy uznanych międzynarodowo agencji prasowych i redakcji (np. kodeksy i wskazówki publikowane przez Associated Press, BBC News czy Sky News), są publicznie dostępne i stanowią punkt odniesienia dla wielu dziennikarzy na świecie. Kodyfikacją i egzekwowaniem przestrzegania zasad etycznych zajmują się też stowarzyszenia dziennikarskie i działające przy nich sądy koleżeńskie. Pierwszym pomysłem zinstytucjonalizowania instrumentów odpowiedzialności mediów było powołanie przez rząd Szwecji pierwowzoru rady prasowej pod nazwą „Press Fair Practices Commission”. Istotą

¹⁹ J. SOB CZAK, *Etyczne uwarunkowania funkcjonowania mediów. Część 2*, „Studia Medioznawcze” 2014, nr 2, s. 42.

²⁰ Tamże.

komisji było odgrywanie roli pośrednika w sporach między redakcjami a ich odbiorcami. Większość współczesnych rad prasowych powstała już po II wojnie światowej²¹. W krajach takich jak Niemcy, Holandia, Wielka Brytania, Hiszpania czy Włochy, a także w krajach skandynawskich – rady prasowe mają już długą tradycję. W innych, jak np. w części państw byłego bloku wschodniego (m.in. Bośnia i Hercegowina, Bułgaria, Gruzja czy Armenia), rady powstały w wyniku uwolnienia rynku mediów w procesie demokratyzacji zapoczątkowanej w latach 90. Podstawowym zadaniem rady prasowej jest stanie na straży wolności i niezależności dziennikarzy oraz utworzenie dostępnego publicznie kodeksu etyki dziennikarskiej obowiązującego wszystkie redakcje. Istotnym elementem jest także stworzenie mechanizmu, dzięki któremu odbiorcy mogą składać skargi na działania dziennikarzy, a Rada ma narzędzia, by takie skargi rozpatrywać i w przypadku stwierdzenia naruszenia zasad skutecznie upominać redakcje (np. poprzez publikowanie stosownych oświadczeń). Rady zazwyczaj są finansowane przez redakcje, które je współtworzą (taki model przyjęto m.in. w Holandii i krajach skandynawskich), bywają także modele, w których działania rady są wspierane finansowo przez państwo, jednak pozostają od nich niezależne (tak jest np. w Luksemburgu i na Cyprze)²².

Na poziomie poszczególnych redakcji podobną funkcję do rady prasowej wypełnia news ombudsman. Zazwyczaj jest to osoba z dużym doświadczeniem dziennikarskim, której rolą jest kontrola następcza publikowanych materiałów pod kątem zasad warsztatowych obowiązujących w redakcji oraz rozpatrywanie i odpowiadanie na skargi odbiorców. Pierwszy news ombudsman był powołany w 1967 roku przez dziennik „Courier-Journal” w Louisville w Kentucky. Trzy lata później „The Washington Post” powołał redaktora, który rozpatrywał skargi czytelników, wysyłał wewnętrzne instrukcje dla redakcji oraz miał do dyspozycji kolumnę w gazecie, gdzie mógł publikować niezależne opinie²³. Z czasem system news ombudsmanów się rozwinął. Równolegle w niektórych redakcjach zaczęto tworzyć stanowiska redaktorów do spraw standardów i dobrych praktyk dziennikarskich. Główna różnica polega na tym, że ombudsman reaguje i odpowiada na skargi widzów, ale nie ma wpływu na materiał dziennikarski na etapie jego powstawania. Redaktorzy do spraw standardów z kolei są osobami, które w redakcji odgrywają rolę strażnika jakości i mogą ingerować w materiał dziennikarski przed publikacją, jeśli nie spełnia on zasad redakcyjnych. System news ombudsmanów i redaktorów ds. standardów początkowo rozwijał się głównie w Stanach Zjednoczonych, ale szybko podobne sta-

²¹ C. PORLEZZA, *Accuracy in Journalism*, [w:] *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, Oxford 2019.

²² Zob. *The Media Self-Regulation Guidebook*, red. A. HULIN, J. SMITH, The OSCE Representative on Freedom of the Media, Vienna 2008.

²³ Tamże.

nowiska zaczęto tworzyć także w innych mediach na całym świecie. W 1980 roku powstała międzynarodowa organizacja nazwana The Organization of News Ombudsmen and Standards Editors (ONO) zrzeszająca ombudsmenów i redaktorów do spraw standardów z całego świata²⁴. Jej członkowie spotykają się na corocznych konferencjach poświęconych głównym wyzwaniom etycznym zawodu dziennikarza oraz wypracowują nowe rekomendacje dla mediów.

W ostatnich latach obserwuje się wzrost znaczenia innych niż opisane powyżej tradycyjne instrumenty odpowiedzialności mediów, których celem jest punktowanie mediów za działanie wbrew zasadom etyki dziennikarskiej i standardom zawodowym. Jedną z istotniejszych form są portale fact-checkingowe, takie jak Demagog czy AFP Fact Check, których rolą jest weryfikowanie pojawiających się w przestrzeni publicznej nieprawdziwych lub zmanipulowanych (także przez media) informacji oraz przeciwdziałanie dezinformacji. Podobną funkcję spełniają organizacje pozarządowe zajmujące się monitorowaniem jakości, obiektywności i adekwatności przekazów medialnych. Do instrumentów odpowiedzialności mediów zalicza się też wszelkiego rodzaju metody obywatelskiego monitoringu jakości mediów, od tych przybierających formę zorganizowanych stowarzyszeń, do tych rozproszonych, np. w formie blogów czy podcastów zajmujących się wykazywaniem niedokładności w przekazach medialnych. Formą narzędzia służącego do podnoszenia jakości i poziomu odpowiedzialności mediów są też nagrody, a może zwłaszcza antynagrody dla dziennikarzy wskazujące odpowiednio najlepsze bądź najgorsze materiały dziennikarskie.

Celem wszystkich opisanych powyżej narzędzi, zarówno tych, które przybrały formę zinstytucjonalizowaną, jak i tych, które mają nieformalny charakter, jest pociąganie do odpowiedzialności dziennikarzy w taki sposób, który jednocześnie nie narusza ich niezależności i nie stanowi formy tłumienia wolności prasy. Istotą instrumentów odpowiedzialności mediów jest podnoszenie jakości efektów dziennikarskiej pracy. Dlatego też stanowią one element – tak ważny – profesjonalizacji, którą Daniel C. Hallin i Paolo Mancini wykazali jako jeden z głównych mierników w ich modelach systemów medialnych²⁵.

POLSKA – NIEWYKORZYSTANE MOŻLIWOŚCI

Tytuł niniejszego podrozdziału już wskazuje na tezę, którą stawiam na koniec prowadzonych w tym tekście rozważań. Polska, pomimo upływu ponad 35 lat od

²⁴ Zob. *About ONO*, <https://www.newsombudsmen.org/about-ono/> (dostęp: 21.02.2024).

²⁵ Por. D.C. HALLIN, P. MANCINI, *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, przeł. M. Lorek, Kraków 2007.

upadku komunizmu, nie była w stanie wykształcić w pełni funkcjonalnego systemu odpowiedzialności mediów, choć pewne jego elementy powstały i w lepszej lub gorszej formie przetrwały próbę czasu. Zaczynając od kodeksów etyki dziennikarskiej, należy wskazać, że nie istnieje w Polsce jeden kodeks, który byłby powszechnie respektowany przez wszystkie główne media. Najszerzej akceptowana, podpisana w 1995 roku, Karta Etyczna Mediów jest bardziej zbiorem deklarowanych wartości niż kodeksem etycznym z prawdziwego zdarzenia. Powołana przez nią Rada Etyki Mediów, która w założeniu miała pełnić funkcje rady prasowej, jest organem niemającym żadnego realnego przełożenia na rzeczywistość medialną. W Polsce działa kilka stowarzyszeń dziennikarskich, które stworzyły własne kodeksy i sądy koleżeńskie. Ich znaczenie jednak też spada, gdyż młodsze pokolenia dziennikarzy niechętnie wstępują w szeregi tych organizacji. Z badania przeprowadzonego w 2018 roku na grupie ponad 200 dziennikarzy wynika, że tylko 49,8% badanych zadeklarowało, że w ich redakcji obowiązuje spisany kodeks etyki dziennikarskiej. Więcej niż co czwarty badany (26,4%) stwierdził, że takiego dokumentu nie ma, 23,9% nie miało wiedzy na ten temat. 71,7% ankietowanych stwierdziło, że zna kodeks obowiązujący w redakcji, 28,3% było przeciwnego zdania²⁶. Z informacji dostępnych publicznie wiadomo, że tylko w wybranych redakcjach funkcjonują redaktorzy do spraw standardów dziennikarskich (np. TVN24), komisje etyki dziennikarskiej (media publiczne) lub są na bieżąco aktualizowane kodeksy etyki dziennikarskiej (np. „Gazeta Wyborcza” lub Wirtualna Polska). Niewiele jednak wiadomo o podejmowanych przez te redakcje działaniach, które miałyby podnosić jakość publikowanych materiałów, brakuje również prób transparentnego rozliczania się przez media z popełnionych błędów warsztatowych. Rośnie natomiast znaczenie organizacji pozarządowych zajmujących się monitorowaniem jakości mediów i publikowaniem raportów na temat obiektywności i niezależności przekazów medialnych (można tu wskazać m.in. działania Instytutu Zamenhofa oraz Instytutu Dyskursu i Dialogu). Pewną formą instrumentów odpowiedzialności mediów są działania podejmowane także przez media branżowe, takie jak miesięcznik „Press” czy portal Wirtualne Media, które regularnie opisują przypadki łamania zasad etyki dziennikarskiej przez poszczególne redakcje.

Zarysowany powyżej obraz instrumentów odpowiedzialności mediów w Polsce pozostaje niepełny, bowiem – jak wskazano we wstępie – obszar ten wymaga dalszych systemowych pogłębionych badań medioznawczych. Na podstawie dostępnych informacji można jednak postawić tezę, że Polska nie wykorzystuje możliwości w zakresie zwiększania odpowiedzialności mediów, które sprawnie działają w innych krajach. Z pewnością brakuje poważnej, uznawanej przez wszystkie redakcje,

²⁶ M. CHLEBOWSKI, *Dziennikarzy portret własny...*

niezależnej od państwa rady prasowej, która stanowiłaby z jednej strony miejsce rozpatrywania skarg odbiorców i reagowania na nadużycia, a z drugiej, byłaby forum refleksji nad etyką i wyzwaniem stojącymi przed dziennikarzami w Polsce w trzeciej dekadzie XXI wieku. Warto tu wskazać, że są inne kraje bloku wschodniego, które skutecznie takie rady zbudowały już w latach 90. i obecnie mają kilkunastoletnie doświadczenie w umacnianiu standardów dziennikarskich. Polskie media nie wdrożyły też bardzo skutecznego narzędzia, jakie stanowią news ombudsmeni (co np. zrobiła Tunezja po wiosnie arabskiej), przez co nie udaje się korzystać z wymiany międzynarodowej i wieloletniego dorobku The Organization of News Ombudsmen and Standards Editors. Inne formy pociągania dziennikarzy do odpowiedzialności przed odbiorcami mają charakter nieformalny i rozproszony, a zatem nie tworzą spójnego systemu odpowiedzialności mediów, tej rozumianej jako *media accountability*. Pewną nadzieję daje powołanie w 2023 roku Rady Polskich Mediów, która zrzesza redaktorów naczelnych ponad 20 największych redakcji w Polsce²⁷. Inicjatywa, jeśli przetrwa, ma szansę przyczynić się – według zapowiedzi jej twórców – do budowania standardów dziennikarskich, a w konsekwencji do stworzenia nowego systemu odpowiedzialności mediów w Polsce.



BIBLIOGRAFIA

- BĄKOWICZ K., *Dezinformacja – instrukcja obsługi*, Warszawa 2023.
- BERTRAND C.-J., *Media Ethics & Accountability Systems*, London 2000.
- CHLEBOWSKI M., *Dziennikarzy portret własny*, Kraków 2020.
- DOBEK-OSTROWSKA B., GŁOWACKI M., KUŚ M., *Poland. Accountability in the Making*, [w:] *The European Handbook of Media Accountability*, red. T. EBERWEIN, S. FENGLER, M. KARMAŠIN, London–New York 2018.
- FENGLER S. ET AL., *Media Accountability. A Global Perspective*, [w:] *The Global Handbook of Media Accountability*.
- GŁOWACKI M. ET AL., *Researching Media and Democracy Researchers. Monitoring Capabilities in Poland*, „Media and Communication” 2024, vol. 12, Article 7239.
- GŁOWACKI M., *Dziennikarze polscy w świetle studiów porównawczych systemów odpowiedzialności mediów w Europie*, „Studia Medioznawcze” 2013, nr 1 (52), s. 29-43.

²⁷ Zob. Rada Polskich Mediów, www.radamedioiw.pl (dostęp: 22.02.2024).

- GŁOWACKI M., KUŚ M., *Media Accountability Meets Media Polarisation*, [w:] *Media Accountability in the Era of Post-Truth Politics. European Challenges and Perspectives*, red. T. EBERWEIN, S. FENGLER, M. KARMASIN, London–New York 2019, <https://doi.org/10.4324/9781351115780-7>.
- HALLIN D.C., MANCINI P., *Systemy medialne. Trzy modele mediów i polityki w ujęciu porównawczym*, przeł. M. Lorek, Kraków 2007.
- HODGES L., *Accountability in Journalism*, „Journal of Mass Media Ethics” 2004, vol. 19, no. 3-4, s. 173-180.
- INGARDEN R., *Ontyczne podstawy odpowiedzialności*, [w:] T. Filek, *Filozofia odpowiedzialności XX wieku. Teksty źródłowe*, Kraków 2004.
- MCQUAIL D., *Teoria komunikowania masowego*, przeł. M. Bucholc, A. Szulżycka, Warszawa 2007.
- Media Accountability in the Era of Post-Truth Politics. European Challenges and Perspectives*, red. T. EBERWEIN, S. FENGLER, M. KARMASIN, London–New York 2019.
- PORLEZZA C., *Accuracy in Journalism*, [w:] *Oxford Research Encyclopedia of Communication*, Oxford 2019, <https://doi.org/10.1093/acrefore/9780190228613.013.773>.
- SOBCZAK J., *Etyczne uwarunkowania funkcjonowania mediów. Część 2*, „Studia Medioznawcze” 2014, nr 2.
- The Global Handbook of Media Accountability*, red. T. EBERWEIN, S. FENGLER, M. KARMASIN, London–New York 2022.
- The Media Self-Regulation Guidebook*, red. A. HULIN, J. SMITH, The OSCE Representative on Freedom of the Media, Vienna 2008.
- URBANIAK P., *System odpowiedzialności mediów jako przejaw samoregulacyjnych mechanizmów kształtowania rynku medialnego*, „Studia Medioznawcze” 2011, nr 2 (45), s. 58-69.

ŹRÓDŁA INTERNETOWE

- About ONO, <https://www.newsombudsmen.org/about-ono/>.
<https://rsf.org/en/index>.
- Karta Etyczna Mediów, <https://www.rem.net.pl/services.php>.
- Rada Polskich Mediów, <http://www.radamedioiw.pl>.



STRESZCZENIE

Polski system medialny od lat zмага się z kryzysem wynikającym m.in. z polaryzacji politycznej, ingerencji państwa odczytywanych jako ograniczenie wolności słowa, zmian własnościowych na rynku mediów i tych wynikających z postępu technologicznego. W wielu krajach receptą na kryzys jakości mediów są mechanizmy sa-

moregulacji, np. kodeksy etyczne, rady prasowe czy stanowiska news ombudsmenów, które zwiększają transparentność i profesjonalizm mediów. W Polsce jednak te rozwiązania są słabo rozwinięte lub nie funkcjonują efektywnie. Celem artykułu jest analiza tych mechanizmów i wskazanie możliwości ich wdrożenia w Polsce, by poprawić standardy dziennikarstwa i odbudować zaufanie społeczne do mediów.

Słowa kluczowe: odpowiedzialność mediów, etyka mediów, samoregulacja mediów, dziennikarstwo



ABSTRACT

The Polish media system has been struggling for years with a crisis resulting from political polarization, state interference perceived as a restriction on freedom of speech, ownership changes in the media market, and those driven by technological progress. In many countries, media self-regulation mechanisms—such as ethical codes, press councils, and news ombudsmen—serve as a remedy for the decline in media quality by increasing transparency and professionalism. However, in Poland, these solutions are either underdeveloped or ineffective. The aim of this article is to analyze these mechanisms and explore the possibilities of their implementation in Poland to improve journalistic standards and restore public trust in the media.

Keywords: media accountability, media ethics, self-regulation, journalism