

# INSTYTUCJE NADZORU REKLAMOWEGO

389

## Rada Reklamy



- Związek Stowarzyszeń Rada Reklamy jest związkiem stowarzyszeń branżowych oraz organem samoregulacji powołanym dla budowania, promocji i ochrony zasad, jakimi powinni kierować się przedsiębiorcy zajmujący się działalnością reklamową na terytorium Rzeczypospolitej Polskiej.
- Rada opracowała Kodeks Etyki Reklamy.
- [www.radareklamy.pl](http://www.radareklamy.pl)

390

## Komisja Etyki Reklamy

- Komisja Etyki Reklamy (KER) jest organem rozstrzygającym o zgodności przekazów reklamowych z Kodeksem Etyki Reklamy.
- W skład KER wchodzi 30 arbitrów powoływanych przez przedstawicieli trzech środowisk związanych z reklamą: reklamodawców, media oraz agencje reklamowe.
- Zarząd Rady Reklamy powołuje dodatkowo arbitra-referenta, który odpowiada za badanie spełniania przez wpływające skargi wymogów formalnych, wspomaga również pracę zespołów orzekających.
- Osoby zasiadające w KER są ekspertami z wieloletnim doświadczeniem w dziedzinie reklamy, mediów oraz marketingu.

<https://www.radareklamy.pl/komisja-etyki-reklamy> 391

## Komisja Etyki Reklamy

- rozpatruje skargi składane przez konsumentów, organizacje oraz firmy
- współpracuje z Urzędem Ochrony Konkurencji i Konsumentów oraz Krajową Radą Radiofonii i Telewizji

# Urząd Ochrony Konkurencji i Konsumentów

- ❑ polski urząd antymonopolowy obsługujący Prezesa Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, który jest centralnym organem administracji rządowej, działający na podstawie ustawy z dnia 16 lutego 2007 r. o ochronie konkurencji i konsumentów
- ❑ organizację Urzędu określa statut nadany w drodze zarządzenia przez Prezesa Rady Ministrów



393

## Prezes UOKiK

- ❑ Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów jest centralnym organem administracji rządowej właściwym w sprawach ochrony konkurencji i konsumentów.
  - Prezes Rady Ministrów sprawuje nadzór nad działalnością Prezesa Urzędu.

394

# UOKiK – zadania

- 1) sprawowanie kontroli przestrzegania przez przedsiębiorców przepisów ustawy;
- 2) wydawanie decyzji w sprawach praktyk ograniczających konkurencję, w sprawach koncentracji przedsiębiorców oraz w sprawach praktyk naruszających zbiorowe interesy konsumentów, a także innych decyzji przewidzianych w ustawie;
- 3) prowadzenie badań stanu koncentracji gospodarki oraz zachowań rynkowych przedsiębiorców;
- 4) przygotowywanie projektów rządowych programów rozwoju konkurencji oraz projektów rządowej polityki konsumenckiej;
- 5) współpraca z krajowymi i międzynarodowymi organami i organizacjami, do których zakresu działania należy ochrona konkurencji i konsumentów;
- 6) wykonywanie zadań i kompetencji organu ochrony konkurencji państwa członkowskiego Unii Europejskiej, określonych w rozporządzeniu nr 1/2003/WE oraz w rozporządzeniu nr 139/2004/WE;
- 7) wykonywanie zadań i kompetencji właściwego organu oraz jednolitego urzędu łącznikowego państwa członkowskiego Unii Europejskiej, określonych w rozporządzeniu nr 2006/2004/WE;
- 8) opracowywanie i przedkładanie Radzie Ministrów projektów aktów prawnych dotyczących ochrony konkurencji i konsumentów;
- 9) przedkładanie Radzie Ministrów okresowych sprawozdań z realizacji rządowych programów rozwoju konkurencji i polityki konsumenckiej;
- 10) współpraca z organami samorządu terytorialnego, w zakresie wynikającym z rządowej polityki konsumenckiej;
- 11) inicjowanie badań towarów, wykonywanych przez organizacje konsumenckie;
- 12) opracowywanie i wydawanie publikacji oraz programów edukacyjnych popularyzujących wiedzę o ochronie konkurencji i konsumentów;
- 13) występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów;
- 14) realizacja zobowiązań międzynarodowych Rzeczypospolitej Polskiej w zakresie współpracy i wymiany informacji w sprawach ochrony konkurencji i konsumentów oraz pomocy publicznej;
- 15) gromadzenie i upowszechnianie orzecznictwa w sprawach z zakresu ochrony konkurencji i konsumentów, w szczególności przez zamieszczanie decyzji Prezesa Urzędu na stronie internetowej Urzędu;
- 16) współpraca z Szefem Krajowego Centrum Informacji Kryminalnych w zakresie niezbędnym do realizacji jego zadań ustawowych;
- 17) wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub ustawach odrębnych.

395

## uprawnienia Prezesa UOKiK

### Prezes Urzędu w drodze decyzji:

- uznaje dane praktyki przedsiębiorców za ograniczające konkurencję i nakazuje zaniechanie ich stosowania
- wydaje zgodę na dokonanie koncentracji przedsiębiorców
- uznaje dane praktyki przedsiębiorców za naruszające zbiorowe interesy konsumentów i nakazuje zaniechanie jej stosowania

396

# Prezes UOKiK

## Art. 81 ust. 1 ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

- Od decyzji Prezesa Urzędu przysługuje odwołanie do sądu ochrony konkurencji i konsumentów w terminie dwutygodniowym od dnia jej doręczenia.

397

## kompetencje w zakresie reklamy

- Konsument, który został wprowadzony w błąd przez nieuczciwą reklamę mogą skorzystać z **bezpłatnej pomocy prawnej**.
- Telefoniczne porady udzielane są pod numerami 801 440 220 i 22 290 89 16, natomiast pisemne pod adresem [porady@dlakonsumentow.pl](mailto:porady@dlakonsumentow.pl).
- Pomoc znajdziesz też u [rzeczników konsumentów](#) i [inspekcji handlowej](#).
- Jeśli dochodzisz swoich praw przed sądem, przypominamy, że **prawomocne decyzje Prezesa UOKiK mają charakter prejudykatu w postępowaniu sądowym**.
  - Oznacza to, że ustalenia Prezesa UOKiK co do faktu stosowania praktyki naruszającej zbiorowe interesy konsumentów są dla sądu wiążące. Nie musi on w tym zakresie prowadzić własnego postępowania dowodowego (por. [postanowienie Sądu Najwyższego z dnia 23 kwietnia 2015 r., III SK 61/14](#)).

## kary w gestii UOKiK

- Prezes UOKiK ma możliwość nakładania na przedsiębiorców kar finansowych za praktyki godzące w konsumentów. Maksymalna sankcja w takim przypadku może wynieść do 10 proc. obrotu osiągniętego w roku obrotowym poprzedzającym rok nałożenia kary.
- Prezes UOKiK może nałożyć karę w wysokości do 50-krotności przeciętnego wynagrodzenia na osobę pełniącą funkcję kierowniczą u przedsiębiorcy, jeśli utrudnia ona przeprowadzenie kontroli.
- por. art. 106 i nast. ustawy o ochronie konkurencji i konsumentów

399

## Inspekcja Handlowa

- wyspecjalizowany organ kontroli państwowej powołany do ochrony interesów i praw konsumentów oraz interesów gospodarczych państwa
- działa na podstawie ustawy z dnia 15 grudnia 2000 r. o Inspekcji Handlowej

# Inspekcja Handlowa – zadania

- ❑ kontrola legalności i rzetelności działania przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą w rozumieniu przepisów odrębnych w zakresie produkcji, handlu i usług;
- ❑ kontrola wyrobów wprowadzonych do obrotu w zakresie zgodności z zasadniczymi lub innymi wymaganiami określonymi w przepisach odrębnych z wyłączeniem produktów podlegających nadzorowi innych właściwych organów;
- ❑ kontrola produktów w rozumieniu ustawy z dnia 12 grudnia 2003 r. o ogólnym bezpieczeństwie produktów w zakresie spełniania ogólnych wymagań dotyczących bezpieczeństwa;
- ❑ kontrola substancji chemicznych, preparatów chemicznych, wyrobów i detergentów przeznaczonych dla konsumentów w zakresie określonym w ustawie z dnia 11 stycznia 2001 r. o substancjach i preparatach chemicznych
- ❑ kontrola produktów znajdujących się w obrocie handlowym lub przeznaczonych do wprowadzenia do takiego obrotu, w tym w zakresie oznakowania i zafałszowań, oraz kontrola usług;
- ❑ kontrola przestrzegania przez sprzedawców detalicznych i sprzedawców hurtowych przepisów art. 41 pkt 2 i 3 ustawy z dnia 29 lipca 2005 r. o zużytych sprzęcie elektrycznym i elektronicznym
- ❑ kontrola przestrzegania przez sprzedawców detalicznych i sprzedawców hurtowych przepisów art. 8, art. 9, art. 10 ust. 1, art. 11, art. 31 ust. 3, art. 48–50, art. 53 oraz art. 54 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 24 kwietnia 2009 r. o bateriach i akumulatorach
- ❑ podejmowanie mediacji w celu ochrony interesów i praw konsumentów;
- ❑ organizowanie i prowadzenie stałych polubownych sądów konsumenckich;
- ❑ prowadzenie poradnictwa konsumenckiego;
- ❑ wykonywanie innych zadań określonych w ustawie lub przepisach odrębnych.

## Inspekcja Handlowa

- ❑ Zadania Inspekcji wykonują:
  - Prezes Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów
  - wojewodowie przy pomocy wojewódzkich inspektorów inspekcji handlowej wchodzących w skład zespolonej administracji rządowej w województwach.
- ❑ Działalnością IH kieruje Prezes UOKiK przy pomocy Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów.

# powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów

- wykonuje zadania powiatu w zakresie ochrony praw konsumentów

## powiatowy (miejski) rzecznik konsumentów – zadania

- zapewnienie bezpłatnego poradnictwa konsumenckiego i informacji prawnej w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- składanie wniosków w sprawie stanowienia i zmiany przepisów prawa miejscowego w zakresie ochrony interesów konsumentów,
- występowanie do przedsiębiorców w sprawach ochrony praw i interesów konsumentów,
- współdziałanie z właściwymi miejscowo delegaturami Urzędu Ochrony Konkurencji i Konsumentów, organami Inspekcji Handlowej oraz organizacjami konsumenckimi,
- wytaczanie powództw na rzecz konsumentów oraz wstępowanie za ich zgodą, do toczącego się postępowania w sprawach o ochronę interesów konsumentów,
- występowanie w sprawach o wykroczenia na szkodę konsumentów.



## organizacje konsumenckie

- niezależne od przedsiębiorców i ich związków organizacje społeczne, do których zadań statutowych należy ochrona interesów konsumentów;
- mogą prowadzić działalność gospodarczą na zasadach ogólnych, o ile dochód z działalności służy wyłącznie realizacji celów statutowych
- podstawa ich działania – *ustawa o ochronie konkurencji i konsumentów*

## organizacje konsumenckie

- reprezentują interesy konsumentów wobec organów administracji rządowej i samorządowej i mogą uczestniczyć w realizacji rządowej polityki konsumenckiej

## organizacje konsumenckie – zadania

- 1) wyrażania opinii o projektach aktów prawnych i innych dokumentów dotyczących praw i interesów konsumentów;
- 2) opracowywania i upowszechniania konsumenckich programów edukacyjnych;
- 3) wykonywania testów produktów i usług oraz publikowania ich wyników;
- 4) wydawania czasopism, opracowań badawczych, broszur i ulotek;
- 5) prowadzenia nieodpłatnego poradnictwa konsumenckiego oraz udzielania nieodpłatnej pomocy konsumentom w dochodzeniu ich roszczeń, chyba że statut organizacji stanowi, że działalność ta jest wykonywana odpłatnie;
- 6) udziału w pracach normalizacyjnych;
- 7) realizowania zadań państwowych w dziedzinie ochrony konsumentów, zlecanych przez organy administracji rządowej i samorządowej;
- 8) ubiegania się o dotacje ze środków publicznych na realizację zadań, o których mowa w pkt 7.

## Federacja Konsumentów

- niezależna organizacja pozarządowa, której głównym celem jest ochrona indywidualnego konsumenta w Polsce.
- służy nieodpłatnie radą i pomocą konsumentom polskim



# Federacja Konsumentów

- w trudniejszych sprawach prawnicy FK:
  - podejmują bezpośrednie interwencje u sprzedawców i producentów,
  - wskazują na nieprawidłowości w sposobie załatwienia reklamacji,
  - powołują się na właściwe przepisy uzasadniające roszczenia klientów
- gdy mediacja zawiedzie, piszą pozwy i prowadzą sprawy sądowe w imieniu konsumentów, próbując rozstrzygnąć spór przed:
  - polubownym sądem konsumenckim
  - w ostateczności przed sądem powszechnym
- Federacja Konsumentów zwolniona jest z opłat sądowych

# Komisja Nadzoru Finansowego

- centralny organ administracji państwowej sprawujący nadzór nad rynkiem finansowym
- powołany na mocy ustawy z dnia 21 lipca 2006 r. o nadzorze nad rynkiem finansowym
- nadzór nad działalnością Komisji sprawuje Prezes Rady Ministrów
  - W skład Komisji wchodzi: przewodniczący, dwóch zastępców przewodniczącego i czterech członków. Przewodniczącego Komisji powołuje prezes Rady Ministrów na pięcioletnią kadencję. Zastępców przewodniczącego powołuje i odwołuje prezes Rady Ministrów na wniosek przewodniczącego.

# Komisja Nadzoru Finansowego – zadania

- ❑ Sprawowanie nadzoru nad rynkiem finansowym, ubezpieczeniowym i emerytalnym
- ❑ Podejmowanie działań służących prawidłowemu funkcjonowaniu rynku finansowego, ubezpieczeniowego i emerytalnego
- ❑ Podejmowanie działań mających na celu rozwój rynku finansowego i jego konkurencyjności
- ❑ Podejmowanie działań edukacyjnych i informacyjnych w zakresie funkcjonowania rynku finansowego
- ❑ Udział w przygotowywaniu projektów aktów prawnych w zakresie nadzoru nad rynkiem finansowym, ubezpieczeniowym i emerytalnym
- ❑ Stwarzanie możliwości polubownego i pojednawczego rozstrzygania sporów między uczestnikami rynku finansowego, w szczególności sporów wynikających ze stosunków umownych między podmiotami podlegającymi nadzorowi Komisji, a odbiorcami usług świadczonych przez te podmioty

<https://www.pb.pl/knf-wprowadzila-zbior-zasad-reklamy-instytucji-finansowych-457785>

## KNF a reklama

- ❑ KNF może nałożyć karę finansową na towarzystwa ubezpieczeniowe, fundusze inwestycyjne i banki nieprzestrzegające obowiązującego prawa.
- ❑ KNF stosuje istniejące regulacje: w przypadku banków - Prawo bankowe, w przypadku towarzystw ubezpieczeniowych - ustawę o działalności ubezpieczeniowej, w przypadku funduszy inwestycyjnych - ustawę o funduszach inwestycyjnych. Ponadto ma obowiązek stosować zapisy ustawy o przeciwdziałaniu nieuczciwym praktykom rynkowym, jeśli banki, towarzystwa ubezpieczeniowe i fundusze inwestycyjne stosują nieuczciwą reklamę.
- ❑ Maksymalny wymiar kary, którą może nałożyć KNF, zależy od instytucji. W przypadku banków maksymalna kara finansowa wynosi 1 mln zł, funduszy - 0,5 mln zł, a towarzystw ubezpieczeniowych - 0,5 proc. składki zebranej w poprzednim roku.

# ZASADY REKLAMOWANIA USŁUG BANKOWYCH

- uchwała KNF z 2 października 2008 r.
- zbiór zasad precyzuje oczekiwania Komisji Nadzoru Finansowego co do sposobu reklamowania usług przez banki a także na rzecz banków

[https://www.knf.gov.pl/?articleId=52104&p\\_id=18](https://www.knf.gov.pl/?articleId=52104&p_id=18)

413

## Państwowa Inspekcja Farmaceutyczna



- państwowa instytucja kontroli i nadzoru nad produkcją i obrotem produktami leczniczymi.
- podlega Ministrowi Zdrowia
- pracami Inspekcji kieruje Główny Inspektor Farmaceutyczny
  - Główny Inspektor Farmaceutyczny, będący centralnym organem administracji rządowej i wykonujący swe zadania przy pomocy Głównego Inspektoratu Farmaceutycznego
  - na szczeblu województw funkcjonują Wojewódzkie Inspektoraty Farmaceutyczne

414

# Państwowa Inspekcja Farmaceutyczna

- kontroluje wytwarzanie i import produktów leczniczych, a także warunki obrotu produktów leczniczych oraz wyrobów medycznych
- czuwa nad jakością produktów leczniczych będących w obrocie, kontroluje apteki, hurtownie i pozostałe jednostki prowadzące ten obrót
- nadzoruje jakość leków recepturowych i aptecznych
- kontroluje reklamę produktów leczniczych i oznakowanie ich opakowań**
- pełni nadzór nad obrotem środkami odurzającymi i substancjami psychotropowymi

415



Główny Inspektor Farmaceutyczny

2016-09-08

GIF-P-R-450/15-7/JD/16

Warszawa, dnia .....

## DECYZJA

Na podstawie art. 62 ust. 1, ust. 2 pkt 1 i art. 55 ust. 2 pkt 2 ustawy z dnia 6 września 2001 r. – Prawo farmaceutyczne (Dz. U. z 2008r. Nr 45, poz. 271 z późn. zm.) oraz art. 107 § 1 i art. 104 § 1 i 2 ustawy z dnia 14 czerwca 1960 roku Kodeks postępowania administracyjnego (t.j. 2016 poz. 23 z późn. zm.)

Główny Inspektor Farmaceutyczny

- 1) nakazuje  
Spółce GlaxoSmithKline Consumer Healthcare z siedzibą w Warszawie natychmiastowe zaprzestanie prowadzenia niezgodnej z obowiązującymi przepisami reklamy audiowizualnej produktu leczniczego Voltaren Max kierowanej do publicznej wiadomości w formie spotów emitowanych w stacjach telewizyjnych
- 2) nadaje

decyzji w pkt 1 rygor natychmiastowej wykonalności

## Uzasadnienie

Zgodnie z art. 62 ust. 1 ustawy z dnia 6 września 2001 r. - Prawo farmaceutyczne, Główny Inspektor Farmaceutyczny sprawuje nadzór nad przestrzeganiem przepisów ustawy w zakresie reklamy.

Mając na uwadze wymienione powyżej uprawnienie ustawowe, Główny Inspektor Farmaceutyczny pismem z dnia 20 maja 2016 roku, znak: GIF-P-R-450/15-2/JD/16 wszczął postępowanie administracyjne w związku z podejrzeniem, że prowadzona przez Spółkę GlaxoSmithKline Consumer Healthcare z siedzibą w Warszawie reklama audiowizualna produktu leczniczego Voltaren Max kierowana do publicznej wiadomości w formie spotu emitowanego w stacjach telewizyjnych może naruszać przepisy ustawy - Prawo farmaceutyczne.

416

- KRRiT stoi na straży wolności słowa, prawa do informacji oraz interesu publicznego w radiofonii i telewizji
- członkowie KRRiT są powoływani przez Sejm (2), Senat (1) i Prezydenta Rzeczypospolitej (2)
- KRRiT wydaje rozporządzenia, a w sprawach indywidualnych podejmuje uchwały
- KRRiT udziela koncesji na emitowanie programów RTV

## Krajowa Rada Radiofonii i Telewizji – szczegółowe zadania

- projektowanie w porozumieniu z Prezesem Rady Ministrów kierunku polityki państwowej w dziedzinie radiofonii i telewizji;
- określanie warunków działalności nadawców programów radiowych i telewizyjnych;
- rozpatrywanie wniosków i podejmowanie rozstrzygnięć w sprawach przyznawania koncesji na rozpowszechnianie programów radiowych i telewizyjnych;
- sprawowanie kontroli nad działalnością nadawców w zakresie określonym ustawą;**
- organizowanie badań treści i odbioru programów radiowych i telewizyjnych;**
- określanie wysokości opłat za udzielanie koncesji oraz wpis do rejestru;
- opiniowanie projektów aktów ustawodawczych oraz umów międzynarodowych dotyczących radiofonii i telewizji;
- inicjowanie postępu naukowo – technicznego i kształcenie kadr w dziedzinie radiofonii i telewizji;
- współpraca z właściwymi organizacjami i instytucjami w zakresie ochrony praw autorskich, praw wykonawców, praw producentów oraz nadawców programów radiowych i telewizyjnych;

# największe kary KRRiT

- 1997 - kara 300 tys. na Polsat za pokazanie filmu „Ostry poker w Małym Tokio” przed godz. 23
  - ugoda zmniejszająca karę do 110 tys. zł
- 2002 - kara 300 tys. zł na TVN za „Big Brothera - Bitwy” (przemoc przed 23.00)
- **VI 2004 - kara 1,238 mln zł wobec Polsatu za zbyt częste przerywanie filmów i programów reklamami (tylko w jednym miesiącu stacja na emisji spotów powyżej limitu 12 minut w godzinie zarobiła ponad 15 mln zł)**
  - **kara uchylona przez sąd**
- 2004 i 2006 - dwie kary (400 tys. zł i 500 tys. zł) na Polsat za pokazywanie programów przed 23.00 (show Nieustraszeni - odrażające zadania wobec uczestników)
- 2006 - kara 500 tys. zł na Polsat za odcinek talk show, w którym Kazimiera Szczuka parodiowała występującą na antenie Radia Maryja Magdalenę Buczek
  - SN podtrzymał karę
- 2008 - kara 471 tys. wobec TVN za pokazanie, jak u Kuby Wojewódzkiego wkładano miniaturowe biało-czerwone flagi w psie odchody (zniewaga symbolu narodowego)
  - SN oddalił skargę kasacyjną nadawcy
- 2010 - kara 300 tys. zł za emisję odcinka "Rozmów w toku" zatytułowanego „Najlepsza na świecie jest miłość w klozecie”
  - sądy oddalały apelacje nadawcy
- 2014 - kara 200 tys. zł za emisję filmu „Siła pożądania” w TVN Style (postępowanie wykazało obecność w nim scen o charakterze pornograficznym)
- 2014 - kara 100 zł na TVP Info za program publicystyczny „Bliżej” Jana Pospieszalskiego (drastyczne sceny z wydarzeń na Majdanie w Kijowie bez uzasadnienia)
- 2016 - kara 100 tys. zł wobec Superstacji za słowa Jakuba Wątlego o dziennikarzach TVP (porównanie do „brudnych, śmierdzących gnid” oraz istot pijących i jedzących odchody)
- 2017 kara 1,48 mln zł na TVN za relacje w TVN24 z wydarzeń w dniach 16-18 XII: blokowanie mównicy i protest opozycji (propagowanie działań sprzecznych z prawem i sprzyjanie zachowaniom zagrażającym bezpieczeństwu)
  - uchylona miesiąc później przez przewodniczącego KRRiT

opracowana z inicjatywy Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, podpisana w dniu 29 marca 1995 r. przez prezesów:  
Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, Stowarzyszenia Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej, Katolickiego Stowarzyszenia Dziennikarzy, Syndykatu Dziennikarzy Polskich., Związku Zawodowego Dziennikarzy, Unii Wydawców Prasy, Telewizji Polskiej S.A., Telewizji Polsat, Stowarzyszenia Niezależnych Producentów Filmowych i Telewizyjnych, Polskiego Radia S.A., Stowarzyszenia Radia Publicznego w Polsce, Stowarzyszenia Polskiej Prywatnej Radiofonii, Związku Zawodowego Dziennikarzy Radia i Telewizji, Związku Zawodowego Pracowników Twórczych TVP SA WIZJA oraz przez krajowego duszpasterza środowisk twórczych, ks. Wiesława Niewęglowskiego.

## Karta etyczna mediów

- **Zasada prawdy** - dziennikarze, wydawcy, producenci i nadawcy dokładają wszelkich starań, aby przekazywane informacje były zgodne z prawdą, sumiennie i bez zniekształceń relacjonują fakty w ich właściwym kontekście, a w razie rozpowszechnienia błędnej informacji niezwłocznie dokonują sprostowania
- **Zasada obiektywizmu** - autor przedstawia rzeczywistość niezależnie od swoich poglądów, rzetelnie relacjonuje różne punkty widzenia.
- **Zasada oddzielania informacji od komentarza** - wypowiedź ma umożliwiać odbiorcy odróżnianie faktów od opinii i poglądów.
- **Zasada uczciwości** - działanie w zgodzie z własnym sumieniem i dobrem odbiorcy, nieuleganie wpływom, nieprzekupność, odmowę działania niezgodnego z przekonaniem.
- **Zasada szacunku i tolerancji** - poszanowania ludzkiej godności, praw dóbr osobistych, a szczególnie prywatności i dobrego imienia.
- **Zasada pierwszeństwa dobra odbiorcy** - podstawowe prawa czytelników, widzów, słuchaczy są nadrzędne wobec interesów redakcji, dziennikarzy, wydawców, producentów i nadawców.
- **Zasada wolności i odpowiedzialności** - wolność mediów nakłada na dziennikarzy, wydawców, producentów, nadawców odpowiedzialność za treść i formę przekazu oraz wynikające z nich konsekwencje.



- ❑ organizacja powstała 29 marca 1995 z inicjatywy Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, na mocy Karty Etycznej Mediów,
- ❑ zajmuje się opiniowaniem zachowań dziennikarzy oraz innych spraw istotnych dla mediów i ludzi związanych zawodowo z mediami
- ❑ jej założeniem jest pilnowanie przestrzegania zasad etycznych przez media

[https://pl.wikipedia.org/wiki/Rada\\_Etyki\\_Medi%C3%B3w](https://pl.wikipedia.org/wiki/Rada_Etyki_Medi%C3%B3w)

## dziennikarze w reklamie

- ❑ Dziennikarz występujący w reklamie łamie zasady zapisane w Karcie Etycznej Mediów, traci wiarygodność i szkodzi swojej redakcji - brzmi stanowisko Rady Etyki Mediów

<https://www.wirtualnemediaw.pl/artykul/rada-etyki-mediow-dziennikarze-nie-powinni-wystepowac-w-reklamach-szkodza-sobie-i-redakcjom>

