



Opinia REM w sprawie udziału dziennikarzy w programach reklamowych i sponsorowanych

Red. Marcin Wąsiewicz, Dyrektor Programu Radia Łódź, zwrócił się do REM z prośbą o opinię w sprawie udziału etatowej dziennikarki RŁ w programach łódzkiej telewizji kablowej Toya. *Pani Redaktor - czytamy w jego mailu - jest etatową dziennikarką radiową, głównie informacyjną. Otrzymała zgodę na współpracę z innym nadawcą, w zakresie prowadzenia programów telewizyjnych o profilaktyce zdrowotnej.*

Inspiracją do sięgnięcia po opinię REM był mail od słuchacza, który wskazuje, że programy prowadzone przez dziennikarkę RŁ w telewizji Toya charakteryzuje tzw. lokowanie produktu i ich niezaprzeczalnie reklamowy charakter. *Odnosząc się do zapisów ustawy o sponsoringu, reklamie i lokowaniu produktów, jak mają się te zapisy do wpływania sponsora na treści programu, czy lokowania produktu (felietony w klinice, ekspert w programie). Mówimy o branży medycznej, która nie może się reklamować. Wątpliwości dotyczą roli dziennikarzy w tym programie. (...) Czy swoim wizerunkiem nie wzmocniają przekazu reklamowego i nie uwiarygodniają prezentowanych miejsc i usług - pytał słuchacz. A red. Wąsiewicz informuje REM: Nie chcemy oceniać postępowania i odpowiedzialności nadawcy kablowego, koncentrujemy się na udziale w tym projekcie naszej dziennikarki.*

REM zapoznała się z programami telewizji kablowej Toya, o których mowa. Tak - mamy tu do czynienia ze programem sponsorowanym, lokowaniem produktu, jednym słowem z reklamą.

REM potwierdza swoje, wielokrotnie przedstawiane stanowisko, iż dziennikarze nie mogą występować w reklamie, jeśli nie są na emeryturze i dyskontują w ten sposób lata pracy w zawodzie, albo gdy chodzi o akcje charytatywne lub społeczne.

Zdaniem REM dziennikarz występujący w reklamie nie tylko łamie zasady zapisane w Karcie Etycznej Mediów, bo używa swojej twarzy informacjom, za których prawdziwość (lub niezetelność) odpowiada ktoś inny, autor reklamy. Traci także wiarygodność jako dziennikarz i - jak dziennikarka w opisanym przypadku - szkodzi swojej redakcji, podstawowemu miejscu pracy. Słuchacze

Radia Łódź mogą przecież zapytać, czy jeśli w prowadzonym tam przez ową dziennikarkę programie pewne fakty, wydarzenia lub okoliczności przedstawiane są w korzystnym świetle, to ktoś za to zapłacił, tak, jak autorzy reklam płacą za ich emisję.

W imieniu Rady Etyki Mediów



Ryszard Bańkowicz
Przewodniczący REM

Warszawa, 29 marca 2021 r.