



fot. Canva

OBYWATELSKA AGENCJA RATINGOWA

RAPORT Z KONSULTACJI SPOŁECZNYCH

dot. metodologii prowadzenia audytów obywatelskich
w polskich mediach

Filip A. Gołębiewski

Projekt „Obywatelska Agencja Ratingowa” jest realizowany ze środków Narodowego Instytutu Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego w ramach Rządowego Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich NOWEFIO 2022.

SPIS TREŚCI

WSTĘP	<u>3</u>
UCZESTNICZY SPOTKANIA	<u>4</u>
OBSZARY KONSULTOWANE	<u>5</u>
SPOSOBY DOTARCIA DO REDAKCJI/PODMIOTÓW MEDIALNYCH	<u>6</u>
SPOSOBY FORMOWANIA I FUNKCJONOWANIA ZESPOŁÓW DOKONUJĄCYCH AUDYTÓW OBYWATELSKICH	<u>8</u>
FORMULARZ KONTROLNY W RAMACH AUDYTU OBYWATELSKIEGO	<u>10</u>
ZAŁĄCZNIK 1. - FORMULARZ KONTROLNY AUDYTU OBYWATELSKIEGO	<u>14</u>



WSTĘP

W dniu 16.12.2022 odbyło się spotkanie konsultacyjne dotyczące metodologii prowadzenia audytów obywatelskich w polskich mediach. Zostało ono zrealizowane w ramach projektu "Obywatelska Agencja Ratingowa" dofinansowanego ze środków Rządowego Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich NOWEFIO 2022 Narodowego Instytutu Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego. Miejscem prowadzenia spotkania było Centrum Prasowe Foksal w Warszawie. Było to wydarzenie towarzyszące I Kongresowi Debaty Publicznej organizowanemu przez Instytut Dyskursu i Dialogu. Uczestnictwo w tym wydarzeniu zapowiedziało wielu dziennikarzy, medioznawców, przedstawicieli mediów, NGO, itp. dzięki czemu była możliwość skonsultowania z nimi planowanych działań projektowych.



fot. Natalia Wiczorek



UCZESTNICZY SPOTKANIA

W spotkaniu wzięli udział (1) medioznawcy z następujących uczelni: Uniwersytet Wrocławski, Uniwersytet Warszawski, Uniwersytet SWPS, UMK w Toruniu; (2) dziennikarze i wydawcy z portali wp.pl i onet.pl, Programu 3. Polskiego Radia, Tygodnika "Do Rzeczy", mediów lokalnych; (3) przedstawiciele organizacji pozarządowych: Stowarzyszenia Demagog, Stowarzyszenia Analityków Mediów Elektronicznych, Fundacji BITECH Think Tank, Klubu Jagiellońskiego, Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, a także; (4) osoby postronne, zainteresowane stanem polskich mediów. Spotkanie prowadził i moderował Filip Gołębiewski z Instytutu Dyskursu i Dialogu.



fot. Natalia Wieczorek



OBSZARY KONSULTOWANE

Pierwszym elementem spotkania konsultacyjnego było zaprezentowanie uczestnikom założeń projektu i omówienie kolejnych etapów zaplanowanych we wniosku projektowym. Następnie była możliwość zadawania pytań ogólnych na temat projektu, jego celu, efektów i wskaźników oraz wygłaszania komentarzy. Uczestnicy byli zaintrygowani pomysłem głównym projektu, jakim jest nadawanie not (ratingów) polskim mediom na bazie audytów obywatelskich oraz analiz przekazów medialnych. Następnie zaprezentowany został pomysł podmiotu realizującego projekt (Instytut Dyskursu i Dialogu) na realizację audytów obywatelskich w polskich mediach. Uczestnicy spotkania zasugerowali wyróżnienie następujących obszarów konsultowanych: (1) Sposoby dotarcia do redakcji/podmiotów medialnych, (2) sposoby formowania i funkcjonowania zespołów dokonujących audytów obywatelskich oraz (3) formularz kontrolny w ramach audytu obywatelskiego w podziale na (a) wizytę monitoringową i (b) analizę dokumentacji.



fot. Natalia Wieczorek



SPOSOBY DOTARCIA DO REDAKCJI/PODMIOTÓW MEDIALNYCH

Uczestnikom spotkania pod dyskusję poddane zostały pomysły na sposoby docierania do redakcji medialnych, jakie są planowane do realizacji. Wnioskodawca zamierza:

- wysłać oficjalne listy (drogą pocztową oraz poprzez wiadomość e-mail) na co najmniej 2 miesiące przed planowanym dokonywaniem audytu obywatelskiego w danym medium z wyraźną prośbą o zgodę na jego dokonanie;
- ponowna wysyłka wiadomości e-mail, w przypadku braku odzewu po 7. dniach od pierwszej wysyłki;
- kontakt telefoniczny w przypadku braku odzewu na dotychczas wysłane wiadomości.

Następnie uczestnicy mieli możliwość zgłaszania swoich uwag.

Uwaga konsultacyjna 1: redakcje otrzymują bardzo wiele różnego rodzaju wiadomości, a wiadomość o planowanym audycie obywatelskim może zostać pominięta/zignorowana w natłoku treści. Sugestia, aby próbować nieformalnymi kanałami docierać do dziennikarzy/pracowników danej redakcji i "wymuszać" niejako odzew na oficjalną wiadomość. Ponadto, listy do redakcji powinny być polecane, a nie zwykłe.

Uwaga konsultacyjna 2: prośba o zgodę na dokonanie audytu obywatelskiego jest oczywiście zasadna, ale należy pamiętać, że część mediów (zwłaszcza publicznych) ma obowiązek udzielać informacji w trybie dostępu do informacji publicznej. Tryb ten można także próbować wykorzystać w przypadku braku jakiegokolwiek odpowiedzi - media prywatne też czasem dysponują środkami publicznymi w ramach dofinansowań.



Uwaga konsultacyjna 3: grantodawca jest podmiotem rządowym, co może wzbudzać kontrowersje u części mediów, dlatego warto zaznaczyć w liście wstępnym, że nie jest to żadna forma kontroli mediów ze strony rządu, tylko realizacja działań obywatelskich, które zostały dofinansowane przez NIW-CRSO. Kwestia wolności słowa i mediów jest bardzo delikatna, dlatego należy unikać wszelkich niedopowiedzeń i precyzyjnie zaznaczać co jest celem.

Uwaga konsultacyjna 4: treść listu wstępnego - oprócz informacji o projekcie - powinna zawierać także precyzyjne wyliczenie obszarów do monitorowania oraz dokumentacji wymaganej od podmiotów medialnych na etapie audytów obywatelskich. Dzięki temu media będą mogły podjąć decyzję czy wejść w ten projekt.

Uwaga konsultacyjna 5: należy formułować komunikaty używając języka korzyści, tzn. co media mają zyskać na tym, że wezmą udział w projekcie i poddadzą się audytowi obywatelskiemu.

Uwaga konsultacyjna 6: należy bardzo wyraźnie zaznaczyć minusy dla redakcji płynące z rezygnacji z udziału w projekcie. Warto dodać, że poddanie się audytowi obywatelskiemu już samo w sobie pokazuje transparentność mediów i sprawia, że ocena danego medium w raporcie podsumowującym będzie wyższa niż wobec mediów, które nie poddały się ocenie.

Uwaga konsultacyjna 7: w korespondencji wstępnej należy podkreślać do jakich innych redakcji zostały wysłane pisma.

Uwaga konsultacyjna 8: należy rozróżnić media prywatne od publicznych i kierować do nich różne komunikaty. Media publiczne - od razu należy zastosować tryb informacji publicznej.



SPOSOBY FORMOWANIA I FUNKCJONOWANIA ZESPOŁÓW DOKONUJĄCYCH AUDYTÓW OBYWATELSKICH

Uczestnicy spotkania zostali zapoznani z pomysłem wnioskodawcy na sformułowanie zespołów, które dokonywać będą audytów obywatelskich:

- 5-osobowe zespoły mające pod swoją pieczęć 5 redakcji medialnych;
- każdy zespół składający się z wolontariuszy INDID + co najmniej 1. osoby 60+ (seniorzy);
- wszystkie osoby w zespole odwiedzają daną redakcję medialną i dokonują czynności przewidzianych w formularzu kontrolnym, a następnie dokonują analizy dokumentacji przesłanej przez redakcję.

Następnie uczestnicy mieli możliwość zgłaszania swoich uwag.

Uwaga konsultacyjna 9: zespół 5-osobowy odwiedzający redakcję to błąd. Zbyt dużo osób, może to być trudne logistycznie i zniechęcające dla redakcji. W zupełności wystarczyłyby 2 osoby odwiedzające redakcję.

Uwaga konsultacyjna 10: niezbędna jest specjalizacja w ramach zespołu. Część osób mogłaby odwiedzać redakcje medialne (np. trzy), a pozostałe zajmować się analizą otrzymanej dokumentacji. W ramach samej wizyty warto także zadbać o różnorodność perspektyw, inkluzywność i być może otwarcie się na osoby z niepełnosprawnościami.



Uwaga konsultacyjna 11: włączanie seniorów w działania wizytacyjne w ramach audytów obywatelskich jest chwalebne, jednak bardzo trudne logistycznie. Często są to osoby, które wychowane zostały w poprzednim systemie i nie do końca mogą rozumieć swoją rolę - osób dokonujących swego rodzaju kontroli obywatelskiej. Mogą czuć nadmierny respekt przed osobami reprezentującymi redakcję, zwłaszcza znanymi dziennikarzami.

Uwaga konsultacyjna 12: ważne jest aby każdy z zespołów 5-osobowych posiadał lidera, który będzie odpowiedzialny za funkcjonowanie zespołu i zajmie się koordynowaniem jego działań. Taka osoba powinna też być odpowiedzialna za raportowanie do kierownika projektu nt. postępów w pracach.

Uwaga konsultacyjna 13: zespoły muszą mieć przygotowaną formatkę konkretnych zadań do wykonania, najlepiej w dokumencie dzielnym (np. Excel na Google Drive). Mogłyby w nim odznaczać kolejne etapy zrealizowanych prac.

Uwaga konsultacyjna 14: zespoły powinny się ze sobą wzajemnie komunikować i dzielić doświadczeniami. Powinno się to odbywać w trybie regularnym, np. raz na miesiąc. Byłaby to też dobra okazja do podsumowań i udzielania sobie wzajemnie wskazówek.

Uwaga konsultacyjna 15: w ramach zespołów powinna być zachowana równowaga płciowa, tzw. *gender balance*. Dzięki temu zachowana będzie także różnorodność perspektyw.

Uwaga konsultacyjna 16: zespołom musi być zapewnione wsparcie techniczne i motywacyjne, gdyż w tym projekcie jest duże ryzyko odmów.



FORMULARZ KONTROLNY W RAMACH AUDYTU OBYWATELSKIEGO

W trzecim etapie spotkania uczestnicy zostali zaznajomieni z bodaj najważniejszym elementem będącym pomysłem wnioskodawcy na konkretną realizację audytów obywatelskich w przypadku zgody danej redakcji na udział w projekcie. Najpierw omawiany był przebieg samej wizyty audytorów i zawartość formularza kontrolnego:

- podczas wizyty dokonywany jest ogląd pomieszczeń redakcyjnych pod kątem dostosowania ich do potrzeb osób z niepełnosprawnościami (progi, schody, podjazdy, liczba pięter, szerokość wejść/przejść między pomieszczeniami, miejsca parkingowe);
- podczas wizyty przeprowadzane są co najmniej dwa wywiady z osobami reprezentującymi redakcję: przedstawicielem dziennikarzy i przedstawicielem wydawcy;
- podczas wizyty liczona jest liczba dostępnych stanowisk pracy wraz z oceną infrastruktury.

Następnie uczestnicy mieli możliwość zgłaszania swoich uwag.

Uwaga konsultacyjna 17: w ramach oglądu i oceny pod kątem dostosowania do potrzeb osób z niepełnosprawnościami należy wcielać zapisy *Konwencji o prawach osób niepełnosprawnych*, która jest dokumentem kompleksowym w tym względzie.

Uwaga konsultacyjna 18: zespoły odwiedzające redakcje muszą być wyposażone w odpowiedni sprzęt służący do mierzenia szerokości przejść/przejazdów oraz kątów nachylenia podjazdów.

Uwaga konsultacyjna 19: przeprowadzenie dwóch wywiadów z przedstawicielami redakcji może być bardzo trudne jednego dnia. Warto rozważyć przeprowadzenie tego online w terminie późniejszym.



Uwaga konsultacyjna 20: wizyta w ramach audytu obywatelskiego powinna być poprzedzona analizą dokumentacji pozyskanej od danej redakcji medialnej. Dzięki temu można będzie poruszyć wątki, które wyłoniły się podczas analiz.

Uwaga konsultacyjna 21: podczas odwiedzania redakcji należy wyraźnie rozróżnić przedstawicieli wydawcy (koncernu?) od samych dziennikarzy. To bardzo ważne z perspektywy zachowywania zasad niezależności dziennikarskiej. Dużo się mówi o przejmowanie mediów przez podmioty państwowe (np. Orlen), więc warto sprawdzić jak to się przekłada na konkretne sposoby funkcjonowania.

Uwaga konsultacyjna 22: ogląd infrastruktury redakcyjnej powinien się wiązać ze sprawdzeniem realnych warunków pracy. Nie chodzi o te deklarowane, ale faktyczne - czy przestrzegane są prawa pracownicze.



fot. Natalia Wieczorek



Po sformułowaniu uwag konsultacyjnych nt. samych wizyt w redakcjach medialnych omówiona została kwestia niezbędnej dokumentacji. Prezentujący zaprezentował założenia pomysłu:

- potrzebna będzie dokumentacja dotycząca liczby osób zatrudnionych w redakcji wraz z przyporządkowaniem formy zatrudnienia;
- potrzebna będzie dokumentacja dotycząca budżetów redakcji za 3 ostatnie lata;
- potrzebna będzie dokumentacja dotycząca liczby i wartości reklam zamieszczanych w mediach z podziałem na spółki skarbu państwa i inne;
- potrzebna będzie dokumentacja nt. siatki wynagrodzeń w redakcji z podziałem na rodzaj stanowiska;
- potrzebna będzie dokumentacja dotycząca ewentualnych toczących się postępowań sądowych wobec redakcji w podziale na postępowania cywilne i karne (w szczególności z art. 212 KK).

Następnie uczestnicy mieli możliwość zgłaszania swoich uwag.

Uwaga konsultacyjna 23: próba uzyskania dokumentacji dotyczącej budżetów redakcji za ostatnie 3 lata będzie graniczyła z cudem. O ile w przypadku mediów publicznych można liczyć, że w trybie dostępu do informacji publicznej redakcja jest zobligowana do przesłania takiej dokumentacji, to w mediach prywatnych będzie to bardzo trudne.

Uwaga konsultacyjna 24: z całą pewnością redakcje będą niechętne do przesyłania jakichkolwiek konkretnych skanów dokumentów. To, na co można ewentualnie liczyć, to zestawienia przygotowane na bazie tychże dokumentów. Takie zestawienia mogłyby być przesyłane przez media, jednak trzeba by im precyzyjnie przygotować formatkę do takiego zestawienia.



Uwaga konsultacyjna 25: nie można żądać jakiegokolwiek dokumentacji, która ujawniałaby dane osobowe. Trzeba zadbać o przestrzeganie przepisów RODO i w przypadku przekazywania jakiegokolwiek dokumentacji (czy to konkretnych dokumentów czy to zestawień/rejestrów) podpisać stosowne zgody ze strony redakcji i jej przedstawicieli.

Uwaga konsultacyjna 26: w przypadku reklam jest to z pewnością objęte tajemnicą handlową, jednak jeśli chodzi o wartości reklam ze spółek skarbu państwa, to można zawnieioskować o to w trybie dostępu do informacji publicznej.

Uwaga konsultacyjna 27: procesy sądowe są stałym elementem funkcjonowania redakcji. Ważne by było, aby dopytać ile z tych procesów zostało wygranych przez redakcję, a ile przegranych. Zwłaszcza w kontekście art. 212 KK. To mógłby być ważny wskaźnik.

Uwaga konsultacyjna 28: jeśli chodzi o formułę współpracy dziennikarzy z redakcjami, to najczęściej jest to tzw. B2B, czyli dziennikarze zakładają 1-osobową działalność gospodarczą i świadczą usługi na rzecz redakcji, co jest omijaniem prawa pracy i unikaniem płacenia składek ZUS przez redakcje.

Uwaga konsultacyjna 29: wnioskowanie o ujawnienie siatki wynagrodzeń w teorii powinno być ok, ale bez żadnych nazwisk. W praktyce jednak marne są szanse, że redakcje będą to ujawniać, nawet w formie zestawień.



ZAŁĄCZNIK 1. - FORMULARZ KONTROLNY AUDYTU OBYWATELSKIEGO

Dokument poddawany konsultacjom społecznym:

Metodologia dokonywania audytów obywatelskich - formularz kontrolny

w ramach projektu „Obywatelska Agencja Ratingowa”

Podczas wizyty w redakcji medialnej sprawdź:

1. Czy zewnętrzna część budynku redakcji jest dostosowana do potrzeb osób z niepełnosprawnościami:

- czy jest podjazd dla osób poruszających się na wózkach?
- czy jest wyraźnie wyodrębnione i oznaczone miejsce parkingowe dla osób z niepełnosprawnościami?
- czy miejsca parkingowe mają odpowiednią szerokość?

2. Czy wewnątrz budynku redakcji jest dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami:

- czy w siedzibie redakcji są progi, które uniemożliwiają ich przekroczenie osobom poruszającym się na wózkach (jeśli tak, to ile: ...)?
- czy znajdują się tam korpusy schodów (jeśli tak, to ile ...)?
- czy budynek jest wyposażony w windę lub podjazdy wewnętrzne dla osób z niepełnosprawnościami?
- czy szerokość korytarza umożliwia poruszenie się osobom na wózkach?
- czy toalety są dostosowane do potrzeb osób z niepełnosprawnościami?

3. Jak wielu pracowników zatrudnia redakcja?

- na umowę o pracę: ...
- na podstawie umów cywilnoprawnych: ...
- na podstawie tzw. samozatrudnienia: ...
- inne: ...

4. Jaka jest średnia wynagrodzeń brutto w redakcji?

- na szczeblu kierowniczym: ...
- na szczeblu pracowników merytorycznych podlegających bezpośrednio kierownictwu: ...
- na najniższym szczeblu: ...
- inne: ...

Projekt „Obywatelska Agencja Ratingowa” jest realizowany ze środków Narodowego Instytutu Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego w ramach Rządowego Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich NOWEFIO 2022.



5. Jaka jest liczba kontraktów reklamowych podpisanych przez zarząd redakcji/medium?

- a. w 2022 r.: (w tym ze spółkami Skarbu Państwa: ...)
- b. w 2021 r.: (w tym ze spółkami Skarbu Państwa: ...)
- c. w 2020 r.: (w tym ze spółkami Skarbu Państwa: ...)

6. Jaka jest średnia wartość (w PLN) kontraktu reklamowego zawartego przez zarząd redakcji medium?

- a. w 2022 r.: (w tym ze spółkami Skarbu Państwa: ...)
- b. w 2021 r.: (w tym ze spółkami Skarbu Państwa: ...)
- c. w 2020 r.: (w tym ze spółkami Skarbu Państwa: ...)

7. Ile procesów sądowych w ostatnich trzech latach było toczonych przeciwko redakcji lub przedstawicielom redakcji?

- a. w ramach postępowań cywilnych
- b. w ramach postępowań karnych (w tym z art. 212 KK)

8. Oceń stanowiska pracy w redakcji:

- a. liczba biurk wraz z pełnym wyposażeniem (komputer, telefon, drukarka, fotel):.....
- b. jakość foteli przy stanowiskach pracy w skali od 1-5 (jeśli są):

.....

c. uwagi:.....

.....

.....

9. Czy w redakcji są związki zawodowe?

- a. liczba związków zawodowych funkcjonujących w redakcji:.....
- b. liczba osób zapisanych do związku zawodowego:.....

10. Wnioski z wywiadów pogłębionych z przedstawicielami redakcji:

- a. przedstawiciel dziennikarzy:

.....

.....

- b. przedstawiciel wydawcy:

.....

.....





Raport powstał w ramach projektu "Obywatelska Agencja Ratingowa" finansowanego ze środków Rządowego Programu Fundusz Inicjatyw Obywatelskich NOWEFIO 2022 Narodowego Instytutu Wolności - Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego



INDID
Instytut Dyskursu
i Dialogu



Narodowy Instytut Wolności
Centrum Rozwoju Społeczeństwa Obywatelskiego



Rządowy Program
Fundusz Inicjatyw
Obywatelskich
na lata 2021-2030
NOWEFIO

