

## DZIENNIKARSKI KODEKS POSTĘPOWANIA Z DANYMI OSOBOWYMI. WPROWADZENIE

Bogdan Fischer

 [orcid.org/0000-0002-1893-5870](https://orcid.org/0000-0002-1893-5870)

Instytut Prawa, Administracji i Ekonomii  
Uniwersytet Pedagogiczny w Krakowie

### ABSTRACT

#### **Journalistic Code of Conduct with Personal Data. Introduction**

The article analyzes the legitimacy of introducing a journalistic code of conduct regulating the professional behavior of journalists dealing with personal data. Starting from the assumptions of creating deontological codes and journalistic codes of ethics in Poland, the basic attention was devoted to the analysis of the justification of introducing codes of conduct for journalists working with personal data. Currently approved codes of conduct are recognized by the EU legislator as one of the most important harmonization instruments. The undertaken considerations concern the requirements in this area, and the possibility of drawing the attention of journalists to the „ordering” activities regarding personal data and related issues.

**Keywords:** code of conduct, personal data, ethics, deontology, data transfer

Wyłączenie stosowania części przepisów RODO przez dziennikarzy nie zwalnia z obowiązku ochrony osób, których dane są przez nich przetwarzane. Choć wyjątek/przywilej dziennikarski w obszarze ochrony danych osobowych został wprowadzony wiele lat wcześniej, korzystanie z niego wciąż budzi wątpliwości (zob. Fischer 2019, s. 241–251). Brak jasnych reguł w tym zakresie jest jedną z głównych przesłanek uzasadniających przygotowanie kodeksu postępowania w tym obszarze, będącego przewodnikiem po RODO dla branży. Wymaga to jednak wstępnej odpowiedzi na pytanie, czy podejmowane na przestrzeni lat uregulowania w różnych kodeksach zasad postępowania dziennikarzy pomogą w podjęciu decyzji o sformułowaniu kodeksu postępowania z danymi osobowymi. Jaki mają status prawny takie opracowania i czy posiadają moc wiążącą? Pod tym kątem zostanie przeanalizowana

funkcja i prawne znaczenie zarówno już istniejących kodeksów etycznych, jak i kodeksów postępowania z danymi osobowymi. Krótka analiza tych zagadnień ma zwrócić uwagę na kwestie podstawowe w tej materii, a w konsekwencji stać się przyczynkiem do szerszych rozważań dotyczących zbierania i wprowadzania odpowiednich standardów postępowania z danymi osobowymi w środowisku dziennikarskim.

Zarówno Unia Europejska, jak i jej organy, w szczególności Komisja Europejska oraz krajowi rzecznicy ochrony danych, wspierają inicjatywy tworzenia samoregulacyjnych instrumentów ujednociających, zwłaszcza kodeksów postępowania i kodeksów dobrych praktyk. Przed wprowadzeniem mechanizmów ich zatwierdzenia przez właściwy organ nadzorczy oraz procedur monitorujących ich przestrzeganie były traktowane zasadniczo jako narzędzie wizerunkowo-promocyjne (<https://archiwum.giodo.gov.pl/pl/1520310/10311>; dostęp: 20.09.2019)<sup>1</sup>. Drogę do obecnej pozycji kodeksów postępowania w RODO jako narzędzia o charakterze prawnym torowały liczne inicjatywy popierające ten instrument wśród rzeczników ochrony danych, jak np. w rezolucji madryckiej przyjętej przez Międzynarodową Konferencję Rzeczników Ochrony Danych i Prywatności 6.11.2009 r. (<http://www.privacyconference2009.org>; dostęp: 20.09.2019; szerzej B. Fischer 2013, s. 74, 75). Wśród środków proaktywnych wspierających ogólną zasadę rozliczalności wskazano wówczas przyjęcie kodeksów postępowania, ale pod warunkiem ich wiążącego stosowania, następnie posiadania przez nie elementów pozwalających na pomiar skuteczności pod względem przestrzegania i poziomu ochrony danych osobowych, wreszcie zaopatrzenia w skuteczne środki na wypadek ich nieprzestrzegania. Kontynuując te ustalenia, przy konstruowaniu RODO założono potrzebę zasadniczego wzmocnienia ich znaczenia.

Kodeksy postępowania zalicza się do tej grupy instrumentów o charakterze samoregulacyjnym, które mają stanowić wsparcie wdrażanych przepisów, a ich ukształtowanie i stosowanie powinno opierać się na wyrażonej wprost intencji uzasadniającej ich wprowadzenie. Jest to instrument wpisujący się w zasadę RODO tzw. podejścia opartego na ryzyku oraz nieokreślenia przez rozporządzenie precyzyjnych wymogów w zakresie właściwego wdrożenia obowiązków z niego wynikających. Intencją przygotowania kodeksów przez dziennikarzy jest sprecyzowanie warunków i potrzeb przetwarzania danych osobowych w tym środowisku, a przede wszystkim zapewnienie praktycznych wskazań co do zapewnienia równowagi pomiędzy wolnością wypowiedzi i informacji a prawem do ochrony tego rodzaju wiedzy. Wydają się to być oczywiste wartości, które każdy dziennikarz zna, brakuje jednak w tym obszarze bliższych wskazań prawodawcy. Państwa EOG w myśl art. 85 ust. 2 RODO zostały zobowiązane do ochrony wolności wypowiedzi i informacji, przy zapewnieniu dla kraju członkowskiego pewnego marginesu swobody w przyjęciu konkretnych rozwiązań. W konsekwencji Polska wprowadziła w art. 2 ust. 1 ustawy z 10 maja 2018 r. o ochronie danych osobowych (dalej uodo)

1 GIODO, Kodeksy postępowania – instrument zapewniania i wykazywania zgodności z RODO, 11.01.2018 r.

w odniesieniu do działalności dziennikarskiej ograniczenia w stosowaniu niektórych przepisów RODO, a precyzowanie zasad ochrony danych osobowych musi uwzględniać nienaruszalność konstytucyjnych zasad wolności słowa i wolności mediów, wyrażonych w art. 14 i art. 54 ust. 1 Konstytucji RP<sup>2</sup>.

Prawne podstawy działalności dziennikarskiej, która polega na redagowaniu, przygotowywaniu, tworzeniu lub publikowaniu materiałów prasowych, określone są w przepisach ustawy z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe (Dz.U. poz. 24, z późn. zm.), dalej upp. Jeszcze przed rozpoczęciem obowiązywania RODO, Generalny Inspektor Ochrony Danych Osobowych wielokrotnie podkreślał, że kwestie ujawnienia danych osobowych w prasie powinny być rozpatrywane głównie w oparciu o upp. Przepisy upp określają prawa i obowiązki dziennikarzy, zawierając wskazania co do legalności ujawnienia w prasie informacji na temat określonej osoby. Zgodnie z upp dziennikarz jest zobowiązany m.in. do zachowania szczególnej staranności i rzetelności przy zbieraniu i wykorzystaniu materiałów prasowych oraz ochrony dóbr osobistych (art. 12). Opierając się na art. 37 upp, do odpowiedzialności za opublikowanie materiału prasowego z naruszeniem prawa mają zastosowanie zasady ogólne, wynikające z prawa cywilnego, chyba że ustawa stanowi inaczej. Szczególnej uwagi wymaga ochrona wynikająca z art. 23 i 24 ustawy z dnia 23 kwietnia 1964 r. (Kodeks cywilny, Dz.U. Nr 16, poz. 93 ze zm.), dotycząca dóbr osobistych. Odpowiedzialność cywilną za naruszenie prawa spowodowane wskazaną publikacją ponoszą autor, redaktor lub inna osoba, którzy spowodowali opublikowanie materiału prasowego, co nie wyłącza odpowiedzialności wydawcy (art. 38 ust. 1 upp). Każdy, kto uzna, iż doszło do naruszenia ochrony jego dóbr osobistych, może wystąpić z powództwem do sądu powszechnego. Nie wolno bez zgody osoby zainteresowanej publikować informacji oraz danych dotyczących prywatnej sfery życia, chyba że wiąże się to bezpośrednio z działalnością publiczną danej osoby (art. 14. ust. 6). Regulacją odwołującą się wprost do danych osobowych jest art. 13 ust. 2 i 3 stanowiący, że „nie wolno publikować w prasie danych osobowych i wizerunku osób, przeciwko którym toczy się postępowanie przygotowawcze lub sądowe, jak również danych osobowych i wizerunku świadków, pokrzywdzonych i poszkodowanych, chyba że osoby te wyrażą na to zgodę [...] Ograniczenie [...] nie narusza przepisów innych ustaw. Właściwy prokurator lub sąd może zezwolić, ze względu na ważny interes społeczny, na ujawnienie danych osobowych i wizerunku osób, przeciwko którym toczy się postępowanie przygotowawcze lub sądowe”. Regulacje prawa prasowego nie wprowadzają innych zasad udostępniania przez dziennikarzy danych osobowych. W istotę kodeksu wpisuje się jednak wyartykułowanie powiązań pomiędzy zasadami sformułowanymi w poszczególnych przepisach dotyczących mediów i dziennikarzy, a w szczególności przepisach prawa prasowego oraz regulacjami RODO i uodo, w praktycznym kształcie zaś ukazanie rozwiązań wspartych przykładami charakterystycznymi dla środowiska dziennikarskiego.

2 „Rzeczpospolita Polska zapewnia wolność prasy i innych środków społecznego przekazu (art. 14 Konstytucji). Każdemu (także mediom – dod. B.F.) zapewnia się wolność wyrażania swoich poglądów oraz pozyskiwania i rozpowszechniania informacji” (art. 54 ust. 1 Konstytucji).

Poza aspektami merytorycznymi uwagę należy zwrócić na wskazaną w RODO stronę formalną uwzględniającą procedurę przyjmowania, opiniowania i zatwierdzania tego rodzaju kodeksów. Z punktu widzenia technicznego, tj. budowy tekstu, kodeksy postępowania, jak wiele innych dokumentów *soft law*, przypominają prawo stanowione. Są podzielone na jednostki redakcyjne oraz jednoznacznie wyrażone normy.

W Polsce jak dotąd nie było tradycji tworzenia kodeksów postępowania w obszarze ochrony danych osobowych, co wynikało głównie z braku transpozycji przez ustawodawcę rozwiązań dyrektywy 95/46/WE w zakresie dotyczącym kodeksów postępowania i uwzględniania odpowiednich mechanizmów weryfikacji, opiniowania czy oceniania<sup>3</sup>. W konsekwencji, zanim zaczęto stosować RODO, nie eksponowano roli kodeksowych samoregulacji i wyznaczania przez nie elastycznych ram prawnych, które z założenia mogą pozostać aktualne niezależnie od zmieniającego się otoczenia prawnego i postępu technologicznego. Wręcz przeciwnie – kodeksy postępowania postrzegano jako dobrowolne i niewiążące, a ich przyjmowanie uznawano za działanie pozorne.

### *Deontologia*

Deontologia jako dział etyki traktuje o obowiązkach moralnych, a kodeksy oznaczają zbiór zasad i reguł ustanowionych w tym przypadku przez środowisko dziennikarskie, ułatwiających rozwiązywanie praktycznych problemów etycznych zawodu dziennikarskiego. Wciąż aktualne pozostaje pytanie o charakter prawny postanowień kodeksowych, gdyż zawartych w nich wypowiedzi nie można zaliczyć do kategorii norm prawnych. Trybunał Konstytucyjny podkreślał, że normy deontologiczne same przez się nie mają charakteru prawnego, gdyż zaliczają się do niezależnego od prawa zbioru norm etycznych, natomiast etyka nie wymaga legitymacji legislacyjnej<sup>4</sup>. Kodeksy nie powinny powielać zapisów prawnych. „Hipertrofia równoległych porządków normatywnych jest oceniana jako zjawisko niepożądane, a mnożące się kodeksy deontologiczne niepotrzebnie komplikują system źródeł prawa, ponieważ czynią wyłom w koncepcji układu hierarchicznego” (Zacharzewski 2009, s. 392).

Deontologia uzupełnia literę prawa (*verba legis*). Za jej intensywną obecnością przemawia niepełna regulacja normatywna. W szczególności regulacje dotyczące

3 Transpozycja (łac. *Transpositio*, *przetawienie*, ang. *transposition*) – rozumiana jest jako uchwalenie nowego aktu prawnego, zmiana, uchylenie poprzedniego tak, aby przenieść do porządku krajowego postanowienia innego aktu prawnego (dyrektywy), który to będzie opublikowany i powszechnie wiążący. Transpozycja to czynności stanowienia prawa i powinny one być uznane za działalność legislacyjną. W polskim porządku prawnym formą transpozycji jest ustawa lub inny krajowy akt wiążący. Transpozycja stanowi pojęcie węższe w stosunku do implementacji; <http://uniaeuropejska.org/implementacja-a-transpozycja/>.

4 Postanowienie TK z 7.10.1992 r. (U 1/92), OTK 1992/2, poz. 38. zob. uchwała TK z 17.03.1993 r. (W 16/92), OTK 1993/1, poz. 16.

dziennikarzy, z prawem prasowym na czele, są archaiczne i nie mogą się doczekać bardziej kompleksowych nowelizacji. Stąd też uzupełnienia kodeksowe stosunków z udziałem dziennikarzy zarówno w płaszczyźnie wewnątrzśrodowiskowej, jak i *pro foro externo* jest uzasadnione. Należy jednak podkreślić konieczne rozróżnianie prawa od tekstów prawnych (kodeksów), a tym bardziej za niezasadne należy uznać wypieranie czy zastępowanie prawa powszechnie obowiązującego.

Istotne okazuje się również, kto jest inicjatorem, twórcą kodeksów, gdyż ma to wpływ na ich treść, stopień analizowania problemów etycznych i ich rozwiązywania, a także kwestie tworzenia „odpowiednich” norm etyki, które miałyby dla środowiska znaczenie wręcz ochronne przed krytyką z zewnątrz. Mogą być formą autocenzury, ale i samoobrony, a ich znaczenie w rzeczywistości może podlegać wahaniom, np. maleć, zwłaszcza gdy istnieje kilka kodeksów w tym samym środowisku. Brak jednolitości może być oceniany jako wynik niejasno uzasadnionej potrzeby odmiennego podejścia przez podmioty je opracowujące, natomiast w skrajnych przypadkach brany za skutek relatywizmu etycznego (Pleszczyński 2007, s. 7).

### *Dziennikarskie kodeksy etyczne*

Etyki profesjonalne (jaką jest również etyka dziennikarska) według „Encyclopedia of applied ethics” koncentrują się na dwóch płaszczyznach refleksji etycznej: etyce dylematu oraz na kodeksach etycznych będących przedmiotem zainteresowania w tym artykule (Pleszczyński 2007, s. 7). Autonomiczne unormowania etyki zawodowej przez korporacje zawodowe najczęściej określane są jako kodeksy etyki (np. Kodeks Etyki Dziennikarzy 2010), kodeksy etyczne, kodeksy etyki zawodowej, kodeksy dobrej praktyki (dobrych praktyk) (np. Kodeks Dobrych Praktyk Wydawców Prasy 2005)<sup>5</sup>, zasady etyki zawodowej (np. Deklaracja Paryska zawierająca Międzynarodowe Zasady Etyki Zawodowej w Dziennikarstwie 1983; szerzej Pisarek 2000, s. 426, 427), kodeksy obyczajowe (np. Dziennikarski Kodeks Obyczajowy Stowarzyszenia Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej 2010)<sup>6</sup>, kodeksy etyczno-zawodowe, kodeksy deontologii (deontologiczne) (np. Europejski Kodeks Deontologii Dziennikarskiej 1993)<sup>7</sup>, zasady wykonywania zawodu czy karty etyczne (Karta Etyczna Mediów 1995)<sup>8</sup>. W Polsce istnieje kilka dziennikarskich kodeksów etyki zawodowej, które

5 Przyjęty przez Izbę Wydawców Prasy (IWP), na potrzeby własne członków Izby oraz innych wydawców zgłaszających gotowość jego przestrzegania; dostępny pod adresem: [https://iwp.pl/wp-content/uploads/2018/09/2007\\_Kodeks\\_Wydawcow.pdf](https://iwp.pl/wp-content/uploads/2018/09/2007_Kodeks_Wydawcow.pdf).

6 Dostępny pod adresem: <http://www.dziennikarzerp.pl/wp-content/uploads/2010/06/kodeks.pdf>; inaczej Kodeks Etyki Dziennikarzy; istnieje również drugi Dziennikarski Kodeks Obyczajowy, przyjęty przez członków Konferencji Mediów Polskich.

7 Uchwalony przez Zgromadzenie Parlamentarne Rady Europy.

8 Opracowana z inicjatywy Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, podpisana przez przedstawicieli organizacji dziennikarskich, wydawców prasy, producentów oraz nadawców telewizyjnych i radiowych tworzących Konferencję Mediów Polskich; dostępna pod adresem: [http://www.dziennikarzerp.pl/wp-content/uploads/2010/06/karta\\_dziennikarzy.pdf](http://www.dziennikarzerp.pl/wp-content/uploads/2010/06/karta_dziennikarzy.pdf).

merytorycznie są do siebie zbliżone. Odzwierciedlają warunki społeczne panujące w chwili ich uchwalania i formułują najbardziej aktualne wówczas oczekiwania. Kodeksy te stawały się reakcją środowiska dziennikarskiego na odchodzenie od określonych zasad czy wręcz ich łamanie. Miały za zadanie wytyczyć na nowo (ale nie tworzyć nowe normy) gdzieś tam zatarte granice moralnych zachowań. Po wyjściu z okresu komunizmu media postkomunistyczne chciały odciąć się od wszechobecnej kontroli partii i państwa, cenzury i ideologii, formułując nowe kodeksy (zob. Jakubowicz 1996, s. 17–21). Tworzone w różnych okresach, nie mogły ominąć pewnych wewnętrznych sprzeczności, chociaż nie wbrew zasadom etyki ogólnej. Dalsza nieuchronność zmian w mediach prowadzi do wielu ujemnych przekształceń w dziennikarskich zachowaniach.

Rola kodeksów postępowania na nowo wzrasta, a ich funkcja konkretyzowania, uszczegóławiania norm i nadania pewnej elastyczności ma szczególne znaczenia, gdy dyrektywy są wypierane przez rozporządzenia UE. Wspierają prawo w wytrzymaniu próby czasu i stosuje się je jako szablony zachowań w różnorodnych sytuacjach. Przykładem może być kodeks postępowania w zakresie zwalczania dezinformacji czy inne podobne przedsięwzięcia do walki z *fake newsami*, silnie popierane przez organy unijne, a w szczególności Komisję Europejską<sup>9</sup>. Wzrasta także ich znaczenie w procesach ujednolicania, standaryzacji i innowacyjności.

### *Kodeksy postępowania według RODO*

Kodeksy postępowania, zgodnie z regulacjami RODO, przestają być wyłącznie wewnętrznymi zasadami postępowania, gdyż po zatwierdzeniu stają się formalnym narzędziem i jednym ze sposobów potwierdzających wywiązywanie się przez administratorów i podmioty przetwarzające z obowiązków w zakresie ochrony danych osobowych. Co istotne, mogą wpływać na złagodzenie konsekwencji prawnych związanych z naruszeniem przepisów ochrony danych, chociaż przyjęcie kodeksów postępowania nie wyłącza odpowiedzialności administratorów za prawidłowe stosowanie przepisów RODO oraz wybór właściwych rozwiązań w zakresie dokumentacji przetwarzania danych czy przyjętych zabezpieczeń. Dziennikarze mogą jednak nie być zainteresowani zmianą istniejącego stanu niepewności co do obowiązków dotychczas interpretowanych na ich korzyść oraz ograniczeniem posiadanego szerokiego „immunitetu personalnego” (Sobczak 2014, s. 25–41). Istniejące dziennikarskie kodeksy postępowania (etyczne) nie wychodziły, jak wskazano powyżej, poza pewne ogólnikowo sformułowane zasady i dość daleko posuniętą swobodę interpretacji.

<sup>9</sup> Zob. np. Komunikat Komisji do Parlamentu Europejskiego, Rady, Europejskiego Komitetu Ekonomiczno-Społecznego i Komitetu Regionów, Zwalczanie dezinformacji w internecie: podejście europejskie <https://ec.europa.eu/transparency/regdoc/rep/1/2018/PL/COM-2018-236-F1-PL-MAIN-PART-1.PDF> (dostęp: 15.09.2019).

Przygotowanie kodeksu wymaga odpowiedniej reprezentacji środowiska dziennikarskiego jako jego inicjatorów. Kodeksów postępowania w rozumieniu RODO nie może przygotowywać pojedynczy podmiot, np. pojedyncza redakcja czy wydawnictwo. Pewne zamieszczenie może wprowadzać użyte przez RODO pojęcie zrzeczenia, które nie jest tam zdefiniowane. Prawodawca unijny przyjął szerokie rozumienie tego pojęcia, obejmując nim stosunkowo różnorodnie pod względem struktury formalnej i organizacyjnej podmioty. Pozostawiono również pewną swobodę określenia ich w sposób specyficzny dla ustawodawstwa krajowego i w oparciu o jego przepisy. Przykładowo zrzeczeniem może być stowarzyszenie dziennikarzy działające na podstawie zasad przewidzianych w ustawie z 7.4.1989 r. – Prawo o stowarzyszeniach (Dz.U. z 2017 r. poz. 210). Założenie prawodawcy unijnego ma zachęcić do tworzenia kodeksów, stąd też w przypadku trudności z kwalifikowaniem podmiotów jako zrzeczeń, inicjatorami ich tworzenia mogą być również inne podmioty reprezentujące poszczególne kategorie administratorów lub podmiotów przetwarzających z danego sektora (art. 40 ust. 1 i 2 RODO).

Kodeksy nie powinny mieć charakteru ogólnego, lecz mają odnosić się do specyfiki dziennikarskiej. Biorąc pod uwagę charakter RODO jako rozporządzenia unijnego, które uniemożliwia doprecyzowanie danego obszaru przez przepisy krajowe w niewskazanym przez przepisy rozporządzenia zakresie, kodeks postępowania może być instrumentem konkretyzującym i precyzującym, zwłaszcza że wokół stosowania wyjątku dziennikarskiego narosło wiele wątpliwości. Podmioty przyjmujące kodeks uzyskują jasne wskazania dotyczące przetwarzania danych, związanych z nim procesów i obowiązków. W kodeksie jest miejsce na uwzględnienie nie tylko funkcji precyzujących przepisy RODO, ale również wyjaśnienie relacji z innymi przepisami sektorowymi (w przypadku kodeksów dziennikarskich w szczególności prawem prasowym). Rozwijanie postanowień RODO nie może wyłączać ich obowiązywania jako przepisów bezwzględnie obowiązujących. Przykładowo przy realizacji projektów otwartych danych publicznych dla zagwarantowania swobodnego korzystania z tych danych można określić w kodeksach warunki ponownego wykorzystywania czy dostępu do informacji publicznej przez organizacje zrzeszające jednostki samorządowe lub skupiające podmioty o jednorodnym charakterze (Fischer 2018, s. 436).

4 czerwca 2019 r. została opublikowana angielska wersja zatwierdzonych *Wytycznych 1/2019 w sprawie kodeksów postępowania i podmiotów monitorujących na mocy rozporządzenia 2016/679* ([https://edpb.europa.eu/our-work-tools/our-documents/nasoki/guidelines-12019-codes-conduct-and-monitoring-bodies-under\\_en](https://edpb.europa.eu/our-work-tools/our-documents/nasoki/guidelines-12019-codes-conduct-and-monitoring-bodies-under_en); dostęp: 20.09.2019)<sup>10</sup>, dalej *Wytyczne*. Są one efektem działań Europejskiej Rady Ochrony Danych (EROD) mającej zapewnić spójne stosowanie RODO zgodnie z art. 70 tego rozporządzenia. *Wytyczne* zawierają praktyczne wskazówki i pomoc w interpretacji stosowania art. 40 i 41 RODO, jak również wyjaśniają procedury oraz zasady

<sup>10</sup> Guidelines 1/2019 on Codes of Conduct and Monitoring Bodies under Regulation 2016/679 – version adopted after public consultation.

dotyczące składania, zatwierdzania i publikowania kodeksów postępowania zarówno na poziomie krajowym, jak i europejskim<sup>11</sup>.

Chociaż kodeksy w innych branżach na poziomie unijnym lub krajowym mogą stanowić przykład dla konstrukcji kodeksów dziennikarskich, dopiero wydanie w/w *Wytycznych* i zatwierdzanie branżowych kodeksów na ich podstawie pozwoli określić bardziej szczegółowo niezbędne dane, w tym koszty funkcjonowania. Jako przykłady kodeksów na poziomie unijnym, przyjętych jeszcze przed wejściem w życie RODO, można wskazać: „European Code of Practice for the Use of Personal Data in Direct Marketing” opracowany przez Federation of European Direct Marketing (<https://www.fedma.org/>; <https://www.eesc.europa.eu/sites/default/files/resources/docs/57-markt-2003-fedma-personal-data-in-direct-marketing.pdf>; dostęp: 15.09.2019); „Data Protection Code of Conduct for Cloud Infrastructure Service Providers” przygotowany przez Cloud Infrastructure Services Providers in Europe (CISPE) – stowarzyszenie zrzeszające podmioty świadczące w Europie usługi w tzw. chmurze obliczeniowej ([https://cispe.cloud/website\\_cispe/wp-content/uploads/2017/06/Code-of-Conduct-27-January-2017-corrected-march-20.pdf](https://cispe.cloud/website_cispe/wp-content/uploads/2017/06/Code-of-Conduct-27-January-2017-corrected-march-20.pdf); dostęp: 15.09.2019). Ostatni z wymienionych uwzględnia zmiany w ochronie danych osobowych przewidziane w RODO (Fischer 2018, s. 436).

### *Co powinno być uregulowane w kodeksie*

Pozostawiono dużą swobodę w definiowaniu kodeksów i wyborze stopnia szczegółowości. Artykuł 40 ust. 2 RODO określa zakres przedmiotowy regulacji, a wskazane w nim wyliczenie ma charakter wyłącznie przykładowy. Regulacje odnoszące się do ochrony danych osobowych w kodeksach pod kątem specyfiki branży nie może wchodzić w kolizję z bezwzględnie obowiązującymi przepisami RODO i musi pozostawiać zgodne z zasadą przejrzystości określoną w art. 5 ust. 1 lit. a RODO. Regulacje kodeksu powinny uwzględniać prawnie uzasadnione interesy realizowane przez administratorów (art. 6 ust. 1 lit. f RODO), zasady zbierania danych osobowych (art. 5 ust. 1 lit. b RODO), sposoby pseudonimizacji danych osobowych (art. 4 pkt 5 RODO), realizację obowiązku informacyjnego w stosunku do osób, których dane dotyczą, oraz w odniesieniu do opinii publicznej (art. 12–14 RODO), możliwość realizacji praw osób, których dane dotyczą (art. 15–23 RODO) (zob. szerzej Fischer, Sakowska-Baryła 2017), informowanie i ochronę dzieci oraz sposoby pozyskiwania zgody osoby sprawującej władzę rodzicielską lub opiekę nad dzieckiem (art. 8 RODO).

W kodeksach wymaga się również doprecyzowania środków i procedur zgodnie z art. 24 (wdrożenie odpowiednich środków technicznych i organizacyjnych odpowiadających ryzyku) oraz art. 25 ust. 1 i 2 RODO (uwzględnienie ochrony danych osobowych w fazie projektowania, *privacy by design*, i domyślnej ochrony danych – *privacy by default*), a także z art. 32 ust. 3 RODO (zapewnienie odpowiedniego poziomu

<sup>11</sup> 23 stycznia 2019 r. EROD przyjęła ostateczną wersję *Wytycznych* 1/2018 w sprawie certyfikacji i identyfikacji kryteriów certyfikacji zgodnie z art. 42 i 43 RODO.



bezpieczeństwa). Kodeksy mają ponadto: 1) przewidywać procedury zgłaszania organowi nadzorczemu naruszeń ochrony danych osobowych oraz zawiadomienia o takich naruszeniach osób, których dane dotyczą (art. 33 i 34 RODO); 2) zawierać uregulowania postępowania pozasądowego czy też innych trybów rozstrzygania sporów pomiędzy administratorami a osobami, których dane dotyczą (art. 77 i 79); 3) z racji swojej istoty i roli pełnić funkcję praktycznego przewodnika, wskazując inne charakterystyczne rozwiązania, propozycje i odpowiedzi na aktualne problemy administratorów z danej branży (Fischer 2018, s. 436, 437).

### *Przekazywanie danych do państw trzecich, konsultacje*

Kodeksy mogą obejmować swoim zakresem stowarzyszenia znajdujące się na terenie Polski, ale także wykraczać poza jej granice, gdy opisane w kodeksie praktyki dziennikarskie obejmują podmioty znajdujące się w innych krajach Unii Europejskiej czy Europejskiego Obszaru Gospodarczego. Ten rodzaj dokumentu ma zawierać odpowiednie postanowienia w przypadku przekazywania danych do państw trzecich (spoza EOG) lub organizacji międzynarodowych. Ograniczenia w przekazywaniu zgodnie z RODO odnoszą się nie tylko do organizacji międzynarodowych (typu międzypaństwowego, tj. podmiotu prawa międzynarodowego), ale również jej organów, które działają na podstawie prawa międzynarodowego publicznego, a także do innych organów powołanych w drodze umowy między państwami albo na podstawie takiej umowy (por. Fischer 2018). Administratorzy lub podmioty przetwarzające z państw trzecich lub w/w organizacje mogą przystąpić do kodeksu uprzednio zatwierdzonego przez organ nadzorczy lub mającego charakter powszechnie obowiązujący. Zaakceptowanie i przyjęcie takiego kodeksu umożliwia przekazanie takiemu podmiotowi danych osobowych. Przystąpienie do kodeksu przez administratorów lub podmioty przetwarzające z państw trzecich jest możliwe jedynie wówczas, gdy podmioty te w sposób wiążący i możliwy do wyegzekwowania zobowiążą się do jego stosowania w drodze umowy lub innego prawnie wiążącego instrumentu, zapewniając odpowiednie gwarancje, w szczególności w odniesieniu do praw osób, których dane dotyczą. Zatwierdzone kodeksy zostały dopuszczone przez RODO do wykorzystania w roli jednego z instrumentów stosowanych przez podmioty z państw trzecich, gwarantującego odpowiednią ochronę danych osobowych przekazywanych do tych państw. Eksport danych z Unii Europejskiej do kontrahenta stosującego kodeks zwalnia z konieczności zapewnienia innych instrumentów ochrony prawnej, jak np. standardowych klauzul umownych czy wiążących reguł korporacyjnych (Fischer 2018, s. 437).

Ustawa o ochronie danych osobowych, nie chcąc ograniczać zakresu podmiotów uczestniczących w konsultacjach, nakłada ogólny obowiązek konsultacji tworzonych kodeksów ze wszystkimi zainteresowanymi podmiotami<sup>12</sup>. Nie ma narzuconego przez

<sup>12</sup> Zob. np. konsultacje kodeksu postępowania i dobrych praktyk w zakresie przetwarzania danych osobowych w branży reklamy internetowej związku pracodawców branży interne-

RODO ani uodo trybu i sposobu prowadzenia konsultacji, ale zrzeczenia wniosku-  
jące o zatwierdzenie zobowiązane są przedstawić Prezesowi UODO sprawozdanie  
z przeprowadzonych konsultacji, uwzględniające wyjaśnienia m.in. co do wniosków  
i ustosunkowania się do nich, przyjętej metodologii itd. „Sporządzając kodeks  
postępowania bądź zmieniając go lub rozszerzając jego zakres, zrzeczenia i inne  
organy reprezentujące kategorie administratorów lub podmiotów przetwarzających  
powinny konsultować się z odpowiednimi stronami, których sprawa dotyczy, w tym  
jeżeli jest to wykonalne, z osobami, których dane dotyczą, oraz mieć na względzie  
uwagi i opinie otrzymane w ramach takich konsultacji” (motyw 99 preambuły).

### *Podmioty monitorujące*

Kodeksy ze względu na swój formalny charakter oraz wywoływanie określonych  
skutków prawnych muszą posiadać odpowiednie mechanizmy egzekwowania.  
Zapewniają je profesjonalne, akredytowane podmioty monitorujące. Dysponują one  
należytych poziomem wiedzy fachowej w dziedzinie, w której został przygotowany  
kodeks postępowania. Obok wiedzy dotyczącej ochrony danych posiadają wiedzę  
z zakresu mediów, dziennikarstwa, reklamy itp., co pozwala im monitorować prze-  
strzeganie przyjętego dokumentu przez podmioty, które się do tego zobowiązały.  
Podmiot monitorujący musi również dysponować odpowiednimi strukturami,  
możliwościami i procedurami pozwalającymi mu oceniać prawidłowość przetwa-  
rzania danych przez konkretnych administratorów i podmioty przetwarzające oraz  
rozpatrywać skargi na naruszenia. Zadania i obowiązki podmiotu akredytowanego  
nie mogą przy tym powodować konfliktu interesów.

Kodeks musi zawierać odpowiednie mechanizmy i procedury umożliwiające  
prawidłową realizację obowiązku monitorowania przez akredytowany podmiot zgod-  
nie z art. 41. W przypadku naruszenia kodeksu przez administratora lub podmiot  
przetwarzający podmiot akredytowany może podejmować działania, których efektem  
będzie w szczególności zawieszenie tego podmiotu w prawach uzyskanych jako rezultat  
przystąpienia do kodeksu, jak również wykluczenie administratora lub podmiotu  
przetwarzającego z grona podmiotów mogących powołać się na stosowanie zatwier-  
dzonego kodeksu postępowania (art. 24 ust. 3, art. 28 ust. 5, art. 32 ust. 3 RODO).  
Podmiot akredytowany jest zobowiązany do informowania organu nadzorczego  
o podjęciu działań w tym zakresie wraz z uzasadnieniem ich zastosowania. Stosowanie  
mechanizmu monitorowania przez akredytowane podmioty nie może wyłączać ani  
ograniczać uprawnień organów nadzorczych do kontrolowania zgodności przetwa-  
rzania danych przez administratorów zgodnie z art. 57 RODO. Zasady akredytacji  
oraz określenie podmiotów, które mogą podejmować staranie o prowadzenie moni-  
toringu, zostały określone w uodo, a wsparte praktycznymi *Wytycznymi* wydanymi  
przez Europejską Radę Ochrony Danych (Fischer 2018, s. 440, 442).

### *Procedura opracowywania i zatwierdzanie kodeksów*

Procedura opracowywania kodeksów i uzgadniania treści z organem nadzorczym oraz zatwierdzania i udostępniania ich opinii publicznej określona została w art. 40 ust. 5 i 6 RODO. Podmioty inicjujące opracowanie kodeksu, zmianę wcześniej zatwierzonego kodeksu na podstawie RODO lub rozszerzenie zakresu kodeksu już obowiązującego zobowiązane są po przeprowadzeniu konsultacji, o których była mowa powyżej, przedłożyć projekt organowi nadzorczemu do zatwierdzenia. Kodeksy mogą mieć charakter krajowy, unijny (dotyczy czynności w kilku państwach członkowskich) oraz być wykorzystywane do międzynarodowych transferów danych. Aby kodeks postępowania mógł stać się prawnym instrumentem ochrony danych osobowych, uprawniającym administratorów i podmioty przetwarzające do jego stosowania i wywierania przewidzianych skutków, organ w przypadku kodeksu krajowego po zakończeniu weryfikacji musi wydać pozytywną opinię o zgodności projektu kodeksu z RODO i go zatwierdzić. W przypadku kodeksów unijnych przed zatwierdzeniem opiniuje go Europejska Rada Ochrony Danych (art. 40 ust. 7 RODO) i przedkłada do dalszej procedury Komisji Europejskiej (art. 40 ust. 8, 9 RODO).

Organ nadzorczy po zatwierdzeniu kodeksu rejestruje go i publikuje, co z kolei pozwala na zapoznanie się z nim przez zainteresowanych uczestników obrotu i potwierdzenie odpowiedniego poziomu ochrony. Komisja Europejska może w drodze aktu wykonawczego stwierdzić, że zatwierdzony kodeks postępowania uznaje się za powszechnie obowiązujący w Unii Europejskiej. Akty wykonawcze przyjmuje się zgodnie z procedurą sprawdzającą wskazaną w art. 93 ust. 2 RODO. Zgodnie z art. 40 ust. 11 RODO Europejska Rada Ochrony Danych zobowiązana jest do gromadzenia w rejestrze wszystkich zatwierdzonych unijnych kodeksów postępowania, zmian i ich rozszerzeń, a także udostępniania ich opinii publicznej za pomocą odpowiednich środków.

### *Podsumowanie*

Nadanie przez RODO kodeksom postępowania silnej pozycji na pewno należy uznać za dobre rozwiązanie. Tworzenie kodeksów o wątpliwej mocy i znaczeniu nie wносиłyby nic wartościowego. Natomiast te dotyczące postępowania z danymi osobowymi z czasów poprzedzających rozwiązanie RODO nie mogły być skutecznie stosowane w praktyce ze względu na ogólnikową zawartość, brak elastyczności czy w końcu brak rozwiązań rzeczywistych problemów. Dziennikarskie kodeksy dotyczące danych osobowych z założenia powinny koncentrować rozproszony materiał poruszający tę problematykę, określać ryzyka, wyjaśniać wątpliwości. Jednym z najważniejszych zagadnień byłoby określenie zakresu odpowiedzialności podmiotów biorących udział w przetwarzaniu danych osobowych. Trzeba podkreślić, że przyjęte rozwiązania miałyby wpływ nie tylko na dane osobowe, ale także obejmowałyby wiele kwestii z nimi powiązanych, a pozostających jak dotąd poza obszarem zainteresowania. Oprócz uporządkowania tej materii przyjęte

i zatwierdzone kodeksy podbudowałyby pewność interesariuszy łączącą się z podejmowaną ochroną i rzeczywistą chęcią środowiska dziennikarskiego podniesienia standardów w tym obszarze. Stworzenie możliwości, które daje RODO, jednak nie wystarcza, gdyż pójść za tym musi inicjatywa środowiska dziennikarskiego.

## Bibliografia

- Fischer B. (2013). *Cloud computing* – globalny technologiczny paradygmat – zagrożeniem dla ochrony danych osobowych i prywatności. Kraków.
- Fischer B., Sakowska-Baryła M. (2017). Realizacja praw osób, których dane dotyczą, na podstawie rodo. Wrocław.
- Fischer B. (2018). W: M. Sakowska-Baryła (red.), B. Fischer, M. Górski, A. Nerka, K. Wygoda, M. de Bazelaire de Ruppierre. Ogólne rozporządzenie o ochronie danych osobowych. Komentarz (s. 137–138, 435–437, 440, 442). Warszawa.
- Fischer B. (2019). Przetwarzanie danych osobowych w działalności prasowej. W: G. Szpor, K. Czaplicki (red.). Internet. Przetwarzanie danych osobowych. Processing of personal data (s. 241–251). Warszawa.
- Jakubowicz K. (1996). Media Legislation as a Mirror of Democracy. *Transition* 21 (2), p. 17–21.
- Pisarek W. (2000). Kodeksy etyki dziennikarskiej. W: Z. Bauer, E. Chudziński (red.). *Dziennikarstwo i świat mediów* (s. 426–427). Kraków.
- Pleszczyński J. (2007). Etyka dziennikarska. Warszawa.
- Sobczak J. (2014). Prawne uwarunkowania funkcjonowania mediów. Część 1. *Studia Medioznawcze*, nr 1(56), s. 25–41.
- Zacharzewski K. (2009). Etyki deontologiczne. Prawo korporacji zawodowych. W: D. Bunikowski, K. Dobrzeński (red.). *Pluralizm prawny. Tradycja, transformacje, wyzwania*. Toruń.

## STRESZCZENIE

W artykule przeprowadzono analizę zasadności wprowadzenia dziennikarskiego kodeksu postępowania regulującego postępowanie dziennikarzy z danymi osobowymi. Wychodząc od założeń tworzenia kodeksów deontologicznych i dziennikarskich kodeksów etycznych w Polsce, uwagę poświęcono głównie analizie zasadności wprowadzenia kodeksów postępowania dziennikarzy z danymi osobowymi. Obecnie zatwierdzone kodeksy postępowania są uznawane przez prawodawcę unijnego za jeden z najważniejszych instrumentów ujednoczających. Podjęte rozważania dotyczą wymagań w tym zakresie oraz możliwości zainteresowania środowiska dziennikarskiego działaniami „porządkującymi” w obszarze danych osobowych i zagadnień powiązanych.

**Słowa kluczowe:** kodeks postępowania, dane osobowe, etyka, deontologia, przekazywanie danych