

## Etyka dziennikarska w praktyce

Czy dziennikarstwo jest profesją, w której etyka ma szczególne znaczenie? W odpowiedzi na to pytanie można przywołać opinię Aleksandra Fredry, który już w XIX wieku pisał:

*Jak kominiarza,*

*Tak dziennikarza*

*Zawód diablo trudny:*

*Czyści – a sam brudny.*

Uważam, że nie ma powodów traktować naszej profesji w sposób szczególny. Choć trzeba przyznać, że środowisko dziennikarskie od zawsze miało ambicje uchodzenia za szczególne jako tzw. czwarta władza. Istotne jest to, że szczególnej dbałości o zasady etyczne – moralnych zachowań oczekują od nas – dziennikarzy - nasi czytelnicy, słuchacze, widzowie. Pokazują to choćby badania opinii publicznej, w których dziennikarze wypadają lepiej niż wiele innych środowisk zawodowych. Ludzie deklarują wysokie zaufanie do dziennikarzy, bo w moim przekonaniu chcą wierzyć w ich rzetelność zawodową i niezależność. I takiej niezależności oczekują.

### **Źródła deontologii dziennikarskiej**

Na świecie powstało wiele kodeksów etyki dziennikarskiej. Tworzyły je stowarzyszenia zawodowe dziennikarzy, wydawcy i poszczególne redakcje. Z dokumentów rangi międzynarodowej warto wspomnieć dwa: Deklarację Paryską z 1983 r., w której zawarte są "Międzynarodowe Zasady Etyki Zawodowej w Dziennikarstwie", oraz "Europejski Kodeks Deontologii Dziennikarskiej" uchwalony przez Zgromadzenie Parlamentarne Rady Europy w 1993 r.

Z polskich dokumentów chciałbym przywołać "Dziennikarski Kodeks Obyczajowy"

Stowarzyszenia Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej z 27 września 1991 r. oraz "Kartę Etyczną Mediów", przyjętą przez wszystkie stowarzyszenia dziennikarskie w 1995 r.

#### Zgodnie z Dziennikarskim Kodeksem Obyczajowym SDRP dziennikarz ma obowiązek:

- poszukiwania i publikowania prawdy
- prostowania informacji fałszywej
- oddzielania komentarza od informacji
- zachowania tajemnicy zawodowej

#### Dziennikarz nie może:

- naruszać dóbr osobistych
- używać słów obelżywych, poniżać kogokolwiek lub szantażować
- przesądzać o winie oskarżonego przed wyrokiem sądu
- propagować wojny, przemocy, gwałtu, pornografii
- naruszać uczuć religijnych i ludzi niewierzących, uczuć narodowych, praw człowieka
- uprawiać kryptoreklamy i plagiatostwa
- przyjmować korzyści materialnych za zamieszczenie lub niezamieszczenie materiału dziennikarskiego
- dyskredytować dobrego imienia dziennikarza lub działać na szkodę innych dziennikarzy
- wykonać polecenia służbowego, jeżeli prowadziłoby to do naruszenia norm etycznych.

### **Karta etyczna mediów precyzuje siedem zasad dobrego dziennikarstwa:**

1. Zasada prawdy – dziennikarz ma obowiązek zabiegać o informację prawdziwą i sprostować informację fałszywą.
2. Zasada obiektywizmu - przedstawianie rzeczywistości niezależnie od poglądu dziennikarza.

3. Zasada oddzielania informacji od komentarza – chodzi o możliwość odróżniania przez odbiorcę faktów od opinii o nich.
4. Zasada uczciwości – dziennikarz działa zgodnie z własnym sumieniem, nie ulega wpływom, jest nieprzekupny.
5. Zasada szacunku i tolerancji - poszanowanie ludzkiej godności, praw, dóbr osobistych i prywatności.
6. Zasada pierwszeństwa dobra odbiorcy - interesy odbiorców są nadrzędne wobec interesów redakcji, dziennikarzy, wydawców.
7. Zasada wolności i odpowiedzialności za formę i treść przekazu - wolność nakłada na dziennikarzy i wydawców odpowiedzialność za konsekwencje wynikające z publikacji treści.

Poważni wydawcy tworzą swoje wewnętrzne zasady wydawnicze i kodeksy etyczne. Wiele redakcji ma też tzw. style book, czyli zasady tworzenia i publikacji materiałów dziennikarskich. To swego rodzaju redakcyjna „konstytucja”, normująca pracę redaktorów i dziennikarzy. Za wspólny mianownik wszystkich zbiorów dziennikarskich norm etycznych możemy uznać takie podstawowe kanony jak: niezależność, rzetelność, uczciwość i wrażliwość.

#### Niezależny dziennikarz:

- jest bezstronny w tworzeniu i przekazywaniu materiałów prasowych
- nie chroni i nie faworyzuje kogokolwiek, czy to wpływowych środowisk, czy rodziny i przyjaciół
- jest nieprzekupny w dążeniu do prawdy, wolny od jakichkolwiek wpływów, nawet gdy pochodzą one od jego zwierzchnika w pracy
- może mieć poglądy polityczne, ale kierując się swoimi poglądami nie może selekcjonować albo zniekształcać informacji
- nie podejmuje się realizacji tematów, w które jest lub może być zaangażowany osobiście, np. finansowo czy towarzysko.

#### Rzetelny dziennikarz:

- uwzględnia wszystkie istotne fakty dla opisywanej sprawy
- nie opiera swoich relacji na jednym źródle i nie pokazuje tylko jednej strony medalu
- stroni od złośliwych uwag na temat czyjegoś pochodzenia społecznego, miejsca zamieszkania, wyglądu, poglądów
- unika słów i wyrażeń nacechowanych emocjonalnie lub zawierających oceny (w tabloidach obserwujemy świadome granie na ludzkich emocjach).

#### Uczciwy dziennikarz:

- działa w sposób jawny i informuje rozmówcę, w jaki sposób jego informacja będzie wykorzystana
- nie płaci za informacje i nie posługuje się szantażem
- korzysta z ukrytego mikrofonu i kamery tylko w wyjątkowych przypadkach
- przestrzega prawa do autoryzacji (zasada mocno dyskusyjna, ale wciąż w Polsce obowiązująca).

#### Wrażliwy dziennikarz:

- liczy się z ludzkimi uczuciami
- bierze pod uwagę skutki, jakie wywoła przygotowywany przez niego materiał.

### **Co przynosi nam życie**

A oto przykłady publikacji i zachowań różnych zespołów redakcyjnych w konkretnych sytuacjach:

**Czy redakcja może opublikować imię i nazwisko oraz zdjęcie świadka przestępstwa?**

Nie wolno publikować personaliów i fotografii pokrzywdzonych oraz świadków przestępstw (pkt 16. Dziennikarskiego Kodeksu Obyczajowego, art. 13 ust. 2 ustawy Prawo prasowe). Zdarza się jednak, że redakcje decydują się na takie publikacje, jeżeli świadek wyrazi na to zgodę. Nawet jeśli taką zgodę mamy, powinniśmy jednak ocenić, czy opublikowanie danych osobowych świadka nie narazi go np. na niebezpieczeństwo.

**Czy redakcja może opublikować personalia oraz zdjęcie szefa instytucji państwowej, któremu prokuratura postawiła zarzuty?**

Zgodnie z art. 13 ust. 2 ustawy Prawo prasowe, nie wolno publikować danych osobowych i wizerunku osób, przeciwko którym toczy się postępowanie przygotowawcze lub sądowe, chyba że osoby te wyrażą na to zgodę. Ochrona ta dotyczy również osób publicznych i powszechnie znanych. Dane osobowe podejrzanych, oskarżonych i przestępców są chronione tak samo jak dane osobowe wszystkich obywateli.

**Czy redakcja może opublikować personalia oraz zdjęcie matki mężczyzny, który jest podejrzany o śmiertelne pobicie, jeżeli kobieta wyraża na to zgodę?**

W przypadku, który tutaj Państwu prezentuję, redakcja nie zdecydowała się na publikację wizerunku kobiety, mimo że wyraziła ona na to zgodę, ze względu na dobro jej młodszych dzieci. Rodzina doświadczyła już ostracyzmu i napastliwych komentarzy ze strony mieszkańców osiedla. Redakcja uznała, że opublikowanie wizerunku kobiety może spotęgować nieprzyjazne lub wręcz niebezpieczne działania w stosunku do tej rodziny.

**Czy redakcja może zamieścić zdjęcie przedstawiające niekorzystny wizerunek osoby publicznej?**

Redakcja ma prawo zamieścić zdjęcie, na którym osoba publiczna wygląda np. śmiesznie czy wręcz komicznie. Gazeta nie jest jednak w takiej sytuacji zupełnie bezkarna, ponieważ musi się liczyć chociażby z wrażliwością czytelników. Takie „przejęcie pały” może spowodować niezadowolenie i niechęć do kupienia gazety.

**Czy napisanie i opublikowanie artykułu, w którym informacja pomieszana jest z komentarzem, można nazwać dziennikarstwem?**

Mieszanie informacji z komentarzem jest nieetyczne i nie ma nic wspólnego z rzetelnym i uczciwym dziennikarstwem. To środek manipulacji. Czytelnik powinien mieć pełną jasność co do tego, gdzie dziennikarz lub redakcja przedstawia fakty, a gdzie zamieszcza swoje opinie.

**Czy dziennikarz, który kandyduje w wyborach samorządowych może rzetelnie realizować swoje obowiązki zawodowe?**

W ostatnich wyborach samorządowych mieliśmy do czynienia z sytuacją, w której dziennikarze kandydowali. Prawo nikomu nie zabrania startu w wyborach, ale jest to niezgodne z etyką zawodową. Dziennikarz nie może walczyć o władzę lub ją sprawować, a jednocześnie tę władzę kontrolować. Dziennikarz i wydawca takiej gazety tracą wiarygodność.

**Czy dziennikarz ubiegający się o mandat radnego może być bezstronnym sprawozdawcą na sesji rady miasta?**

To sytuacja kuriozalna. Autor tekstu jest „bezstronnym” sprawozdawcą, informującym mieszkańców o najważniejszych decyzjach lokalnej władzy. „Bezstronnym”, bo jest też

kandydatem komitetu wyborczego, który chce tę władzę zdobyć. Tego rodzaju zachowania psują wizerunek wszystkich mediów.

### **Czy informacja, w której dziennikarz zachwala ofertę kulinarną jednego baru jest kryptoreklamą?**

Jest to typowy przykład kryptoreklamy. Oferta jednego baru, z podaniem cen, strony internetowej i sformułowań wartościujących: „pyszna golonkę”, „smakowitości z bogatego menu”, a także manipulacji w rodzaju: „dużym powodzeniem cieszy się...” nie jest materiałem dziennikarskim. Art. 12 ust 2 ustawy Prawo prasowe: Dziennikarzowi nie wolno prowadzić ukrytej działalności reklamowej wiążącej się z uzyskaniem korzyści majątkowej bądź osobistej od osoby lub jednostki organizacyjnej zainteresowanej reklamą.

### **Czy gazeta może przesądzać o winie kogokolwiek, jeśli sąd nie wydał jeszcze prawomocnego wyroku skazującego?**

Zdarza się, że redakcje zachowują się nierozważnie, np. zamieszczając tytuły o charakterze przesądającym w sytuacji gdy wina sprawcy nie została jeszcze stwierdzona przez sąd. Jest to działanie nieetyczne i bezprawne. Generalny inspektor danych osobowych stwierdził na ten temat: Chroniona jest nie tylko osoba podejrzana czy oskarżona o popełnienie przestępstwa, ale nawet skazana prawomocnym wyrokiem. Jej nazwisko, dane osobowe, w tym wizerunek, można podać do wiadomości publicznej za zgodą prokuratury albo sądu. Sąd, ogłaszając wyrok skazujący, może zasądzić karę w postaci podania do publicznej wiadomości personaliów i wizerunku przestępcy.

### **Czy można opublikować dane osobowe i wizerunek osoby, przeciwko której toczy się postępowanie prokuratorskie lub sądowe?**

Tylko w sytuacji gdy zgodę na to wydadzą:

- prokurator
- sąd
- osoba podejrzana (oskarżona, skazana).

Warto dodać, że zgoda na opublikowanie danych osobowych lub wizerunku osoby, przeciwko której toczy się postępowanie przygotowawcze lub sądowe, wydana przez prokuratora lub sąd, jest zgodą wydaną wszystkim mediom.

### **A co z danymi osobowymi i wizerunkami osób publicznych? Czy można np. zamieścić zdjęcie pijanego burmistrza?**

Wyrok Sądu Najwyższego z 18 marca 2008 r. (sygnatura akt: IV CSK 474/07) nie pozostawia wątpliwości: Zakaz publikowania w prasie danych personalnych osób, przeciwko którym toczy się sprawa karna, dotyczy także osób pełniących funkcje publiczne.

### **Czy można opublikować zdjęcie prezydenta miasta, który spaceruje sobie po swoim ogrodzie?**

Prezydent jest niewątpliwie osobą publiczną, ale pokazywanie go w sytuacji niezwiązanej z jego funkcją publiczną (prywatny ogród) możliwe jest tylko za jego zgodą. Jeśli osoba publiczna zaprosi nas do domu, by pokazać i opowiedzieć jak mieszka, czym zajmuje się po pracy, nie ma problemu.

Dane osobowe według polskiego prawa to:

- imię i nazwisko
- data i miejsce urodzenia
- adres zamieszkania

- stan cywilny
- fotografia.

### **Podyskutujmy o zagrożeniach**

Jakie niebezpieczeństwa zagrażają dziś rzetelnemu dziennikarstwu? Czy komuś jeszcze zależy na niezależnym dziennikarstwie? Te najistotniejsze zagrożenia streściłbym w pięciu punktach.

1. Nasze ludzkie słabości i ułomności. Dobre i rzetelne dziennikarstwo wymaga niezłomnego charakteru. A dziennikarstwo niesie w sobie wiele pokus i pułapek.
2. Obniżenie prestiżu zawodowego dziennikarzy. Trudna sytuacja ekonomiczna wydawców, spadki sprzedaży prasy i wpływów z reklamy powodują zwolnienia dziennikarzy. Pojawia się brak poczucia stabilizacji i zagrożenie coraz większego uzależnienia dziennikarzy od wydawców, marketingu, lokalnej władzy.
3. Przeciążenie pracą w redakcjach. Coraz mniejsze zespoły dziennikarskie muszą zapisać i zredagować coraz więcej kolumn w gazecie i materiały dziennikarskie na portalach. Pośpiech coraz bardziej wyklucza staranność. Dominuje szybka papka. Nie ma czasu na dociekliwość i dziennikarstwo śledcze.
4. Słabość środowiska dziennikarskiego w Polsce, która jest wynikiem licznych podziałów. Dziennikarze nie mają silnej reprezentacji, która zadbałaby o ich interesy zawodowe, a także moralne standardy wykonywanej pracy, tak jak to się dzieje w krajach zachodniej demokracji. Najlepszym dowodem rozbicia i słabości środowiska są konflikty w Radzie Etyki Mediów.
5. Przenoszenie do dziennikarstwa najgorszych praktyk z internetu. Kradzież treści, tzw. inteligentne odtwórstwo, miałość i nierzetelność, wulgaryzacja przekazu – te wszystkie złe praktyki nie omijają też, niestety, treści tworzonych przez zawodowych dziennikarzy.

**Stanisław Sowa**