

Robert Grochowski¹*Wyższa Szkoła Kultury Społecznej i Medialnej w Toruniu*

Deontologiczne aspekty pracy dziennikarza

Etos (*ethos*) to przyjęty przez daną grupę ludzi ogół wartości, norm i wzorów postępowania, które decydują o odrębności tejże wspólnoty². To również kryteria i ideały charakteryzujące lub nurtujące tę grupę. To również zespół wartości, który jest podstawą głównych form i wzorców zachowania. Terminem tym określa się także myśli jakiejś kultury, społeczeństwa, instytucji. W nauce Arystotelesa etos to osobowość człowieka pod względem równowagi między namiętnościami a rozumą. Etos to zatem nic innego jak postawa moralna oraz system wartości danych jednostek ludzkich³. Niepodważalne jest więc tutaj odniesienie do etyki i moralności.

Korzeni etyki należy szukać w myśli filozoficznej starożytnej Grecji. Przyjmuje się, że twórcą etyki jest jeden z najwybitniejszych filozofów starożytności – Sokrates. Filozof ten sformułował trzy główne tezy etyki:

- cnota jest dobrem bezwzględnym,
- cnota wiąże się z pożytkiem i szczęściem,
- cnota jest wiedzą⁴.

Wyjaśnienia wymaga tutaj termin „cnota”, którego Grecy używali ogólnikowo, łącząc go z różnymi życiowymi sprawnościami, wyszkoleniem czy też umiejętnościami. Sokrates w swoich rozważaniach zastąpił pojęcie „cnota” i podał jego nowe znaczenia. Były to przymioty, takie jak: sprawiedliwość, odwaga, zdolność panowania nad sobą⁵. Uważał on, że cechy te przypisane są naturze człowieka i są charakterystyczne dla całej ludzkości. Tak powstały zalety moralne. Dla Sokratesa stało się jasne, że skoro cnota jest dobrem bezwzględnym, to pozostałe rzeczy,

¹ Robert Grochowski – doktor nauk humanistycznych z zakresu politologii, filozof. Wykładowca WSKSiM w Toruniu. Aktualnie prowadzi badania dotyczące prawa, etyki, historii i oddziaływania (psychologii) środków społecznego przekazu oraz komunikowania masowego na terenie Polski i Grecji. Przygotowuje rozprawę habilitacyjną pt. *Reklama w systemie prawnym Unii Europejskiej*.

² *Słownik wyrazów obcych* PWN, red. E. Sobol, Warszawa 2007, s. 270.

³ W. Kopaliński, *Słownik wyrazów obcych i zwrotów obcojęzycznych z almanachem*, Warszawa 2005, s. 159.

⁴ W. Tatarkiewicz, *Historia filozofii*, Warszawa 1990, t. 1, s. 73–74.

⁵ Tamże, s. 73.

które dotychczas określano jako dobre, są nic nieznaczące, a niejednokrotnie wręcz złe. Stąd możemy przyjąć, że Sokrates poprzez sformułowanie cnót zdefiniował dobra moralne i przez to stworzył etykę.

Zajmując się tematyką etyki dziennikarskiej, należy wyjaśnić podstawowe pojęcia związane z tym zagadnieniem, aby je zrozumieć i móc posługiwać się fachową terminologią. Samo słowo „etyka” pochodzi z języka greckiego: *tá êthiká* – traktat o obyczajach, *êthos* – obyczaj, charakter. W sensie potocznym słowa te oznaczały ogół ocen i norm moralnych w danej epoce i zbiorowości społecznej lub konkretny ich system, tj. moralność; w sensie filozoficznym – była i jest nauką dotyczącą moralności, rozpatrywana odrębnie w aspektach normatywnym – jako nauka moralności (tzw. etyka normatywna lub etyka właściwa), oraz opisowo-wyjaśniającym, jako nauka o moralności (tzw. etyka opisowa lub etologia)⁶. Etyka zmieniała swój obraz na przestrzeni dziejów. W starożytności koncentrowała się w głównej mierze na tym, jakie środki prowadzą do osiągnięcia szczęścia przez człowieka. W miarę upływu stuleci zainteresowała się zagadnieniem, co człowiek ma zrobić, aby innym ludziom żyło się dobrze. Wskazywała na wyrzeczenia się na czyjąś korzyść, aby cel ten został spełniony. Skoncentrowała się na społeczeństwie, nie na jednostce. Zawsze jednak do podstawowych określeń etyki należało hasło „dobry”. Przykładowo „dobry człowiek” to zazwyczaj tyle, co człowiek „uczuciowy”, żywo współczujący z cudzym cierpieniem⁷. Zawsze chodzi o jakąś cechę dodatnią.

Ze słowem „etyka” kojarzą się zwykle treści dotyczące tego, co dobre i co złe, co powinno być celem ludzkich dążeń, jakie motywy powinny kierować ich postępowaniem⁸.

Dla Papieża Jana Pawła II „sercem etyki” była godność osoby ludzkiej. A godność człowieka jako osoby oznacza przede wszystkim właściwość, lub też podstawową jakość, i w tym znaczeniu „wartość”, która przysługuje człowiekowi z tej racji, że jest osobą, i o którą człowiek z tej właśnie racji powinien zabiegać⁹.

Etyka stała się drogowskazem do osiągnięcia szczęścia; ma za zadanie chronić człowieka przed uszczerbkiem i utratą własnej tożsamości i godności. Podstawowym zagadnieniem etyki jest więc wybór właściwej decyzji spośród wielu rozwiązań danego problemu, aby szczęście osiągnąć. Człowiek roztropny stara się podjąć decyzję w zgodzie z określonymi regułami. Tu z pomocą przychodzi etyka rozumiana jako teoria postępowania.

⁶ <<http://encyklopedia.pwn.pl/haslo/3898956/etyka.html>> [dostęp: 9 III 2015].

⁷ M. Ossowska, *Podstawy nauki o moralności*, Wrocław 1994, s. 368.

⁸ Tamże, s. 10.

⁹ K. Wojtyła, *Człowiek w polu odpowiedzialności*, Paryż – Lublin 1991, s. 50.

Jedni twierdzą, że istnieją czyny zawsze złe albo zawsze dobre, niezależne od tego, co za sobą pociągają i co przeżywał sprawca w chwili, gdy je podejmował. Dla tych na przykład prawdomówność jest zawsze dobra, a kłamstwo – zawsze złe, niezależnie od wszelkich towarzyszących okoliczności¹⁰.

Od zarania dziejów filozofowie szukali złotej zasady, która byłaby uniwersalna w całym świecie i w każdych czasach. W języku potocznym pojęcia etyki i moralności są często mylone. Próbę zdefiniowania moralności podejmowało wielu uczonych z dziedziny filozofii, językoznawstwa, socjologii. Nie ma jednak jednoznacznej, jedynej, pewnej definicji moralności. Maria Ossowska, wybitna polska uczona zajmująca się etyką, w swojej pracy poświęconej socjologii moralności ujęła to bardzo trafnie i dobitnie, stwierdzając, że „budowanie definicji analitycznej może rozszerzyć naszą wiedzę o tym, co ludzie myślą, gdy mówią o moralności, ale stworzenie z tych opinii jakiejś spójnej całości jest chimeryczne”¹¹. Nauka o moralności opisuje to, co faktycznie ludzie uważają za dobre i złe i do czego dążą. Przedstawia więc moralność realnie istniejącą, odnosi się do naszych zachowań.

Każde działanie człowieka jest nakierowane na jakiś cel. Każda wykonywana czynność ma przynieść jakiś określony rezultat. Cel przyciąga do siebie, ponieważ jest dobry. Tylko dobro może być motywem działania, więc jest ono tym samym, co cel. Można powiedzieć, że człowiek zawsze działa ku czemuś dobremu¹². Dóbr tych jest obecnie bardzo wiele, dlatego trzeba umieć dobrze wybrać. Warunkiem dobrego wyboru jest wolność, która wiąże się z prawdą. Prawda jest w stanie uczynić człowieka wolnym, czyli wyzwolić go spod wszelkich nacisków, układów czy zależności. Człowiek ma wpisane w naturę poszukiwanie prawdy i jest ona dostępna dla ludzkiego umysłu, który otwiera się na jej przyjęcie. Prawda łączy się z moralnością. Odgrywa ona w zawodzie dziennikarza istotną rolę. Podstawą w pracy dziennikarza jest przekazywanie prawdy za pomocą słowa, obrazu i dźwięku, które są jedyną drogą do porozumiewania się między ludźmi. Prawda stawia wymagania zarówno dziennikarzowi, jak i każdemu człowiekowi, ponieważ każdy bierze udział w walce pomiędzy prawdą a kłamstwem, która toczy się od zarania dziejów. Prawda obiektywna jest tylko jedna, lecz można do niej dojść wieloma drogami. Jest ona warunkiem realizacji człowieka i jego odpowiedniej relacji do innych¹³.

Zgodnie z art. 7 ust. 2 pkt 5 Prawa prasowego „dziennikarzem jest osoba zajmująca się redagowaniem, tworzeniem lub przygotowywaniem materiałów prasowych, pozostająca w stosunku pracy z redakcją albo zajmująca się taką

¹⁰ M. Ossowska, dz. cyt., s. 369.

¹¹ Taż, *Socjologia moralności*, Warszawa 1986, s. 256.

¹² P. Jaroszyński, *Etyka – dramat życia moralnego*, Szczecinek 2013, s. 19–21.

¹³ K. Czuba, *Katolickie podstawy etyki dziennikarskiej*, Toruń 2007, s. 43–45.

działalnością na rzecz i z upoważnienia redakcji”. W rozdziale II ustawy w art. 10 ust. 1 zapisano, że zadaniem dziennikarza jest służba społeczeństwu i państwu. Ma on obowiązek działania zgodnie z etyką zawodową i zasadami współżycia społecznego, w granicach określonych przepisami prawa. W art. 12 ust. 1 zapisano natomiast, że dziennikarz jest obowiązany „zachować szczególną staranność i rzetelność przy zbieraniu i wykorzystaniu materiałów prasowych, zwłaszcza sprawdzić zgodność z prawdą uzyskanych wiadomości lub podać ich źródło; chronić dobra osobiste, a ponadto interesy działających w dobrej wierze informatorów i innych osób, które okazują mu zaufanie; dbać o poprawność języka i unikać używania wulgaryzmów”¹⁴.

Obowiązkiem dziennikarza jest więc staranne, rzetelne, obiektywne oraz bezstronne przygotowanie materiału prasowego dla odbiorców. Jeśli temu uchybia, jeśli jest nierzetelny, nieodpowiedzialny, manipulujący przekazem, naraża innych na krzywdę. Dziennikarz powinien zachowywać się etycznie czy innymi słowy – przyzwoicie.

Obserwując środowisko dziennikarskie, spostrzec można, że są dziennikarze uczciwi, rzetelni, dociekający prawdy. Niemniej są i karierowicze, żądni władzy, słuźalczy, pazerni, jątrzący, manipulujący przekazem, nieszanujący odbiorcy. Ci też nie są lojalni wobec siebie nawzajem, nie szanują się, oskarżają, donoszą jeden na drugiego, słowem: zachowują się nieetycznie, postępują niezgodnie z kodeksami etycznymi zawodu.

Z celu komunikowania społecznego wynikają zasady etyki dziennikarskiej. Do tych podstawowych należą niezależność (wolność) i prawda. Nadawca informacji musi najpierw sam poznać prawdę, którą będzie przekazywał innym. Dziennikarzowi nie wolno ograniczyć badań rzeczywistości, o której ma zamiar relacjonować, do swych intuicji lub przeświadczeń, choćby najbardziej ugruntowanych. Z tej racji dziennikarz działa etycznie poprawnie, jeśli dąży do poznania tematu w sposób możliwie najszerszy i najgłębszy. Niepokojące jest, że w dążeniu do jak najszybszego przekazywania informacji dziennikarze rezygnują ze sprawdzenia ich prawdziwości.

Do wykonywania każdej profesji potrzebne są określone predyspozycje. Nie inaczej jest w przypadku dziennikarza. Dobrego dziennikarza powinny wyróżniać następujące cechy: – roztropność – umiejętność rozpoznania problemu i podjęcia właściwej decyzji;

- sprawiedliwość – utrzymywanie właściwych relacji z ludźmi ze względu na ich godność osobistą;
- męstwo – przekazywanie trudnej prawdy;
- umiarkowanie – uznanie własnych ograniczeń;

¹⁴ Dz.U. 1984, nr 5 poz. 24, Ustawa z dnia 26 stycznia 1984 r. Prawo prasowe.

- pokora – uznanie zależności własnej osoby od innych.

Warto zwrócić uwagę, że wymienione cechy są, według św. Tomasza, cnotami kardynalnymi.

Każdy dziennikarz ponosi moralną odpowiedzialność za kształtowanie opinii publicznej, czyli poglądów, zdań, mniemań czy sądów, które składają się na opinię. Mają one charakter publiczny, czyli są otwarte, jawne, widoczne, oficjalne i dostępne. Dzięki nim można wywierać różnego rodzaju naciski, np. w kwestii stanowienia prawa, na metody i środki sprawowania władzy czy styl życia społeczeństwa. Z racji tego odpowiedzialność, jaką ponosi dziennikarz w związku ze swoją pracą, nabiera szczególnego charakteru. Opinia publiczna wiąże się z dynamicznymi procesami zachodzącymi w psychikach społeczeństw w związku z aktualnymi sprawami i wydarzeniami. Ponieważ jednym z podstawowych praw każdego człowieka jest prawo do informacji, to właśnie dzięki mediom opinia publiczna nabiera kształtów. To właśnie moralność jest głównym problemem dotyczącym mediów.

Na temat szczególnej misji moralnej spoczywającej na dziennikarzu wypowiedział się Sobór Watykański II w Dekrecie o środkach społecznego przekazu *Inter Mirifica*:

Jest bowiem rzeczą zupełnie jasną, jakie i jak wielkiej wagi obowiązki na nich [na dziennikarzach] spoczywają w obecnych warunkach społecznych, skoro właśnie oni przez informowanie lub zachęcanie mogą prowadzić rodzaj ludzki na właściwy lub zgubny sposób¹⁵.

O problemie z etyką dziennikarską pisze m.in. Jan Pleszczyński. Przytacza on różne stanowiska i opinie, które negują istnienie etyki dziennikarskiej. Jedno z takich popularnych twierdzeń wynika z postrzegania etyki dziennikarskiej jako wytworu dziennikarzy, którym nie udało się niczego osiągnąć, a brak sukcesów tłumaczą tym, że w swojej pracy kierowali się standardami etycznymi. Innym poglądem jest odrzucenie etyki dziennikarskiej jako czegoś, co nie przynosi efektywności w pracy dziennikarza. Wystarczy dobre przygotowanie warsztatowe, umiejętność szukania informacji oraz opisywania zdarzeń w oparciu o klasyczne pytania: co?, gdzie?, kiedy?, jak?, dlaczego?, z oddzieleniem od komentarza. Wyklucza się tutaj misję mediów w społeczeństwie. Jeszcze bardziej skrajną postawą jest skupienie się tylko i wyłącznie na praktycznych zadaniach wraz z ograniczeniem odpowiedzialności jedynie do kwestii prawnej. W tej sytuacji najważniejszym atrybutem dziennikarza staje się jego skuteczność. Powinien on zdobywać informacje za pomocą wszelkich sposobów i czynić je jak najbardziej atrakcyjnymi. Według autora profesjonalizm pozbawiony etyki sprawia, że wszystko zostaje mu podporządkowane, a prawda jest wypchnięta

¹⁵ Sobór Watykański II, *Konstytucje, Dekrety, Deklaracje* (nowe tłumaczenie), Poznań 2002, s. 90.

przez atrakcyjność. Pleszczyński powołuje się także na wypowiedź ks. bp. Józefa Chrapka, który odnosząc się do atrakcyjności i prawdy w przekazie dziennikarskim, zwrócił uwagę na kryjący się za tym przekazem interes komercyjny, który nakręca przekaz informacji o charakterze negatywnym, ponieważ te lepiej się sprzedają. Biskup zaznaczył przy tym, że o skandalach należy pisać i wyciągać je na światło dzienne, z tym że trzeba też dbać o to, by negatywne informacje nie zdominowały opinii publicznej. Warto poszukiwać informacji dobrych i przedstawiać je w sposób atrakcyjny¹⁶.

Obecnie coraz bardziej daje o sobie znać chaos medialny, który przynosi fatalne skutki dla społeczeństwa. Narzędziem coraz częściej wykorzystywanym przez władze stało się kokietowanie społeczeństwa kompromisami, aby przyjmowało ono wszystko, czego chce władza, jako dobro¹⁷. Prawda, która powinna być podstawą moralności dziennikarza, zostaje zepchnięta na bok przez poprawność polityczną, cenzurę w różnym wymiarze czy konformizm. Niebezpieczna staje się dziś panująca atmosfera, która sprzyja łatwym kompromisom, i to nawet w tych kwestiach, które moralnie dla człowieka są nie do przyjęcia. Dzieje się tak za sprawą kreowanego w mediach modelu człowieka „postępowego”, który nie widzi przeszkód w zawieraniu niebezpiecznych kompromisów dotyczących kwestii moralnych, religijnych i politycznych¹⁸. Na zniekształcenie znaczenia słowa „kompromis” w obecnym świecie zwrócił uwagę Piotr Jaroszyński. Zauważył, że słowo to często pojawia się w sferze publicznej. Odnosi się ono do umiejętności negocjowania i jest wyznacznikiem „nowoczesności” człowieka. Pochodzi ono z języka łacińskiego jako zbitka dwóch wyrazów: „com”, czyli wzajemna relacja, i „promitto”, czyli obietnica. „Compromitto” oznacza zatem wzajemne obiecywanie sobie czegoś. W znaczeniu potocznym w starożytnym Rzymie słowo to miało charakter prawniczy. Była nim określana sytuacja, w której obie strony sporu nie mogą się pogodzić i proszą sędziego o pomoc w znalezieniu rozstrzygnięcia. Obecnie kompromis nie wiąże się ze zwróceniem się do kogoś, tylko strony ustalają coś ze sobą na zasadzie handlu. Tu Jaroszyński przywołuje Arystotelesa, który w „Etyce Nikomahejskiej” ukazał umiejętność znalezienia złotego środka jako cnoty. Stagiryta zaznaczył jednak, że chodzi o środek rozumu, a nie rzeczy, ponieważ rozum odwołuje się do rzeczywistości i uwzględnia dodatkowe konteksty.

Dziennikarz powinien mieć właściwe odniesienie do wolności, co zaowocuje właściwym pojmowaniem prawdy, która jest fundamentem przekazu dziennikar-

¹⁶ J. Pleszczyński, *Etyka dziennikarska*, Warszawa 2007, s. 24–26.

¹⁷ *Dziennikarz – między prawdą a kłamstwem* (materiały z konferencji, niepublikowane), Łódź 2009, s. 138.

¹⁸ Tamże, s. 5.

skiego. Krystyna Czuba przytacza słowa św. Pawła z I Listu do Koryntian, który mówi, że człowiek może wszystko, lecz nie wszystko przynosi mu pożytek, a złe korzystanie z tej wolności może go doprowadzić do zniewolenia. Nowe media, z którymi obecnie mamy do czynienia, cechuje ogromna szybkość w docieraniu do człowieka, a ich przekaz może mieć wydźwięk globalny. Stale wzrastająca szybkość przekazywania informacji sprawia, że zawód dziennikarza nabiera coraz większej wagi i wymaga coraz większej odpowiedzialności. Prawo człowieka do dostępu do informacji wynika z tego, że jest mu ona potrzebna do rozeznawania działań w walce o istnienie oraz stanowi źródło bogactwa. Prawda przekazywana w informacji służy rozwojowi człowieka. Dziennikarz nie powinien się zatem skupiać na tzw. celach użytecznych, takich jak sława lub zysk. Dziennikarze dość często deklarują swoją niezależność, powołując się na wolność słowa. Autorka zaznacza, że wolność słowa nie ma charakteru bezwzględnego i gdy jest oderwana od prawdy, prowadzi do manipulacji i zakłamania. Nierozpoznanie bądź zanegowanie prawdy przez dziennikarza i skupienie się tylko na użyteczności przekazu doprowadza do sytuacji, w której informacja staje się towarem, a sfera publiczna nabiera charakteru użytkowego¹⁹.

Media, jako podmioty działające na wolnym rynku, mają możliwość dbania o dobro wspólne i budowania społeczeństwa obywatelskiego. Ale to nie media muszą się kierować w swoim działaniu dobrem wspólnym, tylko dziennikarz, dla którego powinno być ono najwyższą ideą. Według J. Pleszczyńskiego dobro wspólne może się urzeczywistniać tylko w społeczeństwie obywatelskim, które jest właściwe państwu demokratycznemu. Obywatele w takim społeczeństwie czynnie uczestniczą w życiu publicznym poprzez dobrowolny udział w wyborach czy angażowanie się na rzecz różnych stowarzyszeń²⁰. Dziennikarz powinien być świadomy szczególnej wartości dobra wspólnego i brać je pod uwagę w przekazie medialnym, który również do tego dobra należy. Dobro wspólne wynika ze społecznej natury człowieka i pozwala mu się rozwijać w życiu społecznym. Na idei tegoż dobra powinna być oparta cała organizacja życia społecznego wraz ze stanowieniem prawa, sądownictwem czy innymi instytucjami państwowymi; zadaniem dziennikarza jest wspieranie dobra wspólnego, a każde jego pogwałcenie jest naruszeniem etyki zawodowej²¹.

Wszelkie kodeksy etyki dziennikarskiej są stworzone w oparciu o normy, które powstają na bazie wartości. Ze względu na szeroki zakres znaczeniowy pojęcia „wartość” – jest ono trudne do zdefiniowania, odwołać się należy do przedstawicieli tomizmu egzystencjalnego, według których teoria wartości opiera się na prawdzie, dobru i pięknie. Wartości te, patrząc na dotychczasowe doświadczenia

¹⁹ K. Czuba, dz. cyt., s. 261–262.

²⁰ J. Pleszczyński, dz. cyt., s. 98–99.

²¹ K. Czuba, dz. cyt., s. 77–78.

ludzkości, kształtują i rozwijają człowieka. Są one fundamentami etyki dziennikarskiej. Wartości mogą służyć człowiekowi wtedy, kiedy on sam wybierze je w sposób świadomy. Odnoszą się one do niego i jego godności. Prawda, tak ważna w pracy dziennikarza, jest w stanie uzdolnić rozum do identyfikacji wartości moralnych związanych z danym przedmiotem poznania. Wartości mają ścisły związek z osobą ludzką, dlatego ich kryterium można określić jako antropologiczno-personalistyczne. Kodeksy etyki dziennikarskiej są zbudowane w większości przypadków na normach, które mają służyć zarówno dziennikarzowi, jak i odbiorcom. Dzięki temu dziennikarz może właściwie się rozwijać, a odbiorca uzyskuje szczególnie szacunek ze względu na to, że jest nie tylko przedmiotem przekazu dziennikarskiego, ale także jego podmiotem. Normy te wyznaczają reguły działania i zasady postępowania, które powinny być przyjęte i przestrzegane w danej społeczności ludzkiej lub zawodzie. Mają one charakter powinnościowy, ponieważ nakazują człowiekowi określone sposoby działania i zasady postępowania w różnych sytuacjach. Powinność moralna usposabia człowieka do czynienia dobra, a zaniechania zła. Normy odnoszące się do zawodu dziennikarza określają zasady postępowania wobec odbiorców, kolegów z branży, a także wobec samego siebie. Powinności pochodzą od ogólnych imperatywów funkcjonujących w społeczeństwie²².

Do wartości w dziennikarstwie odwołuje się również J. Pleszczyński, stwierdzając, że sama etyka zajmuje się wartościami w sensie ogólnym, a etyka dziennikarska powinna zajmować się wartościami związanymi tylko i wyłącznie z dziennikarstwem. Autor używa terminu „aksjologia mediów” jako teorii wartości w mediach i dziennikarstwie, która zajmuje się wszystkimi wartościami obecnymi w tych dziedzinach. Taką wartością może być np. estetyka przekazu medialnego. Etyka z kolei dotyczy wartości etycznych. Człowiek rozpoznaje wartości po tym, jakie przynoszą one efekty. Z tej racji, jak podkreśla autor, ich istnienie ma charakter obiektywny²³.

W prawie mediów i kodeksach etyki dziennikarskiej zawarte jest stwierdzenie, że prawda jest podstawą przekazu informacyjnego. Prawda jednak jest postrzegana przez niektóre środowiska dziennikarskie w sensie pragmatycznym. Neguje się istnienie prawdy obiektywnej i mówi się o sceptycyzmie, relatywizmie i indywidualnych sądach. Zaznaczyć jednak należy, że dziennikarze i media ukazywać powinni zawsze prawdę obiektywną. Ta z kolei wymaga od dziennikarza indywidualnego wysiłku intelektualnego i pokonania różnych przeciwności w dotarciu do niej. Cnotą, która pomoże mu w tym, jest pokora.

Dziennikarstwo we współczesnym społeczeństwie akcentuje wolność jako fundament ustroju demokratycznego. Jest ona jednak mylona z wolnością bez

²² Tamże, s. 277–278.

²³ J. Pleszczyński, *Etyka dziennikarska*, s. 47–48.

granic, opartą na możliwościach działania bez ograniczeń. To wypaczenie wolności jest skutkiem odrzucenia prawdy jako jej fundamentu. To doprowadza do wspomnianych już kompromisów. Etyka dziennikarska akcentuje różnice pomiędzy przekazem informacyjnym a komunikowaniem społecznym. W przekazie informacyjnym liczy się nadawca i „towar”, czyli w tym przypadku informacja, która musi być sprzedana. Oddziałuje on tylko na jedną stronę. Komunikowanie społeczne z kolei ma charakter wielostronny i dotyczy relacji, jaka zachodzi pomiędzy nadawcą i odbiorcą²⁴. Relacja między dziennikarzem a odbiorcą nie może się opierać na monologu. Dialog oznacza, że dziennikarz oprócz bycia nadawcą potrafi także stać się odbiorcą. Powinna istnieć między nimi równość, a nie zależność. Naganne jest postępowanie dziennikarza, który wywyższa się ponad swojego odbiorcę i uzależnia go od przekazu. Wtedy dochodzi do sytuacji, w której dziennikarz staje się władcą w społeczeństwie zamiast mu służyć. Klóci się to z zadaniem dziennikarza, który powinien pełnić służbę w społeczeństwie. Ma on za zadanie je reprezentować oraz kontrolować poczynania władzy²⁵.

Podsumowując, stwierdzić należy, że umiejętność komunikacji społecznej umożliwia dziennikarzowi dotarcie do odbiorcy i wpływanie na opinię społeczną. Wynika to z natury człowieka, który oprócz tego, że jest istotą rozumną, jest także istotą społeczną. Kolejną umiejętnością niezbędną w pracy dziennikarza jest znajomość norm etycznych i umiejętność stosowania ich w praktyce. Możliwość wpływania przez dziennikarza na opinię publiczną jest dziś wyjątkowo ogromna, dlatego spoczywa na nim szczególna odpowiedzialność moralna.

Etos pracy współczesnego dziennikarza nie polega na wyrzuceniu własnych poglądów poza nawias, tylko na uczciwości. Związana z owym etosem uczciwość dziennikarska polega na tym, że nie powinno ukrywać się faktów, nawet jeśli są one sprzeczne z obraną hipotezą. Dobry dziennikarz powinien być otwarty na ludzi, szanować ich poglądy i odmienność. Miarą rzetelności dziennikarza nie są więc jego poglądy, tylko efekty pracy; dostrzeganie wad oraz opisywanie i pokazywanie zalet. Źródłem nierzetelności dziennikarskiej jest w przeważającej mierze skłonność mediów do szukania sensacji, przez co przekazują one obraz niepełny, nastawiony wyłącznie na ukazywanie konfliktów, co w efekcie nakręca spiralę negatywnych emocji i powoduje podziały. Media przedstawiają uproszczony obraz świata, który ma pasować do dominującego w danej redakcji poglądu politycznego, w oderwaniu od rzeczywistych faktów, a przede wszystkim od prawdy.

Słowa kluczowe: media, dziennikarze, etos, etyka, prawo prasowe, Arystoteles, chaos medialny.

²⁴ K. Czuba, *Katolickie podstawy*, s. 289–291.

²⁵ Tamże, s. 292–293.

Summary

Deontological aspects of journalist's work

The basics of journalist's work concern conveying the truth by the means of words, pictures and sounds, which are the only way of human communication. Hence, the responsibility which a journalist bears due to his job assumes a specific character. After all, journalists and media should always show the objective truth. The knowledge of ethical norms and the ability to apply them in practice are an indispensable skill in journalistic profession. Journalists' power to influence public opinion is particularly huge today and therefore special moral responsibility rests upon them.

The ethos of contemporary journalist's work does not consist of getting rid of their own views but in honesty. Journalistic honesty connected with this ethos refers to the fact that one should not hide facts even though they are contrary to the assumed hypothesis. A good journalist should be open to other people, respect their opinions and distinctiveness. Therefore, the measure of journalist's reliability is not their stance but the effects of their work, the discernment of vices and depiction virtues. The source of journalistic unreliability is, to a large degree, media's tendency to seek sensation, which makes journalists show an incomplete picture highlighting differences, which results in winding up a spiral of negative emotions – causing divisions.