

ODPOWIEDZIALNOŚĆ ZA MORALNOŚĆ DZIENNIKARSKĄ

Jan Pleszczyński, *Etyka dziennikarska*, Difin, Warszawa 2007, ss. 263.

Refleksja nad etyką dziennikarską ma swoich zwolenników, ale także przeciwników. Nie wszyscy są przekonani do sensu i skuteczności teoretycznego namysłu nad moralnymi aspektami pracy dziennikarskiej. Sami zainteresowani, dziennikarze, rzadko orientują się w kodeksach moralnych swojej profesji. Bardziej ufają intuicji moralnej, lecz czy wszyscy z nich takową posiadają?

Jan Pleszczyński podjął się zadania ważnego i potrzebnego – napisał książkę z zakresu etyki dziennikarskiej. Oczywiście, to nie pierwsza tego typu pozycja na polskim rynku wydawniczym, ale już dawno nie ukazała się na tyle aktualna, podążająca za rozwojem mediów publikacja z tej dziedziny.

Etykę dziennikarską można uprawiać co najmniej na trzy sposoby:

1) skoncentrować się na historycznych koncepcjach etycznych traktujących o wartościach moralnych istotnych dla etyki dziennikarskiej;

2) opisywać i analizować konkretne przykłady z doświadczeń moralnych dziennikarzy;

3) teorię i praktykę tak połączyć, by dostrzec związki między nimi zachodzące.

Pleszczyńskiemu udało się sprawnie zastosować trzeci sposób prezentacji. Bowiem na etykę dziennikarską składają się trzy elementy: analiza filozoficzna – stanowiąca źródło wiedzy na temat cnót dziennikarskich, analiza konkretnych przypadków – dająca obraz rzeczywistych problemów moralnych dziennikarstwa, ujawniająca aktualne dylematy wymagające dyskusji oraz kodeksy etyki dziennikarskiej – porządkujące wiedzę z tego zakresu. Konteksty filozoficzne jawią się w nieprzymuszony sposób jako osnowa analizy konkretnych doświadczeń dziennikarskich.

Nie bez znaczenia dla jakości książki pozostaje fakt, że Pleszczyński jest z jednej strony wykształconym filozofem, z drugiej – doświadczonym dziennikarzem. W latach 1990–2003 pracował w „Gazecie Wyborczej Lublin”, publikował także w „Rzeczypospolitej”, „Tygodniku Solidarność” i „Przeglądzie Powszechnym”. Zawodowe doświadczenie sprawia, że autor z właściwym dystansem odnosi się zarówno do teoretycznego namysłu, jak i praktyki dziennikarskiej. Umiejętnie pokazuje ich wzajemną zależność.

Książka składa się z jedenastu rozdziałów. Dotyczą one aksjologii i etyki dziennikarskiej. Wyjaśniane są w nich terminy, a także wyznaczana przestrzeń wartości moralnych.

W pierwszym rozdziale autor uzasadnia potrzebę refleksji nad moralnością dziennikarską. Przy czym rozróżnia etykę dziennikarską od etyki mediów. Początkowe wątpliwości dotyczące precyzowania tych pojęć ustępują, gdy okazuje się, że dzięki takiemu zabiegowi wiedza z zakresu obu etyk jest bogatsza.

Drugi rozdział ma charakter *stricte* filozoficzny. Należy go potraktować jako obowiązkowy wstęp do dalszych rozważań, ponieważ zawarta jest w nim wiedza z zakresu etyki ogólnej. Pleszczyński podkreśla, że w przeciwieństwie do amerykańskiego sposobu analiz zasad etycznych na przykładach, w jego koncepcji punktem wyjścia jest analiza filozoficzna.

Trzeci i czwarty rozdział dotyczą samego dziennikarstwa i są próbą odpowiedzi na pytania, czym są media, dziennikarstwo, jaka jest ich rola w społeczeństwie, a także poruszają kwestie charakteru, znaczenia i sensu licencji dziennikarskich, o których dyskutuje się już od kilku lat. Pleszczyński za Kunczikiem i Zipflem pisze: „Dziennikarstwo jest profesją, a więc oprócz sprawności warsztatowych i wiedzy ogólnej do jej uprawiania wymagana jest specyficzna etyka zawodowa. Przy takim zdefiniowaniu profesji problem licencji nie istnieje. Wprowadzenie licencji byłoby w jakimś stopniu uzasadnione, gdyby za niektórymi medioznawcami profesję definiować jako zawód, do którego dostęp jest kontrolowany oraz istnieje organizacja reprezentująca na zewnątrz interesy wykonujących tę profesję” (s. 76).

Piąty rozdział porusza problem etyki normatywnej. Kodeksy obowiązujące w Polsce, a także na świecie zwykle nie wypełniają swoich funkcji. Pleszczyński zwraca uwagę na następujące problemy związane z kodyfikacją norm moralnych: Czy normy etyczne dla dziennikarzy mają charakter powszechny? Kto jest dziennikarzem, a więc kogo obowiązują normy zawarte w kodeksach etyki dziennikarskiej? Czy normy obowiązują bezwzględnie, w każdej sytuacji niezależnie od miejsca i czasu? Kto powinien ustalać normy etyki dziennikarskiej? Kodeksy etyczne odnoszą się do grupy zawodowej. Prawnik czy lekarz, naruszając etykę zawodową, mogą być wykluczeni z korporacji profesjonalnej. Dziennikarzom, o ile nie należą np. do Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, takie sankcje nie grożą. Wątpliwości budzą także niektóre zapisy rodzimych kodeksów. Pleszczyński zwraca uwagę na absurdalność niektórych z nich, np. „Wiarygodność i niezależność dziennikarska jest nie do pogodzenia z przyjmowaniem prezentów o wartości przekraczającej 200 zł” (zapis w Kodeksie Etyki Dziennikarskiej Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich).

Kolejne trzy rozdziały (VI, VII, VIII) traktują o rzeczy nader ważnej, a mianowicie zależności między dobrem profesjonalnym a dobrem moralnym. Pleszczyński pisze, że „media są środowiskiem wiedzy” (s. 131), a etyka dziennikar-

ska wiąże się z wiedzą i informacją. Filarem nie tylko profesjonalnego, ale także etycznego dziennikarstwa jest świadomość, czym jest wiedza i na ile jest ona tożsama z informacją oraz co to jest prawda. Zadaniem dziennikarza jest zebranie znacznej liczby faktów i opinii, które dokumentują przekaz i najlepiej odzwierciedlają postawę moralną dziennikarza oraz wyselekcjonowanie ich. Według autora książki prawda ma wiele aspektów, jednak „Wydaje się, że powinno im przyświecać najogólniejsze rozumienie prawdy oddawane przez grecki termin *aletheia*, tłumaczony jako »nie-skrytość«. Nieskrytość w dziennikarstwie oznacza, że autor publikacji nie ma złych intencji, nie manipuluje, jest szczerzy” (s. 176). Takie rozumienie prawdy ma ewidentnie kontekst etyczny. Jej jakość bowiem zależy od postawy moralnej dziennikarza. Na jakość informacji istotny wpływ ma jej obiektywny charakter. Pojęcie obiektywizmu w dziennikarstwie sprawia wiele problemów. Pleszczyński polemizuje z jego uproszczonym rozumieniem jako bezstronności. Powołuje się na Kapuścińskiego, który w duchu popperowskim pisze o zbliżaniu się do poznania prawdziwego i obiektywnego, pozostającego nieosiągalnym ideałem.

Rozdział dziewiąty poświęcony został odpowiedzialności, która jest główną wartością moralną w każdej sytuacji komunikacyjnej. Pleszczyński podkreśla, że nie istnieje uniwersalna etyka dziennikarska. W związku z tym nie ma jednej odpowiedzialności. Za Jonasem wymienia następujące rodzaje odpowiedzialności: negatywną (formalną) i pozytywną (materialną, substancjalną). Pierwsza z nich dotyczy sytuacji, gdy dziennikarz pod względem warsztatowym nie popełnił żadnych uchybień, lecz podając informację, wyrządził krzywdę. Natomiast odpowiedzialność pozytywna dotyczy czynności, które mają być dokonane lub zaniechane. Jest to odpowiedzialność ze względu na świadome konsekwencje publikacji.

Refleksją nad tym, czym jest etyka dziennikarska, Pleszczyński podsumowuje swoje rozważania. Mając świadomość popularności założenia o wrodzonych cnotach etycznych odwołuje się do Arystotelesa, który w *Etyce nikomachejskiej* pisał o predyspozycjach człowieka do nabywania cnot i rozwijania ich dzięki przyzwyczajeniu. Autor książki jest głęboko przekonany do tego, że „jak dziecko jest wychowywane do cnot, tak dziennikarz musi być wychowywany do specyficznych, zawodowych cnot dziennikarskich” (s. 214). Dlatego też nie normy, lecz cnoty decydują o moralnym dziennikarstwie. Mądrość, odwaga, niezależność określają etyczny charakter dziennikarstwa i mediów w ogóle. One także są świadectwem profesjonalnego dziennikarstwa.

Ostatni z rozdziałów został poświęcony przykładom z praktyki. Jak podkreśla autor, ta część książki ma charakter osobisty. Jest to barwna ilustracja prezentowanej wcześniej teorii, ujawniająca zarazem złożoność i trudność teoretycznego namysłu nad etyką dziennikarską. Sam Pleszczyński apeluje do swych czytelników o samodzielność i krytycyzm, gdyż książki tej nie można absolutnie traktować jak „instrukcji obsługi etycznego dziennikarstwa”.

Każda pojawiająca się na rynku wydawniczym książka z zakresu etyki dziennikarskiej powinna budzić duże zainteresowanie zarówno środowiska akademickiego, jak i dziennikarskiego. Rzeczywistość społeczna podlegająca nieustającym zmianom prowokuje do określonego ustosunkowania się do niej dziennikarzy. Jeśli tę profesję pojmimy jako misję społeczną, polegającą na wiarygodnym informowaniu i interpretowaniu tego, co nas otacza, odpowiedzialność dziennikarzy jest ich główną cnotą moralną. Konsekwencją tego jest uświadomienie tym wszystkim, którzy są odpowiedzialni za jakość mediów, potrzeby nieustającego kształcenia się w sprawach etycznych. Pogłębiona świadomość problemów moralnych „czwartej władzy” to lepsza jakość mediów.

O wartości prezentowanej tu *Etyki dziennikarskiej* decyduje bogactwo zarówno teorii, jak i doświadczenia. Książka jest ciekawą propozycją dla badaczy etyki dziennikarskiej, a także dla samych dziennikarzy, studentów i wszystkich tych, których niepokoi kondycja moralna polskich mediów.

Beata Zielewska-Rudnicka