

ks. Paweł Leszko SCJ

Uniwersytet Papieski Jana Pawła II w Krakowie, Instytut Teologii Moralnej

ORCID: 0000-0001-9206-5247; e-mail: pawel.leszko.scj@gmail.com

<https://doi.org/10.4467/25443283SYM.19.015.10644>

PRAWDA INFORMACJI DZIENNIKARSKIEJ
W SPOŁECZNYM NAUCZANIU KOŚCIOŁA
I KODEKSACH ETYCZNYCH
ŚRODKÓW KOMUNIKOWANIA

THE TRUTHFULNESS OF JOURNALISTIC
INFORMATION IN THE CATHOLIC SOCIAL TEACHING
AND COMMUNICATION CODES OF ETHICS

Abstrakt

Celem niniejszego artykułu jest ukazanie, iż najważniejszą właściwością informacji przekazywanej przez dziennikarza jest prawda. Jednym z podstawowych praw człowieka jest bowiem prawo do prawdziwej informacji, gdyż wyłącznie na prawdzie można budować dobro wspólne. Zadaniem dziennikarza jest więc troska o prawdziwość informacji na każdym etapie, zarówno podczas gromadzenia, przekazywania, jak i korzystania z odpowiednich środków technicznych.

Słowa kluczowe: dziennikarz, dziennikarstwo, etyka dziennikarska, informacja, prawda

Abstract

The purpose of this article is to show that the most important feature of information provided by a journalist is truth. One of the basic human rights is the right to true information, because the common good can be built only on the truth. The journalist's task is to take care of the truthfulness of information at every stage, both during the collection, transmission and use of appropriate technical means.

Keywords: journalist, journalism, journalistic ethics, information, truth

Wstęp

Dziennikarstwo jest wielowymiarową formą ludzkiej działalności, dlatego stanowi przedmiot zainteresowania różnych nauk: historii, socjologii, psychologii, politologii, etyki, komunikacji społecznej, a także teologii. Kościół w swoim nauczaniu dotyczącym środków społecznego przekazu oraz dziennikarstwa nie zajmuje się technicznym czy też historycznym ich aspektem. W katolickiej doktrynie najważniejszym elementem jest poszanowanie norm moralnych, czyli prymat osoby nad rzeczą, etyki nad techniką oraz miłosierdzia nad sprawiedliwością. Spośród dyscyplin teologicznych najwięcej uwagi dziennikarstwu i środkom społecznego komunikowania poświęca katolicka nauka społeczna, gdyż zajmuje się ona moralną oceną zjawisk społecznych, do których niewątpliwie należą środki komunikacji.

Wydaje się, iż największym problemem dziennikarstwa, od momentu jego powstania, jest kwestia prawdy. Szczególnie aktualne staje się to zagadnienie w kontekście naszych czasów, gdy mówi się o „kryzysie wokół zagadnienia prawdy”¹.

¹ JAN PAWEŁ II, Encyklika *Veritatis splendor*, Rzym 1993, 32.

1. Definicja prawdy

Prawda (z języka łacińskiego *veritas* – oznacza „godne zaufania”; z języka greckiego *aletheia* – „niezatajone, nieukryte”) w znaczeniu potocznym jest określana jako „zgodność wypowiedzi ze stanem faktycznym, jaki ta wypowiedź wyraża”². Podstawową jednak definicją pojęcia prawdy jest pojmowanie filozoficzne i teologiczne (dogmatyczne oraz moralne).

W ujęciu filozoficznym prawdę definiuje się w dwóch podstawowych ujęciach: teoriopoznawczym oraz metafizycznym. W pierwszym ujęciu prawda poznawcza (tzw. prawda logiczna) jest opisywana w dwóch zagadnieniach: definicji prawdy oraz jej kryteriów. Próbę rozwiązania tych zagadnień podjęły trzy tradycyjne teorie prawdy – jedna klasyczna i dwie określane jako nieklasyczne. W koncepcji klasycznej (arystotelesowskiej) zwanej teorią zgodności (sądu z rzeczywistością) „prawda jest powiedzeniem o tym, co jest, że jest, a o tym, co nie jest, że nie jest”³. Pierwsza z nieklasycznych koncepcji prawdy – teoria koherencyjna ujmuje prawdę jako „wewnętrzną spójność danego systemu twierdzeń (...) jako coś więcej niż tylko niesprzeczność logiczna”⁴. Z kolei teoria pragmatyczna określa prawdę jako „użyteczność poznawczą”⁵. Prawdę w ujęciu metafizycznym definiuje się jako „zgodność rzeczywistości z intelektem”⁶ i wyróżnia się: prawdę transcendentálną (akcentuje związek bytu z poznaniem) oraz prawdę ontologiczną (wyraża przyporządkowanie bytu do intelektu, przez co ustala relacje do innych intelektów)⁷.

W ujęciu teologii dogmatycznej prawda oznacza „dokonujące się w wolności komunikowanie się Boga w Jezusie”⁸. W Piśmie Świętym prawdę określa hebrajskie słowo *emet*, pochodzące od słowa *aman* oznaczającego bycie mocnym, pewnym i godnym zaufania. W odniesieniu

² Prawda, w: H. Vorgrimler, *Nowy leksykon teologiczny*, Warszawa 2005, s. 284.

³ Prawda, w: A. Podsiad, *Słownik terminów i pojęć filozoficznych*, Warszawa 2000, kol. 664.

⁴ Tamże, kol. 666.

⁵ Tamże.

⁶ Tamże, kol. 668.

⁷ Por. tamże, kol. 664-668.

⁸ S. MURATORE, *Prawda*, w: *Encyklopedia chrześcijaństwa. Historia i współczesność. 2000 lat nadziei*, Kielce 2001, s. 591.

do Boga określa Jego wierność oraz dotrzymywanie obietnic. W Piśmie Świętym prawda oznacza słowo oraz prawo Boże, których przestrzeganie sprawia, iż człowiek „nabywa znajomości prawdy Bożej” (Dn 9,13). Prawdą jest także Ewangelia – Dobra Nowina o królestwie Bożym, głoszona przez Jezusa Chrystusa, który sam jest Prawdą: „Ja jestem drogą i prawdą, i życiem” (J 14,6), ponieważ „przez to Objawienie najgłębsza prawda zarówno o Bogu, jak i o zbawieniu ludzi jaśniej w Chrystusie, który jest zarazem Pośrednikiem i Pełnią całego Objawienia”⁹. Swoim uczniom Chrystus posyła Ducha Świętego, który jest Duchem Prawdy (por. J 14,17), który ma ich doprowadzić do całej prawdy, czerpiąc z prawdy, którą jest Chrystus, czyli od Ojca (por. J 16,13-15)¹⁰.

W perspektywie teologicznomoralnej życie w prawdzie winno być dostrzegalne w odniesieniu człowieka do Boga oraz w relacjach międzyludzkich. Niezwykle ważnym obowiązkiem człowieka jest poszukiwanie w swym życiu prawdy w zgodzie z własnym sumieniem. W stosunkach międzyludzkich prawda posiada dwa aspekty: społeczny oraz indywidualny. Każda społeczność ma prawo do informacji na temat wydarzeń, które jako wspólnota czy też jako poszczególne osoby powinny znać. Prawo do informacji jest nieodłącznie związane z innymi prawami człowieka, takimi jak: prawo do wolności myśli oraz słowa, udziału w życiu gospodarczym i politycznym, a także prawo do wykształcenia oraz korzystania z wartości kulturalnych. Wynika z tego, iż jedynie na prawdzie można budować dobro społeczne¹¹.

Prawdzie, która jest dla społeczeństwa źródłem stabilizacji, dynamizmu oraz odnajdywania sposobów porozumienia opierających się na rozumnych argumentach, winna być podporządkowana wolność społecznej komunikacji. Sprzeniewierzenie się prawdzie prowadzi do zniszczenia istoty komunikowania, dlatego też prawda decyduje o moralnym uporządkowaniu społecznego przekazu i wyznacza granice dla wolności¹².

⁹ II SOBÓR WATYKAŃSKI, Konstytucja o Objawieniu Bożym *Dei verbum*, Rzym 1965, 2.

¹⁰ Por. A. ZUBERBIER, *Prawda*, w: TENŻE (red.), *Słownik teologiczny*, Katowice 1998, s. 451-452.

¹¹ Por. tamże, s. 452-453.

¹² Por. Z. SAREŁO, *Media w służbie osoby. Etyka społecznego komunikowania*, Toruń 2002, s. 69.

Dziennikarz, aby mógł umożliwiać odbiorcom dochodzenie do prawdy poprzez przekazywanie informacji, winien mieć zagwarantowane określone prawa w zakresie wolności komunikowania. Należą do nich: niepodzielność wolności komunikowania (wolność dotyczy wszystkich środków społecznego przekazu); prawo do wykonywania zawodu dziennikarza; prawo domagania się informacji; prawo do utajniania źródeł informacji oraz prawo dziennikarza do niezależności¹³.

2. Społeczna nauka Kościoła

Papież Pius XII przestrzegał przed tym, aby wolność nie stała się jedynie sloganem, lecz dążyła do szczytnego celu, jakim jest ujawnienie prawdy oraz bronienie prawa i sprawiedliwości. Warunkiem takiej wolności jest umożliwienie dostępu do prawdy¹⁴.

Przy omawianiu zagadnienia prawdy informacji dziennikarskiej należy określić także samo pojęcie informacji ze względu na wielość teorii na jej temat¹⁵. Informacja (z języka łacińskiego *informatio* – oznacza „przedstawienie, wizerunek”; zaś *informare* – „kształtować, przedstawiać”) jest „sygnałem wyemitowanym przez jakiegokolwiek nadawcę, który wywołuje lub przynajmniej może wywołać reakcję odbiorcy. Tak pojętą informację możemy odnieść do wszelkich układów «nadawca-sygnał-odbiorca»”¹⁶. Takie układy spotyka się zarówno w przyrodzie, jak i w urządzeniach technicznych, a także w ludzkiej komunikacji. Punkt zainteresowania stanowią więc te układy, w których udział jako nadawca i odbiorca bierze człowiek, czyli wyróżniającą ich cechą jest świadomość¹⁷.

¹³ Omówienie poszczególnych praw można znaleźć w: tamże, s. 74-82.

¹⁴ Por. PIUS XII, *Przemówienie „You are very”*, 11.07.1946 r., w: J. Góral, K. Klauza (red.), *Kościół o środkach komunikowania myśli*, Częstochowa 1997, s. 51-52.

¹⁵ Ze względu na charakter artykułu dotyczący prawdy, nie ma konieczności opisywania oraz krytycznego analizowania poszczególnych teorii.

¹⁶ Z. SAREŁO, *Media w służbie osoby...*, dz. cyt., s. 26.

¹⁷ W tym kontekście przez świadomość rozumie się zdolność do zrozumienia treści zawartej w znaku przekazu, a nie refleksyjne i aktualne ujmowanie aktów emisji lub recepcji sygnałów. Istotne jest zapamiętanie sygnału, który po intelektualnym rozpoznaniu nadawca lub odbiorca może uczynić przedmiotem swej refleksji. Zob. tamże.

W takim rozumieniu informacji wyszczególnia się: informacje celowe (nadawca emituje sygnał, używając znaków zrozumiałych dla odbiorcy, w którym chce przekazać określone treści), naturalne (sygnały emitowane przez zjawiska czy też zdarzenia o charakterze czysto przyrodniczym) oraz odkrywane w procesie twórczego myślenia (ten rodzaj informacji nie jest istotny w ocenie moralnej relacji międzyosobowych, ponieważ nie zachodzi tu proces społecznego komunikowania). W rozważaniach nad prawdą informacji dziennikarskiej pod uwagę zostaną wzięte jedynie informacje celowe. Należy także dokonać odróżnienia pojęcia informacji od wiadomości, które w języku potocznym są używane zamiennie. Wiadomość określa się mianem komunikatu, który niekoniecznie musi zawierać informacje. Jeżeli zawarte w niej treści nie były do tej pory znane odbiorcy, wówczas jest ona dla niego informacją¹⁸.

Katechizm Kościoła katolickiego naucza, że: „Informacja przekazywana przez środki społecznego komunikowania zawsze pozostaje w służbie dobra wspólnego. Społeczeństwo ma prawo do informacji opartej na prawdzie, wolności, sprawiedliwości i solidarności”¹⁹. W informacjach, które są przekazywane szerokiemu gronu odbiorców, nie wolno ignorować wymiaru moralnego, gdyż nawet najbardziej obiektywny przekaz zawiera sądy o charakterze wartościującym oraz sugeruje pewne decyzje. Osoba chcąca pozostać godną miana informatora, nie powinna przytłaczać innych swoim sposobem rozumienia danego wydarzenia, lecz starać się zrozumieć oraz tłumaczyć niepowodzenia lub błędy, co nie oznacza usprawiedliwiania, a jedynie podpowiedzenie środka zaradczego, czyli spełnienie pozytywnej funkcji²⁰.

¹⁸ Por. tamże, s. 26-30.

¹⁹ *Katechizm Kościoła katolickiego*, Poznań 1994, 2494.

²⁰ Por. PRUS XII, *Przemówienie „Nous avons voulu”*, 24.04.1956 r., w: J. Góral, K. Klauza (red.), *Kościół o środkach komunikowania myśli...*, dz. cyt., s. 72.

3. Kodeksy etyki dziennikarskiej

W wielu kodeksach etyki dziennikarskiej²¹, które posiadają zasięg międzynarodowy, krajowy czy też odnoszą się do członków określonej redakcji, pojawia się zobowiązanie do przestrzegania prawdy informacji. W 1995 roku T. Laitila przeanalizowała treść trzydziestu jeden aktualnych europejskich kodeksów etycznych dla dziennikarzy, z których ponad 80% zawierało wymóg prawdziwości, uczciwości i dokładności informacji²².

Jednym z najważniejszych dokumentów dotyczących etyki dziennikarskiej o charakterze międzynarodowym jest tzw. *Deklaracja paryska*, czyli *Międzynarodowe zasady etyki dziennikarskiej z 1983 roku*²³. Jako pierwsze spośród dziesięciu zasad zostało wymienione prawo do prawdziwej informacji: „Narody i jednostki mają prawo do uzyskiwania obiektywnego obrazu rzeczywistości za pośrednictwem dokładnej i pełnej informacji, jak również do swobodnej wypowiedzi za pomocą różnych środków kultury i komunikowania”²⁴.

Równie ważnym dokumentem, który odnosi się przede wszystkim do dziennikarzy europejskich, jest zatwierdzona przez Zgromadzenie Parlamentarne Rady Europy *Rezolucja 1003 z 1 lipca 1993 roku w sprawie etyki dziennikarskiej*. Podkreśla ona konieczność rozróżniania pomiędzy informacją a opinią. Proces przekazywania informacji winien opierać się na prawdzie połączonej z weryfikacją i udokumentowaniem

²¹ Etyka dziennikarska jest to „postawa charakteryzująca się dążeniem do prawdy i adekwatności, bezstronnością i uczciwością, szacunkiem dla prywatności innych, niezależnością od wpływu ze strony grup interesów, szacunkiem dla prawa, respektowaniem dobrych obyczajów i dobrego smaku”. Zob. *Etyka dziennikarska*, w: J. Skrzypczak (red.), *Aktualizacje encyklopedyczne. Suplement do Wielkiej ilustrowanej encyklopedii powszechnej Wydawnictwa Gutenberg*, t. 11, *Media*, Poznań 1998, s. 54.

²² T. LAITILA, *Codes of Ethics in Europe*, w: *Reports on Media Ethics in Europe*, Tampere 1995, s. 23-79, za: W. PISAREK, *Kodeksy etyki dziennikarskiej*, w: Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 2000, s. 431-432.

²³ Posiada ona większe znaczenie w porównaniu z tzw. *Deklaracją meksykańską* z 1980 roku, przy uchwaleniu której zabrakło przedstawicieli zachodniej Międzynarodowej Federacji Dziennikarzy.

²⁴ *Międzynarodowe zasady etyki dziennikarskiej – Deklaracja paryska z 1983 r.*, „Mikrus Dziennikarski” 5-6 (1998-1999), s. 65.

zgrupowanych informacji, a także bezstronnością prezentacji, opisu oraz narracji²⁵.

W Polsce szczególne znaczenie posiada *Karta etyczna mediów*²⁶, która została przyjęta w 1995 roku przez stowarzyszenia dziennikarskie, a także niektóre organizacje nadawców. Karta zawiera siedem zasad, z których pierwszą jest zasada prawdy zobowiązująca dziennikarzy do tego, aby informacje były przekazywane zgodnie z prawdą, sposób relacjonowania wydarzeń zawierał ich właściwy kontekst, a także charakteryzował się sumiennością oraz brakiem zniekształceń²⁷.

Pomimo zgodności kodeksów etyki dziennikarskiej w odniesieniu do kwestii prawdziwości informacji, w komunikowaniu społecznym pojęcie wymogu prawdy jest rozumiane w różny sposób. Zagadnienie prawdy nie ogranicza się jedynie do prawdomówności. Należy wziąć pod uwagę wewnętrzną celowość społecznego przekazu oraz zadania, jakie ona za sobą pociąga. Proces społecznego komunikowania służy budowaniu wspólnoty i rozwojowi osoby poprzez udostępnianie informacji, które spełniają swą rolę, gdy są prawdziwe. Jednak chodzi tutaj o prawdziwość w znaczeniu obiektywnym, a nie subiektywnym. Jeżeli mamy do czynienia z dobrem osoby²⁸, a tym samym troską o jej godność, wówczas konieczne jest poszukiwanie prawdy obiektywnej. Wszelkie błędy (nawet niezamierzone)

²⁵ Por. ZGROMADZENIE PARLAMENTARNE RADY EUROPY, *Rezolucja 1003 z 1 lipca 1993 roku w sprawie etyki dziennikarskiej*, „Zeszyty Prasoznawcze” 3-4 (1994), s. 155.

²⁶ Powstała z inicjatywy rzymskokatolickiego Duszpasterstwa Środowisk Twórczych.

²⁷ Por. *Karta etyczna mediów*, w: P. Kwiatkowski, *Przedsiębiorstwo Apokalipsa. O etyce dziennikarskiej*, Poznań 2003, s. 263. Podobne zasady zawierają: *Dziennikarski kodeks obyczajowy Stowarzyszenia Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej* oraz *Kodeks etyki dziennikarskiej Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich*, które określają poszukiwanie oraz publikowanie prawdy jako podstawowe zobowiązanie etyczne dziennikarza, a przekazywane informacje winny cechować się rzetelnością, bezstronnością, różnorodnością opinii i umożliwianiem udziału w publicznej debacie. Zasięg oddziaływania tych kodeksów jest jednak ograniczony z powodu odnoszenia się ich postanowień do członków obydwu stowarzyszeń dziennikarskich. Zob. *Dziennikarski kodeks obyczajowy Stowarzyszenia Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej*, w: tamże, s. 265-266; *Kodeks etyki dziennikarskiej Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich*, w: tamże, s. 266-269.

²⁸ Proces społecznego komunikowania ze swej istoty jest nastawiony na osobę oraz jej indywidualny i społeczny rozwój.

w procesie społecznego przekazu na równi z obiektywną prawdą są źródłem, z którego odbiorcy czerpią treści służące kształtowaniu siebie, własnej tożsamości oraz odniesień do świata, dlatego nie można zgodzić się z postulatem, aby dziennikarze nie kłamali jedynie w sposób świadomy. Należy jednak zgodzić się, iż nie istnieje prawda w znaczeniu absolutnej obiektywności, ponieważ nie jest ona osiągalna dla zdolności poznawczych człowieka z powodu licznych uwarunkowań subiektywnych, które stanowią przeszkodę w absolutnie obiektywnym poznaniu. Winna ona jednak pozostać postulatem, gdyż wiedza o niemożliwości dojścia do prawdy obiektywnej nie zwalnia z usiłowania dotarcia do niej poprzez unikanie zafalszowań²⁹.

Wymiar etyczny w środkach społecznego przekazu odnosi się „nie tylko do treści przekazu (komunikatu) i do samego procesu przekazu (tzn. sposobu, w jaki dokonuje się komunikacja), ale również do podstawowych zagadnień strukturalnych i systemowych, związanych często z rozległymi kwestiami politycznymi, które mają wpływ na dostępność nowoczesnych technologii i produktów, czyli decydują o tym, kto będzie bogaty, a kto ubogi w informację”³⁰.

4. Kryteria oceny prawdziwości przekazu

Wyżej wymienione elementy zagadnienia etyczności przekazu są kwestią fundamentalną i stanowią kryteria oceny prawdziwości przekazu. Należą do nich: 1) problem prawdy na etapie gromadzenia informacji; 2) obiektywność w przekazie informacji; 3) zależność prawdy od techniki przekazu³¹.

1) Jan Paweł II w przemówieniu z okazji stulecia katolickiego dziennika „La Croix” podkreślił znaczenie prawdy w ukazywaniu przez dziennikarzy codziennej rzeczywistości, czyli przedstawianiu oraz komentowaniu faktów. Pracownikom środków społecznego przekazu papież stawia

²⁹ Por. Z. SAREŁO, *Media w służbie osoby...*, dz. cyt., s. 91-93.

³⁰ PAPIESKA RADA DO SPRAW ŚRODKÓW SPOŁECZNEGO PRZEKAZU, *Etyka w środkach społecznego przekazu*, 20, „Zeszyty Dziennikarskie” 1 (2002), s. 58.

³¹ Por. Z. SAREŁO, *Media w służbie osoby...*, dz. cyt., s. 93-107.

ściśle określone wymagania: „musicie ukazywać to, co istotne i uwzględnić autentyczność wydarzenia oraz jego różne aspekty (...), nie opierać się na jakichś kruchych informacjach zaczerpniętych z wątpliwych źródeł, (...) nie wyolbrzymiać faktów o mniejszym znaczeniu, (...) nie poddawać się naciskowi opinii publicznej lub uchodzącej za taką ani niebezpiecznej i interesownej pokusie sensacji, (...) nie przystępować do opcji stronnictwej, zwłaszcza gdy chodzi o dziedzinę polityki”³².

Warunkiem o podstawowym znaczeniu dla prawdziwości informacji jest poprawne poznanie rzeczywistości przez samego dziennikarza. To poznanie musi być obiektywne, nieograniczające się do własnych przeświadczeń czy intuicji dziennikarza. Jego działanie będzie etyczne wówczas, gdy czyni wysiłki w celu jak najszerszego i najgłębszego poznania danego wydarzenia, czyli akcent jest położony przede wszystkim na dążenie do pełnej prawdy. Jedną z największych przeszkód w realizacji tego dążenia jest charakter współczesnych środków społecznego komunikowania, które konkurują w szybkości przekazywania informacji, przez co spada ich jakość, gdyż dziennikarze rezygnują ze sprawdzania wiarygodności danego wydarzenia. Z powodu skróconego przedstawienia jakiejś informacji, z pominięciem kontekstu czy okoliczności, może dochodzić do wielu przekłamań³³.

Proces poszukiwania prawdy dokonuje się przez poznanie intelektualne, w skład którego wchodzi: recepcja zmysłowo-intelektualna, interpretowanie, analizowanie, a także konfrontowanie z doświadczeniami osobistymi oraz społecznymi. Warunkiem odnalezienia istoty danego wydarzenia jest postawa szczerości, dzięki której można pokonać subiektywne uprzedzenia, a także krytycznie spojrzeć na własny sposób konstruowania myśli³⁴.

Istotną przeszkodą w dochodzeniu do prawdy jest naturalna każdemu człowiekowi emocjonalność. Dziennikarz powinien posiadać w wysokim stopniu umiejętność kontrolowania własnych emocji. Z wymogu

³² JAN PAWEŁ II, *Informacja, świadectwo, prawda. Stulecie katolickiego dziennika „La Croix”*, 23.04.1983 r., „L'Osservatore Romano”, wyd. polskie, 5-6 (1983), s. 9.

³³ Por. Z. SAREŁO, *Media w służbie osoby...*, dz. cyt., s. 94-95; B. GOLKA, *Etyka dziennikarska – utopia czy ratunek?*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1-2 (1995), s. 24.

³⁴ Por. Z. SAREŁO, *Media w służbie osoby...*, dz. cyt., s. 95.

obiektywizmu wynika konieczność samokontroli, aby unikać elementów afektywnych w selekcji informacji³⁵.

Wszelkie działania podejmowane podczas procesu zbierania informacji winny być godziwe. Dziennikarz, aby zdobyć informacje, nie może np. wykradać wiadomości, posługiwać się przemocą, podsłuchiowaniem rozmów telefonicznych, szantażem czy korupcją. Poszukiwanie informacji powinno pozostawać w zgodzie z prawem, lecz nade wszystko być uczciwe, czyli pełne szacunku dla ludzkiej godności³⁶.

W orędziu na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu w 1975 roku Paweł VI mówił, że „obiektywizm w wyborze i przedstawianiu faktów wymaga głębokiego poczucia odpowiedzialności, odpowiedniego przygotowania i umiejętności oraz prawdziwej przemiany postaw godnych ubolewania”³⁷.

2) Przy ocenianiu pracy dziennikarza niewystarczającym jest odwoływanie się jedynie do kryterium zgodności jego sądów z rzeczywistością. Istotniejsza jest zgodność rzeczywistości z sądem, jaki wypracuje odbiorca pod wpływem dziennikarskiego przekazu. Z tego też wynika, iż obiektywność samego przekazu stanowi podstawowy warunek dla zachowania prawdy informacji. Pomimo że czysty obiektywizm poznania czy też relacjonowania jest nieosiągalny dla jakiegokolwiek człowieka, nie należy rezygnować ze stawiania go jako ideału. W przekazie dziennikarskim wszelkie elementy subiektywizmu winny być bardzo ograniczone, a poprzez stosowanie samokrytycyzmu dziennikarz musi posiadać odwagę wątpienia we własne przekonania oraz rzetelność działalności³⁸.

Jan Paweł II zwracał uwagę, iż dziennikarze będą mogli spełniać swą rolę wówczas, gdy zabezpieczy się im „podstawowe prawa, takie jak dostęp do źródeł informacji i możliwość obiektywnego przedstawiania faktów”³⁹.

³⁵ Por. tamże, s. 95-96.

³⁶ Por. tamże, s. 96.

³⁷ PAWEŁ VI, *Pojednanie*, w: M. Lis (red.), *Orędzia papieskie na Światowe Dni Komunikacji Społecznej 1967-2002*, Częstochowa 2002, s. 56.

³⁸ Por. Z. SAREŁO, *Media w służbie osoby...*, dz. cyt., s. 96-97; W. L. RIVERS, C. MATHEWS, *Etyka środków przekazu*, Warszawa 1995, s. 81 i 91.

³⁹ JAN PAWEŁ II, *Komunikacja społeczna w służbie pokoju*, w: *Orędzia papieskie...*, dz. cyt., s. 118.

W dziennikarskiej obiektywności wyróżnia się dwa komponenty: rzeczowy i osobowy. Element rzeczowy odnosi się do treści przekazu. Najczęściej występuje tu problem selekcji informacji, czyli dokonywania streszczeń, ograniczeń. Dziennikarz pozostaje wierny wymogowi obiektywności, gdy wybiera informacje, kierując się ich społeczną ważnością. Dodatkowym kryterium stosowanym przy selekcji winna być troska o ukazanie prawdziwego obrazu świata oraz ludzkich relacji. Do niepokojących tendencji w przekazywaniu informacji należą: zasada *only bad news are good news*, która daje pierwszeństwo wiadomościom o skandalach, wypadkach, katastrofach, gwałtach i przemocy; ukazywanie przede wszystkim kontrowersji, a nie konsensu, które może przyczyniać się do przekonania, iż w życiu społecznym przeważają spory; krytykanctwo, czyli skupianie się na przedstawianiu negatywnych stron rzeczywistości. W przekazie dziennikarz powinien wyraźnie oddzielać informację od komentarza. Jego działalność winna cechować się respektem wobec różnych ujęć prawdy, a także uznawaniem istnienia prawdy obiektywnej⁴⁰.

W kwestii ważności faktów Jan Paweł II wskazywał przede wszystkim na „te fakty, które wnoszą coś do obiektywnego osądu rzeczywistości ludzkiego życia z punktu widzenia kultury, ekonomii, polityki, pedagogiki, religii”⁴¹.

Osobowy aspekt obiektywności dziennikarskiej dotyczy relacji dziennikarza do rzeczywistości. Tak rozumiana obiektywność oznacza wolność od działania na korzyść czy też szkodę określonej społeczności. Dziennikarz nie może być utożsamiany ze stroną w dialogu lub debacie publicznej, dlatego musi być wolny od wszelkich uwarunkowań i zaangażowań ideologicznych oraz politycznych. Powinien w sposób rzetelny prezentować stanowiska odmienne łącznie z argumentacją, lecz jest to możliwe jedynie przy posiadaniu przez niego zdolności do syntetycznego i jednocześnie pełnego obrazowania cudzych poglądów. Dziennikarz zawsze winien pozostawać otwarty na prawdę, zarówno gdy przedstawia własny pogląd, jak i polemizuje z innymi opiniami. Wyróżnia się

⁴⁰ Por. Z. SAREŁO, *Media w służbie osoby...*, dz. cyt., s. 97-101; TENŻE, *Problem prawdy w mass mediach*, w: W. Zdaniewicz (red.), *Religia a mass media*, Ząbki 1997, s. 24.

⁴¹ JAN PAWEŁ II, *Informacja, świadectwo, prawda...*, dz. cyt., s. 9.

dwa aspekty tego otwarcia na prawdę: a) właściwe zrozumienie kwestionowanej argumentacji i pozbawiona przekłamań ich prezentacja; b) podmiotowe traktowanie odbiorców w debacie publicznej, które wyznacza dziennikarzowi zadanie dostarczania informacji wszechstronnych i bezstronnych, umożliwiających odbiorcom dokonanie wolnego wyboru pomiędzy różnymi stanowiskami⁴².

W cytowanym już orędziu na Światowy Dzień Środków Społecznego Przekazu papież Paweł VI mówił, iż „Obiektywizm domaga się przede wszystkim uczciwego przedstawiania faktów. Można je z pożytkiem rozszerzyć o jakąś interpretację; jest ona usprawiedliwiona, jeśli pozwala na lepsze poznanie natury faktów oraz ich rzeczywistego wymiaru, jakiego nabierają w kontekście wartości ludzkich”⁴³.

3) W swoim nauczaniu Kościół podkreśla, że technika przekazu stanowi wytwór geniuszu człowieka, lecz właściwe z niej korzystanie wymaga opierania się na prawdziwych wartościach oraz mądrych decyzjach. Zadaniem Kościoła zaś jest ukazywanie właściwych kryteriów moralnych i etycznych, które mają swe źródło w wartościach ludzkich, jak również chrześcijańskich⁴⁴.

Żaden środek komunikowania społecznego (nawet słowo) nie jest neutralny, dlatego wpływ na poznanie przez odbiorcę prawdy ma także technika przekazu. Komunikacja międzyludzka odbywa się przy użyciu kodowania, z kolei kody stanowią nośnik wiadomości i mają charakter symboliczny. Interpretacji symbolu dokonuje zarówno ten, kto koduje wiadomość, jak i ten, kto ją rozkodowuje. Dla właściwego zrozumienia konieczne jest identyczne rozumienie danego symbolu, lecz każdy człowiek przy interpretowaniu symboli dodaje odcień własnego rozumienia, z tego też względu informacja w swym przekazie zawierać będzie zawsze aspekty subiektywne. Obiektywizm dziennikarski wymaga przekazywania

⁴² Por. Z. SAREŁO, *Media w służbie osoby...*, dz. cyt., s. 104-105. Ewidentnym brakiem obiektywizmu w przekazywaniu informacji było wyrażane przez większość dziennikarzy poparcie dla przystąpienia Polski do Unii Europejskiej. Zob. P. SIENNICKI, *Pomogliśmy?*, „Press” 6 (2003), s. 31-33.

⁴³ PAWEŁ VI, *Pojednanie...*, dz. cyt., s. 55.

⁴⁴ Por. PAPIESKA RADA DO SPRAW ŚRODKÓW SPOŁECZNEGO PRZEKAZU, Instrukcja duszpasterska *Aetatis novae*, Watykan 1992, 12.

rzetelnie poznanej prawdy w sposób zrozumiały dla odbiorców, co pociąga za sobą stosowanie środków komunikowania odpowiednich do treści informacji oraz posiadanych przez odbiorców zdolności recepcyjnych⁴⁵.

Dziennikarz dokonuje opisu rzeczywistości poprzez znaki, które następnie przekazuje przy użyciu środków społecznego komunikowania do odbiorcy. Odbiorca dokonuje hermeneutyki, czyli rozkodowania przekazu. Aby temu sprostać, winien posiadać nie tylko zdolność rozumienia tekstu, lecz także znać specyfikę działania danego środka komunikowania. Jest to zależne od wieku, poziomu wykształcenia oraz stopnia zaznajomienia z nowoczesnymi technologiami⁴⁶.

Wyróżnia się dwa warunki prawdy dotyczące właściwego dobierania przez dziennikarzy techniki przekazu do umiejętności odbiorców. Pierwszym z nich jest dogłębne poznawanie człowieka, do którego kieruje się przekaz, aby mógł on służyć prawdzie. Drugim zaś poznawanie samych technologii komunikowania, specyfiki ich funkcjonowania i wpływu na treść przekazu, aby korzystać z nich w sposób etycznie odpowiedzialny⁴⁷.

Kościół w swym nauczaniu podkreśla konieczność posiadania przez dziennikarzy wysokich kwalifikacji: „szczególnej umiejętności spostrzeżenia, zrównoważenia i wrażliwości (...) wraz z głębokim poczuciem odpowiedzialności (...) podczas wypełniania zadań właściwych temu zawodowi, który ze wzrostem środków technicznych i ich udoskonaleniem stał się trudniejszy”⁴⁸.

Zakończenie

Zagadnienie prawdy jest niezwykle aktualne, o czym świadczą liczne wypowiedzi ze strony Kościoła, jak również badania teoretyczne, konferencje i publikacje dotyczące etyki dziennikarskiej. W większości kodeksów etycznych, opracowywanych przez poszczególne redakcje lub sto-

⁴⁵ Por. Z. SAREŁO, *Media w służbie osoby...*, dz. cyt., s. 106.

⁴⁶ Por. tamże.

⁴⁷ Por. tamże, s. 106-107.

⁴⁸ JAN PAWEŁ II, *Posłannictwo informowania i formowania opinii publicznej według kryteriów prawdy, obiektywizmu i jasności. Przemówienie do dziennikarzy katolickich Italii*, 14.02.1983 r., „L'Osservatore Romano”, wyd. polskie, 2 (1983), s. 19.

warzyszenia dziennikarskie, kwestia przekazywania prawdy należy do najważniejszych elementów. Należy podkreślić, że prawda jest elementem konstytuującym dziennikarstwo, ponieważ tam, gdzie pojawia się kłamstwo, tam kończy się dziennikarstwo.

Bibliografia

- Dziennikarski kodeks obyczajowy Stowarzyszenia Dziennikarzy Rzeczypospolitej Polskiej*, w: P. Kwiatkowski, *Przedsiębiorstwo Apokalipsa. O etyce dziennikarskiej*, Poznań 2003, s. 265-266.
- Etyka dziennikarska*, w: Skrzypczak J. (red.), *Aktualizacje encyklopedyczne. Suplement do Wielkiej ilustrowanej encyklopedii powszechnej Wydawnictwa Gutenberga*, t. 11, *Media*, Poznań 1998, s. 54.
- Golka B., *Etyka dziennikarska – utopia czy ratunek?*, „Zeszyty Prasoznawcze” 1-2 (1995), s. 22-23.
- Jan Paweł II, Encyklika *Veritatis splendor*, Rzym 1993.
- Jan Paweł II, *Informacja, świadectwo, prawda. Stulecie katolickiego dziennika „La Croix”*, 23.04.1983 r., „L’Osservatore Romano”, wyd. polskie, 5-6 (1983), s. 9.
- Jan Paweł II, *Komunikacja społeczna w służbie pokoju*, w: M. Lis (red.), *Orędzia papieskie na Światowe Dni Komunikacji Społecznej 1967-2002*, Częstochowa 2002, s. 114-119.
- Jan Paweł II, *Posłannictwo informowania i formowania opinii publicznej według kryteriów prawdy, obiektywizmu i jasności. Przemówienie do dziennikarzy katolickich Italii*, 14.02.1983 r., „L’Osservatore Romano”, wyd. polskie, 2 (1983), s. 19-20.
- Karta etyczna mediów*, w: P. Kwiatkowski, *Przedsiębiorstwo Apokalipsa. O etyce dziennikarskiej*, Poznań 2003, s. 263-264.
- Katechizm Kościoła katolickiego*, Poznań 1994.
- Kodeks etyki dziennikarskiej Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich*, w: P. Kwiatkowski, *Przedsiębiorstwo Apokalipsa. O etyce dziennikarskiej*, Poznań 2003, s. 266-269.
- Międzynarodowe zasady etyki dziennikarskiej – Deklaracja paryska z 1983 r.*, „Mikrus Dziennikarski” 5-6 (1998-1999), s. 65-66.
- Muratore S., *Prawda*, w: *Encyklopedia chrześcijaństwa. Historia i współczesność. 2000 lat nadziei*, Kielce 2001, s. 590-591.

- Papieska Rada do spraw Środków Społecznego Przekazu, *Etyka w środkach społecznego przekazu*, „Zeszyty Dziennikarskie” 1 (2002), s. 47-68.
- Papieska Rada do spraw Środków Społecznego Przekazu, Instrukcja duszpasterska *Aetatis novae*, Watykan 1992.
- Paweł VI, *Pojednanie*, w: M. Lis (red.), *Orędzia papieskie na Światowe Dni Komunikacji Społecznej 1967-2002*, Częstochowa 2002, s. 54-60.
- Pisarek W., *Kodeksy etyki dziennikarskiej*, w: Z. Bauer, E. Chudziński (red.), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków 2000, s. 421-434.
- Pius XII, *Przemówienie „Nous avons voulu”*, 24.04.1956 r., w: J. Góral, K. Klauza (red.), *Kościół o środkach komunikowania myśli*, Częstochowa 1997, s. 70-72.
- Pius XII, *Przemówienie „You are very”*, 11.07.1946 r., w: J. Góral, K. Klauza (red.), *Kościół o środkach komunikowania myśli*, Częstochowa 1997, s. 51-52.
- Prawda*, w: A. Podsiad, *Słownik terminów i pojęć filozoficznych*, Warszawa 2000, kol. 664-668.
- Prawda*, w: H. Vorgrimler, *Nowy leksykon teologiczny*, Warszawa 2005, s. 284-285.
- Rivers W. L., Mathews C., *Etyka środków przekazu*, Warszawa 1995.
- Sareło Z., *Media w służbie osoby. Etyka społecznego komunikowania*, Toruń 2002.
- Sareło Z., *Problem prawdy w mass mediach*, w: W. Zdaniewicz (red.), *Religia a mass media*, Ząbki 1997, s. 17-27.
- Siennicki P., *Pomogliśmy?*, „Press” 6 (2003), s. 31-33.
- II Sobór Watykański, Konstytucja o Objawieniu Bożym *Dei verbum*, Rzym 1965.
- Zgromadzenie Parlamentarne Rady Europy, *Rezolucja 1003 z 1 lipca 1993 roku w sprawie etyki dziennikarskiej*, „Zeszyty Prasoznawcze” 3-4 (1994), s. 155-160.
- Zuberbier A., *Prawda*, w: A. Zuberbier (red.), *Słownik teologiczny*, Katowice 1998, s. 451-454.

Ks. mgr Paweł Leszko – sercanin, absolwent Wyższego Seminarium Misyjnego Księża Sercanów w Stadnikach; doktorant Instytutu Teologii Moralnej Uniwersytetu Papieskiego Jana Pawła II w Krakowie.