Mateusz Karatysz
Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu

W poszukiwaniu rzetelności. Między subiektywizmem a obiektywizmem dziennikarskim

Wprowadzenie

Polskie prawo prasowe dosyć precyzyjnie określa zbiór obowiązków dziennikarza. „Jego zadaniem jest służba społeczeństwu i państwu. Dziennikarz ma obowiązek działania zgodnie z etyką zawodową i zasadami współżycia społecznego, w granicach określonych przepisami prawa" (PrPras, 1984, art. 10.). „Służba ta oznacza wykonywanie określonej misji ze szczególnym zaangażowaniem, oddaniem; zakłada postępowanie, którego zasady i metodykę determinuje nadrzędny cel wysokiej rangi" (Kosmus, Kuczyński, 2013, s. 130). Dziennikarstwo to zatem zawód społecznie ceniony i uprzywilejowany. Dziennikarze zawodowo wyszukują, opracowują i przekazują wiadomości, przez co bez wątpienia mają wpływ na proces kształtowania postaw i zachowań swoich odbiorców – tj. społeczeństwa[1]. Ponieważ wykonują zawód o wysokim poziomie odpowiedzialności społecznej, dziennikarze podlegają nieustannej procedurze sprawdzania, polegającej na ocenie prezentowanych przez nich treści pod kątem ich zgodności z weryfikowalnymi faktami. Taki stan rzeczy powoduje, że zarówno dyskurs publiczny, jak i dziennikarski zgodne są co do tego, że działalność dziennikarzy powinna być obiektywna.

Celem artykułu jest zatem próba odpowiedzi na pytanie: czy dziennikarz może (powinien) zachować obiektywizm w swojej pracy zawodowej? Problem badawczy koncentruje się na poszukiwaniu czynników, które mogą ten obiektywizm ograniczać. W artykule zostanie zweryfikowana hipoteza, zakładająca, że do elementów ograniczających

[1] Przez wpływ na kształtowanie postaw i zachowań rozumiem przede wszystkim językowe zabiegi perswazyjne charakterystyczne dla publicystycznych gatunków dziennikarskich. Obecność perswazji może podać w wątpliwość obiektywizm dziennikarski – cechę rzetelnego dziennikarstwa. W rzeczywistości jednak perswazja nie wyklucza obiektywizmu. Wszak rzetelne i starannie przygotowane materiały publicystyczne bazują na obiektywnych informacjach.

obiektywizm dziennikarski (wchodzących w skład katalogu otwartego) zaliczyć można: obecność właściciela medialnego i/lub grup wpływu: reklamodawców i polityków, linia redakcyjna, procedury redakcyjne oraz indywidualne cechy wewnętrzne dziennikarza.

W pierwszej części rozważań przybliżone zostają historyczne uwarunkowania dotyczące obiektywizmu/subiektywizmu dziennikarskiego. Następnie prezentowane są różne sposoby rozumienia obiektywizmu, wokół którego toczą się rozważania. W dalszej kolejności, w oparciu o teorię pól Pierre'a Bourdieu, scharakteryzowane zostaje pole dziennikarskie, w którym ścierają się siły reprezentowane przez jego uczestników. W ostatniej części artykułu przybliżone są zagadnienia związane z etyką normatywną wyznaczającą obowiązki i powinności dziennikarzy oraz rozwiązania z tego zakresu przyjęte na gruncie krajowym.

Subiektywna przeszłość

Proces kształtowania się pierwszych zbiorów zasad etyki dziennikarskiej rozumianej jako etyka zawodowa datowany jest na koniec XIX w. Nie zawsze oczekiwano jednak od dziennikarzy, by byli obiektywni. Jak wskazuje Tony Harcup (2010, s. 106) norma obiektywizmu „nie obowiązywała w XVIII–wiecznych publikacjach, takich jak „Craftsman" i „Gentleman`s Magazine", które pomogły uczynić z prasy prawdziwie krytyczne narzędzie społeczeństwa zaangażowanego w debatę polityczną. Jeszcze do lat 30. XIX wieku oczekiwano od gazet, żeby były stronnicze, a obiektywizm nie był argumentem".

Jedną z organizacji, która przysłużyła się przyjmowaniu obiektywizmu jako normatywnego standardu była agencja Associated Press, która – m.in. przez wzgląd na ograniczenia przekazów telegraficznych stanowiących normę w połowie XIX w. – zdecydowała się na publikowanie skondensowanych faktów, tj. pierwszych informacji prasowych. Za wprowadzeniem takiej strategii stała możliwość przesyłania depesz prezentujących same fakty, które były i są do dziś wykorzystywane przez szerokie grupy odbiorców o odmiennej polityce informacyjnej.

Odejście od dominującego w XVIII w. subiektywizmu dziennikarskiego zawdzięczamy również tzw. prasie groszowej. *Penny press* pozbawiona ideologicznego wartościowania, politycznie neutralna, stała się w krótkim czasie źródłem tanich podniet, zabawiając społeczeństwo tekstami epatującymi zbrodnią, skandalem obyczajowym czy nawet krwią.

Przykładem zerwania z zasadami obiektywizmu było „nowe dziennikarstwo", które powstało w latach 70. XX w. w Stanach Zjednoczonych jako reakcja na wojnę w Wietnamie. Zgodnie z ideą „nowego dziennikarstwa" teksty miały mieć charakter subiektywny będąc niejako sprawozdaniem z miejsca zdarzenia. Prezentacja pełnych dialogów czy opisywanie świata z perspektywy uczestnika wydarzeń to tylko niektóre z cech tego nurtu. „Nowe dziennikarstwo" bliższe jest raczej kronikarskiemu podejściu, jednak nie brak w nim cech, które pozwoliłyby sklasyfikować je jako dziennikarstwo obiektywne ideologicznie, w którym autor prezentuje swój punkt widzenia, swoje zdanie oraz fakty, które je potwierdzają. Tym, co pozostaje linią podziału na subiektywizm i obiektywizm dziennikarski, jest widoczne przeciwstawienie roli obserwatora i uczestnika.

Obiektywizm informacyjny

Obiektywizm w polskim prawodawstwie uznawany jest za normatywną cechę rzetelnego przekazu dziennikarskiego. Chodzi tu m.in. o obowiązek działania zgodnie z zasadami współżycia społecznego, który stanowi swoisty rodzaj meta–norm niewskazanych jednak w krajowym ustawodawstwie. Na szczególne wyróżnienie zasługują takie zasady, jak poszanowanie prawdy, traktowanie informacji jako prawa i dobra wszystkich obywateli oraz wymóg obiektywizmu, zgodnie z którym autor przekazu ma prezentować rzeczywistość niezależnie od swoich poglądów[2]. Zgodnie z art. 12. PrPras: „dziennikarz zobowiązany jest zachować szczególną staranność i rzetelność przy zbieraniu informacji (...). Staranność oznacza: dokładność, pilność, sumienność, troskliwość, gorliwość, dbałość o szczegóły" (Sobczak, 2000, s. 267). Rzetelność to z kolei: odpowiedzialność, ostrożność, solidność, krytycyzm, etc. Przez szczególną rzetelność rozumie się zatem m.in. obiektywizm, który sprowadzić można za Wojciechem Furmanem (2012, s. 100) do trzech aspektów. Pierwszy dotyczy poznania polegającego na dokładnym i bezstronnym przedstawieniu pojedynczych faktów. Michel Foucault (2006, s. 66) nazwał to dążeniem do przezroczystości języka. Drugi wskazuje na konieczność prezentowania informacji we właściwym kontekście. Trzeci natomiast odnosi się do korygowania informacji poprzez uzupełnianie jej o coraz to nowsze fakty. Tak pojmowany obiektywizm sprowadzić można do oddzielania niezależnie

[2] Pełny katalog meta–norm etyki zawodowej dziennikarza [w:] Kosmus, Kuczyński, 2013, s. 134–136.

weryfikowalnych faktów od subiektywnych wartości. To proste rozgraniczenie budzi jednak pewne wątpliwości. Czy publicystyka dziennikarska jest zatem obiektywna?

Odpowiedź na to pytanie nie jest jednoznaczna. Gdyby przyjąć za podstawę kryterium funkcjonalne podziału tekstów dziennikarskich, wyróżnić można by grupę wypowiedzi informacyjnych, w których nadrzędną funkcją staje się przekazywanie odbiorcom faktów pozbawionych wartościowania, oraz wypowiedzi publicystyczne, podporządkowane funkcji interpretacyjnej i perswazyjnej (Sławek, 2007, s. 19; zob. też: Bauer, Chudziński, 2012, s. 263). Media, jak wiadomo, są także źródłem innych doznań. Poza podawaniem i perswadowaniem media wyjaśniają otaczającą rzeczywistość oraz dostarczają rozrywki. Co zatem z materiałami, które nie mieszczą się w dualnym podziale na informację i publicystykę? Janina Fras (1999, s. 77) proponuje, by klasyfikację do dwóch powyższych grup uzależnić od dominanty funkcyjnej. Teksty z przewagą funkcji informacyjnej klasyfikowane byłyby do informacji, natomiast teksty z przewagą funkcji perswazyjnej – do publicystyki. Przeciwnikiem klasyfikacji wypowiedzi dziennikarskich wyłącznie na podstawie kryterium funkcjonalnego jest Walery Pisarek (cyt. za: Sławek, 2007, s. 24). Kryterium funkcjonalne uznaje on tylko za jedno z wielu decydujących o zaliczeniu danej wypowiedzi do określonego gatunku. Poza nim wymienia jeszcze kryterium: językowe, kompozycyjne, graficzne, lokalizujące, treściowe i inne. Bez względu na użyte kryterium klasyfikacja do gatunku informacyjnego lub publicystycznego determinuje większy bądź mniejszy udział subiektywnych przekonań dziennikarza. Aktualne pozostaje więc pytanie, czy można być obiektywnym publicystą?

Zasada staranności i rzetelności odnosi się do wszelkich przejawów dziennikarskiej pracy, w tym publicystyki – obejmując nie tylko zbieranie informacji, ale także ich interpretację i ocenę. Przekazy publicystyczne opierają się więc na obiektywnych faktach, które zostają przez dziennikarzy ułożone w odpowiednią narrację. By działania te były możliwie obiektywne oraz zgodne z regulacjami prawnymi i zasadami etyki zawodowej, stosuje się wspomniane wcześniej procedury usankcjonowane przez grono fachowców. Trudno jednak oczekiwać od autorów, by w pojedynczych publikacjach zawierali wszystkie możliwe punkty widzenia. W takiej sytuacji znaczenia nabiera bardziej szczegółowe rozróżnienie rodzajów obiektywizmu dziennikarskiego autorstwa Wolfganga Donsbacha:

– obiektywizm funkcjonalny – traktujący o przestrzeganiu przyjętych wymogów warsztatowych jako podstawy do prawomocności materiału dziennikarskiego;

– obiektywizm realny – polegający na przygotowywaniu materiałów dziennikarskich tak, by poddawały się empirycznej weryfikacji;

– obiektywizm konsensu – uwzględniający w przekazach kompetencje komunikacyjne odbiorców;

– obiektywizm względny – opierający się na obiektywizmie funkcjonalnym, przy założeniu, że dopiero dyskutowanie przygotowanych opisów rzeczywistości pozwoli na jej szersze i lepsze poznanie;

– obiektywizm ideologiczny – przedstawiający rzeczywistość z punktu widzenia autora (Kaliszewski, Wolny–Zmorzyński, Furman, 2009, s. 144).

Poczynione wyżej uwagi koncentrują się raczej na wewnętrznych uwarunkowaniach dziennikarza do postępowania zgodnie z zaprezentowanymi procedurami. Formalne wymogi pokazujące, jak powinien wykonywać swoją pracę rzetelny dziennikarz, a faktyczna realizacja tego zawodu, to jednak dwie odrębne kwestie. Udział subiektywnego pierwiastka w procesie tworzenia przekazów dziennikarskich, pomimo wyodrębnienia szeregu rodzajów obiektywizmu, jest faktem. Wewnętrzne skłonności autora nie są jednak jedynym czynnikiem stojącym na drodze do obiektywizmu. W grę wchodzi jeszcze szereg czynników zewnętrznych, w rozpatrywaniu których pomocna wydaje się teoria pól Pierre'a Burdieu.

Pole dziennikarskie w teorii pól Pierre'a Bourdieu

Teoria Pierre'a Bourdieu zakłada występowanie szeregu autonomicznych pól: dziennikarskiego, politycznego, ekonomicznego, etc. W każdym z nich znajdują się uczestnicy gry zajmujący określone pozycje, istnieje kapitał, ocenić można również stopień autonomii danego pola. Zgodnie z teorią P. Bourdieu pole jest względnie autonomiczną strukturą, w której zachodzą relacje pomiędzy pozycjami. Te zaś istnieją w polu obiektywnie, przez wzgląd na narzucanie znajdującym się w nim graczom miejsca w strukturze dystrybucji władzy (kapitału). Posiadanie władzy otwiera zaś drogę do osiągania specyficznych korzyści, o które w danym polu toczy się gra (Bourdieu, Wacquant, 2001, s. 78).

Według poczynionych wcześniej założeń dyskurs publiczny i dziennikarski zgodne są co do tego, że działalność dziennikarzy powinna być obiektywna. Pożądana przez dyskursy cecha dziennikarstwa staje

się wobec tego jednym z wielu możliwych kapitałów dających dostęp do określonych korzyści. Gratyfikacją z posiadania kapitału obiektywizmu może być w tym przypadku uznanie w oczach widzów oraz w środowisku dziennikarskim. Walka o dostęp do kapitału toczy się jednak w polu, w którym każdy z uczestników posiada różne, nierzadko sprzeczne, interesy. Przyjmując, że celem pracy dziennikarskiej jest zaspokojenie potrzeby uznania w oczach widzów oraz w środowisku dziennikarskim, należy stwierdzić, że występowanie w polu uczestników mających inne cele będzie ograniczać dziennikarskie dążenie do zdobycia kapitału w postaci obiektywizmu.

Jednym z czynników ograniczających jest w tym przypadku obecność reklamodawcy – gracza, który z założenia dąży do realizacji własnych celów ekonomicznych. Interesy świata reklamy mogą oddziaływać więc na ostateczny produkt pracy dziennikarskiej. Media komercyjne działają niejako na rynku „podwójnego produktu", w którym produkt medialny sprzedaje siebie odbiorcom mediów, a jednocześnie sprzedaje swoich odbiorców reklamodawcom (Harcup, 2010, s. 39). Bezpośrednie interwencje reklamodawców, które zdarzają się coraz częściej, nie pozostają więc bez wpływu na obiektywizm produktów pracy dziennikarskiej. Szczególnie silnie uwidacznia się to w przypadku periodyków branżowych. Magazyny dystrybuowane w obiegu zamkniętym, docierające do przedstawicieli określonych branż, pełne są treści tworzonych przy współpracy z reklamodawcami, którzy zamieszczenie reklam uzależniają od możliwości ingerowania w ostateczny kształt materiałów.

Kolejnym uczestnikiem, którego obecność wpływa na obiektywizm pracy dziennikarskiej jest właściciel medialny. Ostatecznie to on, m.in. przez swoje linie programowe, determinuje rodzaj uprawianego dziennikarstwa. Linia programowa stanowi więc główny wyznacznik kodów i schematów służących subiektywnej interpretacji świata oraz ugruntowanych o nim przekonań. Właściciele mediów ustalają szeroki zakres polityki dla swoich instytucji, który może zwiększyć naciski na dziennikarzy, aby promować inne produkty czy punkty widzenia[3]. Na rodzimym rynku zjawisko to obrazują doskonale poczytne dzienniki, „Gazeta Wyborcza" i „Rzeczpospolita", w których te same zdarzenia rozpatrywane są z zupełnie odmiennych ideologicznie uwarunkowa-

[3] Proces wybierania informacji, prezentowania pewnych ich aspektów oraz nadawania im znaczącej widoczności nosi nazwę *framingu*. Wiąże się on również z dostarczeniem odbiorcom wskazówek dotyczących tego, jak interpretować i oceniać dane wydarzenia.

nych perspektyw. „Trudno wobec tego przyjąć obraz dziennikarza jako bezwzględnego krytyka (...) Zbyt często bowiem oferowane są informacje, za którymi kryją się określone interesy" (Sławek, 2007, s. 26).

Ostatnim przytoczonym uczestnikiem pola dziennikarskiego, świadczącym jednocześnie o niskim poziomie jego autonomii, są politycy. Już sama ich obecność w tym polu pokazuje słabości jego granic. Podatność ta przejawia się m.in. poprzez wpływ na zmiany personalne we władzach telewizji publicznej, które odzwierciedlają wyniki wyborów i zmiany w strukturach władzy. z drugiej strony, pozbawiane autonomii pole dziennikarskie ma tendencję do narzucania własnej jakości innym polom, np. politycznemu – tym samym osłabiając je. Politycy zmuszani są niejako do dostosowania swoich działań do formalnych wymogów produkcji medialnych. z tej perspektywy media, powołane do życia między innymi po to, by pośredniczyć w komunikacji pomiędzy wyborcami a politykami, wpływają na jednych i drugich, oddalając się zarazem od obiektywnych ideałów.

Poczynione rozważania uzupełnić należy o fakt, że każdy gracz w obrębie pola dysponuje pewnym kapitałem globalnym, którego struktura jest zróżnicowana. Oznacza to, że przytoczony powyżej kapitał w postaci obiektywizmu jest tylko jednym z wielu możliwych pól gry. Co ważne, w przypadku pól o niskim poziome autonomii tak, jak w polu dziennikarskim, kapitał, np. w postaci dostępu do poufnych informacji, pochodzić może z innych pól – politycznego czy ekonomicznego. „W odniesieniu do problematyki autonomii pola dziennikarskiego P. Bourdieu formułuje dwie tezy. Po pierwsze, pole dziennikarskie staje się coraz mniej autonomiczne. Dzieje się to głównie za sprawą uwarunkowań ekonomicznych, które w coraz większym stopniu wpływają na zasady funkcjonowania tego pola (np. za pośrednictwem wskaźników oglądalności, wyników sprzedaży) (...) Po drugie, odzierane z autonomii pole dziennikarskie ma tendencję do narzucania własnej logiki innym polom" (Ciołkiewicz, 2014, s. 228–229).

Etyka normatywna w zawodzie dziennikarza

Bez względu na stopień zaangażowania w grę toczącą się w polu dziennikarskim możemy mówić – za Zbigniewem Żmigrodzkim – (2007, s. 19) o „sumieniu dziennikarza: poczuciu, czy własne postępowanie odpowiada ogólnie przyjętym normom etycznym, które kształtowane są i ustalane przez tradycję oraz przyjęte w środowisku zawodowym oceny moralne". Słowo „etyka" pochodzi od greckiego *ethikos*, które nawiązuje z kolei do *ethosu*, znaczącego obyczaj. W takim ujęciu etyka

odnosi się do pewnego zwyczaju postępowania. W literaturze przedmiotu termin etyka oznacza:

– teorię powinności moralnej, czyli naukę zajmującą się ustalaniem moralnych podstaw i reguł ludzkiego działania, nazywaną etyką normatywną. Etyka w tym rozumieniu jest systemem normatywnym wyznaczającym obowiązki moralne i wartości moralne, służące określaniu istoty słusznego działania i właściwego postępowania;

– teorię norm moralnych uznawanych i stosowanych w praktyce w danym środowisku. W tym drugim znaczeniu teoria ta określana jest mianem etyki opisowej, czyli nauki o moralności. Tworzą ją poglądy moralne, opinie, przekonania, postawy i postanowienia;

– logiczną analizę języka etyki, na którą składają się przede wszystkim kwestie znaczenia i funkcji orzeczników etycznych, zagadnienia prawdy w etyce, problematyka sposobu uzasadniania ocen i norm moralnych (Kononiuk, 1998, s. 116–117, cyt. za: Zakrzewski, 2001, s. 216–217).

„W skład etyki normatywnej wchodzi etyka zawodowa. Jest ona rozumiana jako zespół norm i zasad określających, jak, biorąc za punkt wyjścia moralność, powinny zachowywać się osoby tworzące daną grupę zawodową" (tamże, s. 217). Warto dodać, że niemal każda grupa zawodowa posiada wypracowany katalog zasad moralnych. Uporządkowany zespół takich zasad nazywany jest kodeksem etycznym.

Na gruncie polskim do najważniejszych kodeksów zasad etyki dziennikarskiej należy *Karta Etyczna Mediów* opracowana z inicjatywy Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich. Pod dokumentem tym 29 marca 1995 r. podpisali się m.in. prezesi: Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich, Stowarzyszenia Dziennikarzy Rzeczpospolitej Polskiej, Katolickiego Stowarzyszenia Dziennikarzy, Syndykatu Dziennikarzy Polskich, Związku Zawodowego Dziennikarzy, Unii Wydawców Prasy, Telewizji Polskiej S.A., Telewizji Polsat, Stowarzyszenia Niezależnych Producentów Filmowych i Telewizyjnych, i in. Oto jej część:

Karta Etyczna Mediów

„Dziennikarze, wydawcy, producenci i nadawcy szanując niezbywalne prawo człowieka do prawdy, kierując się zasadą dobra wspólnego, świadomi roli mediów w życiu człowieka i społeczeństwa obywatelskiego przyjmują tę Kartę oraz deklarują, że w swojej pracy kierować się będą następującymi zasadami:

Zasadą prawdy – co znaczy, że dziennikarze, wydawcy, producenci i nadawcy dokładają wszelkich starań, aby przekazywane informa-

cje były zgodne z prawdą, sumiennie i bez zniekształceń relacjonują fakty w ich właściwym kontekście, a w razie rozpowszechnienia błędnej informacji niezwłocznie dokonują sprostowania. Zasadą obiektywizmu – co znaczy, że autor przedstawia rzeczywistość niezależnie od swoich poglądów, rzetelnie relacjonuje różne punkty widzenia. Zasadą oddzielania informacji od komentarza – co znaczy, że wypowiedź ma umożliwiać odbiorcy odróżnianie faktów od opinii i poglądów. Zasadą uczciwości – co znaczy działanie w zgodzie z własnym sumieniem i dobrem odbiorcy, nieuleganie wpływom, nieprzekupność, odmowę działania niezgodnego z przekonaniami. Zasadą szacunku i tolerancji – czyli poszanowania ludzkiej godności, praw dóbr osobistych, a szczególnie prywatności i dobrego imienia. Zasadą pierwszeństwa dobra odbiorcy – co znaczy, że podstawowe prawa czytelników, widzów, słuchaczy są nadrzędne wobec interesów redakcji, dziennikarzy, wydawców, producentów i nadawców. Zasadą wolności i odpowiedzialności – co znaczy, że wolność mediów nakłada na dziennikarzy, wydawców, producentów, nadawców odpowiedzialność za treść i formę przekazu oraz wynikające z nich konsekwencje (...)" (*Karta Etyczna Mediów,* 1995).

Karta Etyczna Mediów stała się jednym ze wzorów, w oparciu o który tworzone były kolejne katalogi zasad etycznych, m.in.: *Zasady etyczne dziennikarstwa w telewizji publicznej, Zawodowe zasady etyczne dziennikarzy Rzeczpospolitej* czy *Kodeks etyczny dziennikarza PAP*.

Podsumowanie

Nie ulega wątpliwości, że obiektywizm w krajowym prawodawstwie uznaje się za normatywną cechę rzetelnego dziennikarstwa. Zgodnie z przepisami PrPras realizowany jest on przez stosowanie zasad etyki zawodowej oraz zasad współżycia społecznego. Tak rozumiany obiektywizm sprowadza się do oddzielania weryfikowalnych faktów od subiektywnych wartości. W toku przeprowadzonych badań w pełni potwierdzono, że jest to jednak konstrukcja teoretyczna a na drodze do jej zrealizowania stoi szereg czynników. Mowa tutaj o dwóch ich głównych grupach – wewnętrznych, tj. zdolności dziennikarza do pracy zgodnie z zasadami staranności i rzetelności, oraz zewnętrznych, znajdujących się poza nim, jak np. obecność właściciela medialnego, grup wpływu: reklamodawców i polityków, linii redakcyjnych, procedur redakcyjnych. W odniesieniu zwłaszcza do tej drugiej grupy możemy mówić o nieustającej konfrontacji dziennikarza nie tylko z własnym sumie-

niem, ale przede wszystkim z innymi graczami pola dziennikarskiego stawiającymi np. zysk ekonomiczny ponad obiektywizmem.

Jeszcze do niedawna pojęcie obiektywizmu definiowane było w odniesieniu do gatunków dziennikarskich. W takim ujęciu dziennikarz zajmujący się przygotowywaniem informacji prasowych wykonywał obiektywną pracę, czego nie można było już powiedzieć o publicyście. W tej kwestii nastąpiła jednak zmiana. „Już w *Encyklopedii wiedzy o prasie* pojawiło się stwierdzenie, że informację dziennikarską powinien cechować nie tyle obiektywizm, co dążenie do obiektywizmu" (Sławek, 2007, s. 28). Zmiana ta wydaje się uzasadniona przynajmniej z dwóch powodów. „Po pierwsze, wartości i oceny są integralnym elementem opisywanej rzeczywistości – instytucje i postaci, których informacje dotyczą, kierują się określonymi wartościami i normami etycznymi, co z kolei podlega nieustannym ocenom społecznym. Po drugie, wartości i oceny są integralnym elementem opisu rzeczywistości – ludzie, a więc i dziennikarze są „z natury" subiektywni, dlatego każdy opis jest niepełny, wybiórczy" (Sławek, 2007, s. 28–29). Doskonale obrazuje tę sytuację pojęcie błędu paralaktycznego wprowadzone przez Melchiora Wańkowicza. Polega on na widzeniu świata w zależności od własnych odczuć i wrażliwości oraz miejsca patrzenia na ten świat.

W sytuacji, w której osiągnięcie pełni obiektywizmu nie jest możliwe, na dziennikarzu spoczywa obowiązek dochowania szczególnej rzetelności i staranności, by prezentowany materiał był jak najbliższy obiektywnemu ideałowi. W osiągnięciu tego celu pomocne są normy prawa, kodeksy etyki zawodowej oraz świadomość istnienia innych graczy pola dziennikarskiego, nierzadko posiadających interesy sprzeczne z dziennikarskimi. Postuluje się zatem publicystykę opartą na możliwie obiektywnej informacji. Dziennikarstwo informacyjne powinno zaś odnosić się do weryfikowalnych faktów oddzielonych od komentarzy. Istotne jest także uwzględnienie różnych punktów widzenia oraz unikanie wyrazów nacechowanych emocjonalnie. Szczególnie ważną rolę odgrywa tu stwierdzenie „możliwie obiektywnej", ponieważ, jak mawiał M. Wańkowicz, człowiek opisuje świat z własnego punktu widzenia, uwzględniając swoje odczucia i wrażliwość.

Bibliografia

Bauer Z., Chudziński E. (2012), *Dziennikarstwo i świat mediów*, Kraków.
Bourdieu P., Wacquant L. J. D. (2001), *Zaproszenie do socjologii refleksyjnej,* Warszawa.
Ciołkiewicz P. (2012), *Obiektywizm jako kapitał symboliczny w polu dziennikarskim. Przyczynek do analizy dyskursu dziennikarstwa,* „Studia Socjologiczne", nr 1.
Foucault M. (2006), *Słowa i rzeczy. Archeologia nauk humanistycznych,* Wydawnictwo słowo/obraz terytoria, Gdańsk.
Fras J. (1999), *Dziennikarski warsztat językowy,* Wrocław.
Furman W. (2012), *Obserwator czy uczestnik? Dwa podejścia do obiektywizmu dziennikarskiego,* „Polityka i Społeczeństwo", nr 9.
Harcup T. (2010), *Dziennikarstwo – teoria i praktyka,* Wydawnictwo Akademii Humanistyczno–Ekonomicznej, Łódź.
Kaliszewski A., Wolny–Zmorzyński K., Furman W. (2009), *Gatunki dziennikarskie. Teoria, praktyka, język*, Warszawa.
Karta Etyczna Mediów (1995), Rada Etyki Mediów, http://www.radaetykimediow.pl/index.php?option=com_content&view=category&layout=blog&id=2&Itemid=3, 24.12.2013.
Kosmus B., Kuczyński G. (2013), *Prawo prasowe. Komentarz,* Warszawa.
Sławek J. (2007), *Czytelnik uwolniony? Perswazja we współczesnej informacji prasowej,* Poznań.
Sobczak J. (2000), *Prawo prasowe,* Warszawa.
Ustawa Prawo prasowe z dnia 26 stycznia 1984 r., Dz.U. 1984 nr 5 poz. 24.
Zakrzewski S. (2001), *Etyka dziennikarska. Prawda, obiektywizm i odpowiedzialność,* [w:] *Dziennikarstwo od kuchni,* red. A. Niczyperowicz, Poznań.
Żmigrodzki Z. (2007), *Dziennikarstwo. Zarys problematyki*, Katowice.

Summary

The article presents reflections about ethical issues in journalism profession, nowadays as well as in the historical perspective. The main objective is to answer the following question: Can (or should) a journalist be objective in their profession. An attention was put at the factors which reduce the journalist objectivity. The Bourdieu`s Field Theory was used in the analysis. Moreover the article presents issues connected with normative ethics which defines journalist's responsibilities and duties.

Nota o autorze

Mateusz Karatysz [mateuszkaratysz@onet.eu] – doktorant na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa Uniwersytetu im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, w Zakładzie Marketingu Politycznego i Socjotechniki. Zainteresowania badawcze koncentruje w obrębie technik perswazyjnych w komunikacji wizualnej. Pasjonat fotografii analogowej oraz cyfrowej.