

Kodeks etyki dziennikarskiej - Stowarzyszenia Dziennikarzy Polskich

Przyjmując zasady Karty Etycznej Mediów i deklaracji Międzynarodowej Federacji Dziennikarzy, uznajemy, że:

- zadaniem dziennikarzy jest przekazywanie rzetelnych i bezstronnych informacji oraz różnorodnych opinii, a także umożliwianie udziału w debacie publicznej,
- wolności słowa i wypowiedzi musi towarzyszyć odpowiedzialność za publikacje w prasie, radiu, telewizji czy Internecie,
- dobro czytelników, słuchaczy i widzów oraz dobro publiczne powinny mieć pierwszeństwo wobec interesów autora, redaktora, wydawcy lub nadawcy.

I - Informacje i opinie

1. Informacje należy wyraźnie oddzielać od interpretacji i opinii.
2. Informacje powinny być zrównoważone i dokładne, tak by odbiorca mógł odróżnić fakty od przypuszczeń i plotek, oraz powinny być przedstawiane we właściwym kontekście i opierać się na wiarygodnych i możliwie wielostronnych źródłach.
3. Opinie mogą być stronnicze, ale nie mogą zniekształcać faktów i być wynikiem zewnętrznych nacisków.
4. Błędy i pomyłki wymagają jak najszybszego sprostowania, nawet jeśli nie były zawinione przez autora lub redakcję i bez względu na to, czy ktokolwiek wystąpi o sprostowanie.

II - Zbieranie i opracowanie materiałów

5. W zbieraniu materiałów nie wolno posługiwać się metodami sprzecznymi z prawem i nagannymi etycznie; wyjątkiem jest dziennikarstwo śledcze, tj. tropienie w imię dobra publicznego - za wiedzą i zgodą przełożonych - zbrodni, korupcji czy nadużycia władzy.
6. Nie wolno naruszać prywatności i sfery intymnej; wyjątek mogą stanowić - w uzasadnionych okolicznościach - działania w zakresie dziennikarstwa śledczego, także wobec osób publicznych.
7. Dziennikarza obowiązuje zachowanie tajemnicy źródła informacji, osoby i wizerunku informatora, jeśli on tego wymaga; tajemnica może być ujawniona - z tym zastrzeżeniem - jedynie przełożonemu.
8. Opracowanie lub skrót informacji, wywiadu czy opinii nie może zmieniać ich sensu i wymowy; materiały archiwalne i rekonstrukcje zdarzeń przedstawiane w mediach elektronicznych powinny być odpowiednio zaznaczone.

III - Dziennikarz wobec rozmówców i odbiorców

9. Rozmówcy powinni być poinformowani, w jaki sposób zostaną wykorzystane ich wypowiedzi; autoryzacja obowiązuje, jeśli zastrzeże to rozmówca; wypowiedzi dzieci można wykorzystywać tylko za zgodą rodziców lub prawnych opiekunów.

10. Dziennikarz powinien okazywać szacunek osobom, bez względu na ich odmienność ideową, kulturową czy obyczajową, co nie oznacza zgodności z ich poglądami.

11. Trzeba dbać o to, by nie urazić osób niepełnosprawnych fizycznie lub psychicznie, starych i chorych, życiowo nieporadnych.

12. Szczególna ostrożność powinna towarzyszyć informowaniu o nowych metodach leczniczych, gdy nie są jeszcze w pełni sprawdzone i mają charakter jedynie eksperymentalny, a wróżby i horoskopy nie mogą być przedstawiane jako wiarygodne informacje czy wskazówki.

13. Język wypowiedzi powinien być staranny, należy unikać wulgaryzmów i określeń obscenicznych.

IV - Przepięstwa i sytuacje wyjątkowe

14. Przy ujawnianiu przestępstw i osób podejrzanych o ich dokonanie, należy zachować daleko idącą rozagę, unikać opisów umożliwiających naśladowanie czynów antyspołecznych, oraz nie przesądzać o winie, zanim sąd nie wyda prawomocnego wyroku.

15. W relacjach z wojen, zamieszek i demonstracji dziennikarze powinni zachować postawę niezaangażowanych obserwatorów, tak by nie stać się przedmiotem manipulacji.

16. Niedopuszczalne jest pokazywanie w bliskim planie scen śmierci, a krwawe skutki wojen i katastrof, przejawy okrucieństwa i przemocy mogą być opisywane i pokazywane jedynie pod warunkiem zachowania równowagi między ścisłością relacji a względem na wrażliwość odbiorców, zwłaszcza rodzin ofiar i osób im bliskich.

V - Konflikt interesów

17. Wiarygodność i niezależność dziennikarska jest nie do pogodzenia z przyjmowaniem prezentów, korzystaniem z darmowych wyjazdów czy testowaniem kosztownych przedmiotów.

18. Dziennikarzowi nie wolno zajmować się akwizycją oraz brać udział w reklamie i public relations - wyjątkiem mogą być jedynie akcje społeczne i charytatywne; materiały redakcyjne muszą być czytelnie oddzielone od materiałów reklamowych i promocyjnych.

19. Niedopuszczalna jest kryptoreklama i zatajanie informacji dla własnych korzyści.

20. Dziennikarzowi nie wolno wykorzystywać we własnym interesie nieujawnionych publicznie informacji uzyskanych w działalności zawodowej, zwłaszcza w dziennikarstwie finansowym i ekonomicznym.

21. Angażowanie się dziennikarzy w bezpośrednią działalność polityczną i partyjną jest również przejawem konfliktu interesów i należy wykluczyć podejmowanie takich zajęć oraz pełnienie funkcji w administracji publicznej i w organizacjach politycznych.

VI - Koledzy i przełożeni

22. Stosunki między kolegami i współpracownikami powinny być partnerskie, niedopuszczalna jest nieuczciwa konkurencja oraz przywłaszczanie cudzych prac, a nawet pomysłów.

23. Wobec przełożonych i wydawców lub nadawców obowiązuje dziennikarza lojalność, ale nie mogą oni nakazać dziennikarzowi, a dziennikarz ma prawo odmówić - wykonywania poleceń sprzecznych z prawem, etyką zawodową lub swymi ugruntowanymi przekonaniem.

VII - Odpowiedzialność i kary

24. Za naruszenie zasad etyki dziennikarskiej odpowiada zarówno autor publikacji - prasowej, radiowej, telewizyjnej czy internetowej, jak i redaktor, wydawca czy nadawca.

25. Kary wymierzają sądy dziennikarskie, odpowiednio do charakteru i skali wykroczenia: upomnienie, nagana, czasowe zawieszenie w prawach członka SDP, usunięcie ze Stowarzyszenia; Naczelny Sąd Dziennikarski może orzec ogłoszenie werdyktu w mediach.