

SPIS TREŚCI

Od autorów 9

WSTĘP

Demokracja a etyka 12

Druga strona 14, Dwa podejścia do problemu etyki 17

ROZDZIAŁ 1

Podejmowanie Ostatecznych Decyzji 20

Różne przypadki 21, Korzenie moralności 22, Sylwetka: John Stuart Mill 23, Zadania 29

ROZDZIAŁ 2

Dwa standardy oceny sytuacji konfliktowej 32

Sylwetka: David Halberstam 33, Interes publiczny a masowe środki przekazu 36, Alienacja i wolność 37, Wolność i wolność prasy 39, Dzisiejsze problemy 41, Masowe środki przekazu działają w jednym kierunku 42, Masowe środki wiodące 43, Odbiorcy poszczególnych środków przekazu 45, Zadania 48

ROZDZIAŁ 3

Dziennikarskie cnoty 50

Powszechne zainteresowanie i cenione cnoty 50, Złota zasada dziennikarstwa 51, Etyka zawodu 53, Sylwetka: Sissela Bok 54, Zamiary i cele 56, Cnota mądrości 58, Zadania 59

ROZDZIAŁ 4 Oczekiwania odbiorców słowa 62

Ocenianie telewizji 65, Czego odbiorca oczekuje 66, Natarcie i obrona 68, Sylwetka: Wilbur Schramm 69, Alienacja opinii publicznej 71, Społeczne zapotrzebowanie na informację 73, Naruszanie dóbr osobistych a etyka 76, Prawo opinii publicznej a prawo do prawdy 77, Zadania 77

ROZDZIAŁ 5 Wyjaśnijmy problem obiektywności 80

Definicja obiektywności 80, Prawda i opinia 81, Sylwetka: Gary Atkins 82, Krytyka 86, Obiektywność jako tarcza ochronna 90, Postępowanie z pseudowydarzeniami 95, Zadania 97

ROZDZIAŁ 6 Etyczne zasady zbierania informacji 100

Koordynacja miejsca i czasu 101, Prawda – uczciwość w akcji 102, Wprowadzanie w błąd 103, Sylwetka: David Shaw 104, Sprawiedliwość: bezstronność dla wszystkich 106, Błędy i wypaczenia w sztuce reporterskiej 109, Źródła wprowadzające w błąd 111, Konflikt interesów 112, Kto korzysta? Kto płaci? 114, Zadania 115

ROZDZIAŁ 7 Standardy dziennikarstwa dociekliwego („węszącego”) 118

Historia dziennikarstwa dociekliwego 119, Chętka do węszenia 122, Sylwetka: Jack Anderson 126, Rodzaje enuncjacji i wypowiedzi 129, Dziennikarstwo dociekliwe – sprawa pierwsza 131, Dziennikarstwo dociekliwe – sprawa druga 135, Węszący dziennikarze telewizyjni 138, Zadania 139

ROZDZIAŁ 8 Zasady etyczne „opakowywania” informacji 142

Zadanie redaktorów 143, Redaktor jako inspirator 144, Reguły etyczne przy doborze materiałów 148, Sens pracy redaktora 148, Sylwetka: Seymour Hersh 149, Etyka redagowania 151, Etyka nadzoru 152, Redagowanie gazety wojskowej 154, Zadania 156

ROZDZIAŁ 9 **Wizualne środki przekazu 160**

Sylwetki: Susan Sontag 161, Fotodziennikarskie naruszanie dóbr osobistych 162, Telewizja 169, Zadania 171

ROZDZIAŁ 10 **Etyka przekonywania 174**

Reklama i pieniądze 176, Reklama i elektroniczne środki przekazu 179, Koszty emisji 180, Naciski masowych środków przekazu na ogłoszeniodawców 180, Doradztwo prasowe (Public relations) 181, Definicja doradztwa prasowego 182, Biura doradztwa prasowego jako biznes 183, Jak powinien pracować uniwersytecki doradca prasowy 184, Radzenie sobie z przełożonymi 184, Sylwetka: Robert W. Beyers 185, Konfrontacja 187, Każda sprawa jest inna 188, Nauka i doradztwo prasowe 189, Zadania 189

ROZDZIAŁ 11 **Jak sobie radzić z „seksizmem”? 192**

Dwie opowieści Salingera 193, Kobiety o płciach 194, Sylwetka: Jerome David Salinger 195, *Playboy*, mężczyźni i kobiety 198, Odpowiedzi studentów 201, Jak się odnosić i zwracać do kobiet 208, Zadania 210

ROZDZIAŁ 12 **Redaktorskie sterowanie 212**

Redagowanie na uniwersytecie 212, Kierownicza rola zawodowego redaktora 215, Niebezpieczeństwo rutyny 216, Wpływy grup nacisku 217, Wielkość oznacza słabość 218, Sylwetka: John Fisher 220, Opracowanie kodeksu etycznego firmy 222, Znaczenie wytyczonego kursu 223, Zadania 224

ROZDZIAŁ 13 **Kodeksy masowych środków przekazu 226**

Korelacja poszczególnych kodeksów 227, Kodeks Sigma Delta Chi 228, Kodeks dziennika *Washington Post* 229, Kodeks filmowy 230, Kodeks radiowy 232, Sylwetka: Jack Valenti 233, Kodeks telewizyjny 234, Sensacja, zbrodnia i przemoc 236, Moralność w drobiazgach 237, Realizm i autorzy 239, Filmy i programy telewizyjne 241, Zadania 242

ROZDZIAŁ 14	Rady prasowe i rzecznicy praw obywatelskich (ombudsmeni) 244 Lokalne rady prasowe 244, Krajowa Rada Informacji 247, Brytyjska Rada Prasowa 250, Zalecenia Grupy Roboczej 252, Funkcjonowanie Krajowej Rady Informacji 253, Ombudsmeni 255, Sylwetka: Elie Abel 256, Krytyka „od wewnątrz” 259, Ombudsman dziennika <i>Washington Post</i> 261, Rada Caseya 262, Zadania 263
ZAŁĄCZNIK A	Amerykańskie Stowarzyszenie Redaktorów Gazet, Deklaracja Zasad 265, Stowarzyszenie Zawodowych Dziennikarzy Sigma Delta Chi, Kodeks Etyki 266, Zasady Etyczne Dziennika <i>Washington Post</i> 268
ZAŁĄCZNIK B	Zasady Klasyfikacji Filmów, Amerykańskie Stowarzyszenie Filmowe 272
ZAŁĄCZNIK C	Kodeks Radiowy, Krajowe Stowarzyszenie Elektronicznych Środków Przekazu 276
ZAŁĄCZNIK D	Kodeks Telewizyjny, Krajowe Stowarzyszenie Środków Przekazu 286
ZAŁĄCZNIK E	Deklaracja Zasad, Amerykańskie Towarzystwo Doradców Prasowych 299
ZAŁĄCZNIK F	Normy Postępowania Amerykańskiego Stowarzyszenia Agencji Reklamowych 304
ZAŁĄCZNIK G	Krajowe Stowarzyszenie Fotografów Prasowych, Kodeks Etyki 306
INDEKS	307