

L'etica professionale del giornalista

Prefazione

L'etica professionale è uno dei problemi meno trattati, sia nei piani di studio universitari sia nel dibattito interno dei giornalisti a proposito della qualità del giornalismo stesso. Il problema dell'apprendimento è complesso ed esistono diversi approcci.

Negli Stati Uniti, ad esempio, ne esistono due: il primo è l'abbinamento del corso di etica del giornalismo con il corso sulla legislazione relativa ai mass media statunitensi, il secondo è l'inclusione delle questioni etiche in tutte le discipline e in tutti gli esercizi pratici per gli studenti di giornalismo. Molti manuali di giornalismo americani hanno quindi capitoli dedicati all'etica, che rientra in materie come "introduzione al giornalismo" "tecnologie per la trattazione delle notizie", "il reportage", ecc. Le parti dedicate all'etica sono presenti nei manuali di giornalismo scientifico, di inchiesta giornalistica, di giornalismo economico e di esteri.

Michael Berlin, professore di giornalismo all'università di Boston ritiene (e lo sostengono molti suoi colleghi) che sia "utile dedicare all'etica un corso speciale, che includa tutte le questioni di storia, teoria e pratica e consenta di possedere un'informazione ampia su questo settore": (Berlin, M. I consigli di un docente di etica del giornalismo// Il giornalista e l'etica 1995)

Condivide la stessa opinione anche il ricercatore americano Edmund Lambert, che da molti anni tiene un corso di etica del giornalismo alla facoltà di giornalismo dell'università del Missouri, nonché lezioni per docenti di giornalismo e per giornalisti di diversi Paesi nel corso di seminari organizzati dalla Ong "Forum della libertà".

A suo parere, l'etica non è affatto considerata secondaria nel quadro dei corsi accademici e spesso viene considerata una disciplina distinta e a se' stante. "Mentre un tempo i giornalisti che agivano individualmente consideravano l'etica un problema di scelta personale o di stile individuale di assunzione delle decisioni, oggi l'eticità di un comportamento è un elemento di un certo peso nella maggioranza delle redazioni giornalistiche.

Quelli che erano un tempo casi isolati, specialisti accademici e professionisti di etica del giornalismo, sebbene non dappertutto, oggi sono diventati reali e presenti nelle università e nelle redazioni" (Lambert, E. B. Osservanza del dovere dei giornalisti. L'approccio etico alla professione giornalistica. M. 1998)

Va ricordato che il ruolo dei mass media d'informazione è di diffondere le notizie e organizzarne l'accesso da parte di tutti. Molto spesso le notizie contengono stress, scontentezza, dolore, delusione, accompagnati da un sentimento di personale impotenza.

Ecco cosa scrive su questo Michael Kirkhorn: "I nostri giornali, radio e televisioni trasmettono regolarmente, puntualmente e monotonamente la lista di pericoli, catastrofi, reati e distruzioni.

Trascinati senza alcun sostegno in situazioni drammatiche, i giornalisti, questi folli complici del pensiero,

accumulano qualunque idee, anche quelle stupide. Essi diffondono idee che loro stessi capiscono male, respingendo quelle che a loro parere gli altri non capirebbero e non accetterebbero. Operati dalla attività di personalità singole e con un ruolo ufficiale, i giornalisti ignorano lo sfondo, lo scenario. Vedono il ragno, non la ragnatela. Profondamente pragmatici, non si fidano dei sognatori, dei visionari e degli utopisti. Essi non ci mostrano la via d'uscita ma diligentemente ci illuminano sugli incidenti lungo la strada. (Kirkhorn, M. Reassurance, Boredom, Decency, Conversation // paper presented to the Association for Education in Journalism, Houston, August 1979).

Percepire lo scenario su cui si svolgono gli eventi, è uno dei compiti dell'etica giornalistica, il che complica notevolmente le regole basilari della professione. Tutto ciò che è legato a questo problema necessita di uno studio profondo, per il quale si deve prevedere una materia di studio a se stante. Non c'è da meravigliarsi che ci siano corsi esclusivamente sull'etica professionale non solo in Occidente, ma anche nella maggioranza dei paesi dello spazio post sovietico.

L'autore è d'accordo con M. Berlin, E. Lambert e i loro colleghi e vede anche un senso nella analisi dell'etica professionale dei giornalisti in un corso separato. Il manuale proposto non presenta solo materiale teorico e porta esempi di analisi dei conflitti etici. Esso è chiamato anche ad aiutare e riconoscere il carattere dei valori morali di quel gruppo professionale a cui ci rapportiamo e che realizza effettivamente la sua attività in condizioni reali (in questo caso bielorusse) e in relazioni con questi valori formare la propria impostazione professionale e la capacità personale di orientamento morale. Nelle condizioni bielorusse, con la sua separazione dei media tra "statali" e "non statali" e con la quasi totale assenza di un'immagine salda sull'etica professionale, questo non è affatto facile. Infatti lo scambio di opinioni tra colleghi, di rappresentanti di diversi gruppi professionali e di numerosi funzionari dello Stato è troppo ampio: dalla nostalgia per il controllo statale / del partito sui mass media e la giustificazione di qualunque azione anche delle più immorali, nelle azioni dei giornali, radio e tv cosiddetti "statali" (un chiaro esempio di ciò è la copertura dei giornali di stato in occasione delle elezioni presidenziali in Bielorussia, in particolare quelle del 2010) fino alla negazione di qualunque possibilità di valutazioni etiche condivise di ciò che nei mass media è buono o cattivo.

Bisogna anche imparare a capire la differenza tra i principi e le norme etiche come tali e la pratica. Da un lato, la teoria del giornalismo richiede di concordare il testo di un'intervista con l'intervistato: "La persona che dà l'intervista, ha il diritto di sapere in quale media e in quale contesto sarà data questa intervista. Il giornalista è obbligato ad adempiere alla richiesta di questa persona se esso esprime il desiderio di guardare e revisionarne il contenuto prima della pubblicazione (Codice dell'Etica giornalistica. BAZH, baj.by)

D'altro canto, nelle condizioni della Bielorussia (e non solo) quando i cittadini hanno paura di non compiacere il potere, e si attendono delle repressione per una parola mal pronunciata, il giornalista che fa un'intervista dietro consenso, può anche non vedersi ritornare indietro il suo pezzo. Ciò che a parole infatti sembra inoffensivo, una volta stampato può apparire all'intervistato assolutamente fazioso. E allora cominciano le rielaborazioni. e il testo o non ritorna al giornalista, oppure vi è stato buttato via la parte più importante e interessante, quindi pubblicarlo così non ha più nessun senso.

In simili situazioni, i colleghi si comportano in diversi modi. C'è chi ritiene giusto "non chiedere" la

spedizione del pezzo per l'assenso, non fare promesse, e solo se ha promesso, mantenerla. Qualcuno promette, ma dopo, appellandosi alla volontà del caporedattore, non mantiene. Come comportarsi in tali occasioni non è scritto in nessun codice etico, e a maggior ragione in nessuna legge sui mass media. E di situazioni analoghe ce ne sono tantissime.

Per questo motivo questo manuale comincia con l'analisi della teoria della questione, analizza le proposizioni di base dell'etica come tale e professionale nello specifico, dedica particolare attenzione alla pratica del processo di autoregolamentazione dei mass media sulla base dei codici etici. In tutto il mondo un simile approccio è da tempo diventato normale e abituale. Un esempio per tutti dell'importanza dell'osservanza dei codici etici per l'esistenza stessa dei media, e delle conseguenze della perdita di credibilità. Il magnate dell'editoria Rupert Murdoch, con cui perfino i capi di stato si sentono obbligati a fare i conti, è andato docilmente a rendere conto del comportamento dei suoi giornalisti al Parlamento britannico. Il giornale in precedenza appartenente a Murdoch "News of the world" il più importante e influente tabloid della Gran Bretagna, con una tiratura di 2,7 milioni di copie, è stato chiuso. Perdono di credibilità anche gli altri giornali di Murdoch, è stata rotta la trattativa per l'acquisto della rete televisiva "BskyB". Si è dimesso il capo di Scotland Yard, e il suo vice, l'addetto stampa del governo. E tutto ciò, perchè i giornalisti di Murdoch avevano violato i principi etici.

La società occidentale ha imparato da tempo che la violazione dei principi etici per i giornalisti è sbagliata quanto la violazione delle norme del Codice Penale per i cittadini! Già negli anni '80, alcune cause che hanno fatto rumore, hanno dimostrato i tentativi di alcuni mass media di combattere contro le violazioni dell'etica dei loro colleghi. Ecco alcuni esempi. Un giovane reporter del portabandiera della pubblicistica americana, il "Washington post", Janet Cook ricevette il premio Pulitzer per un pezzo su un tossicodipendente di 8 anni d'età, ma, appena si scoperse che il personaggio era inventato, alla giornalista fu ritirato il premio. Michael Delee del New York daily news ammise di avere inventato il nome di un soldato inglese, che aveva sparato a un ragazzo a Belfast (Irlanda del nord) Lo scandalo raggiunse anche il New York Times: un collaboratore esterno di questo influente quotidiano, Kristopher Jones, fu costretto ad ammettere che il pezzo dalla Cambogia che gli aveva dato notorietà, lo aveva scritto a casa, senza allontanarsi dalla sua scrivania. Non ha evitato simili sgradevoli episodi nemmeno la BBC, usa a dettare legge nell'ambito dell'etica professionale. Va segnalato che la maggior parte di queste rivelazioni è il risultato della mancata assunzione di simili modi di lavorare da parte degli altri colleghi. Molto spesso i mass media, anzichè farsi governare dagli ideali del servizio pubblico, adottano modalità di lavoro che in prima battuta sono al servizio degli interessi dei massa media stessi. Ma le dichiarazioni sul tema "I mass media sono i cani da guardia della democrazia, in grado di vigilare su tutte le azioni del potere" sono spesso nient'altro che una dichiarazione...

Il manuale costituisce il materiale di studio per il corso di Etica professionale del giornalismo all'EHU (European Humanities University di Vilnius). Per la presentazione degli argomenti sono stati utilizzati approcci caratteristici soprattutto della pubblicistica, più che della letteratura scientifica. Inoltre l'autore

ritiene necessario non solo presentare la teoria della questione, ma anche rendere l'atmosfera in cui i giornalisti si trovano a lavorare, e anche condividere una qualche esperienza, personale e dei colleghi professionisti, nell'assunzione nella pratica dei principi etici.

Parte 1° - L'etica professionale del giornalista: scienza e pratica

capitolo 1

Storia

L'etica, definizione. Il termine "etica" - dal greco *ethos*, ossia "carattere", "abitudine" è stato usato per la prima volta da Aristotele, che definì "etiche" la virtù ed altre caratteristiche positive della personalità come il coraggio, la bontà, l'onestà, e chiamò "etica" la scienza relativa a tali qualità. Quindi, il nuovo sostantivo creato da Aristotele, "etica", designa la scienza che studia la virtù.

Il significato di "etica" è affine a quello di "morale" e "moralità". La parola "morale" deriva dal latino "mos" (pl. "mores") ed ha lo stesso significato del greco "ethos", comportamento, abitudine. Cicerone, analogamente ad Aristotele, ne derivò l'aggettivo "moralis", morale, e il sostantivo "moralitas" "moralità", corrispondenti ai termini greci "etico" ed "etica". Nell'accezione attuale, l'etica è la scienza che studia la morale, intesa come come uno dei più importanti aspetti dell'attività umana e della vita sociale. Se infatti la morale rappresenta una manifestazione specifica, oggettivamente esistente, della vita sociale, allora l'etica come scienza studia la morale, la sua sostanza, la sua natura e struttura, la sua legittimità di espressione e di sviluppo, il suo posto nel sistema delle relazioni sociali, e teoricamente pone le basi di un ben preciso sistema morale.

Aristotele affermava che lo scopo fondamentale dell'etica è la felicità, l'attività dell'anima nella pienezza della virtù, cioè l'autorealizzazione. L'autorealizzazione è impresa che richiede il coraggio di evitare le esuberanze e il mantenimento dell'aurea mediocrità, ossia della via di mezzo, dell'equilibrio. Ne discende la cosiddetta "regola aurea dell'etica": "non fare all'altro ciò che non vorresti fosse fatto a te". Ogni giornalista nell'ambito dell'etica professionale deve esserne ben consapevole, in quanto persona che si pone delle norme morali. Per essere più precisi, la differenza tra le norme morali e quelle giuridiche consiste proprio nel fatto che le norme etiche non sono basate sulla costrizione: la loro presenza nella coscienza dell'individuo è il risultato di una scelta personale. E' assolutamente impossibile costringere una persona ad essere morale. "La vera moralità cresce dal cuore con la fruttuosa azione unita alla luce della ragione... Viene misurata non dalle parole ma dall'attività pratica. Allo stesso modo non è possibile costringere una persona ad essere felice e libera".

Breve excursus di storia dell'etica

La dottrina etica del Buddismo si basa sulle “quattro sorgenti della virtù”: la vita è male e sofferenza, le radici della sofferenza sono i nostri desideri e la sete di vita; per evitare le sofferenze, bisogna evitare i desideri; per arrivare ad evitare i desideri occorre seguire le “otto tappe del cammino della salvezza”: astenersi dalla bugia, dal causare del male agli esseri viventi, dalla lotta, dalle soddisfazioni sensoriali, dalle motivazioni egoistiche, e dal concentrarsi solo sulla propria individualità. Il buddismo non impone un severo ascetismo, ma gli preferisce la “via di mezzo”.

Lo Yoga pone l’accento sui metodi psicofisici di purificazione dello spirito, che hanno lo scopo di arrivare al pieno autocontrollo. Al primo livello dello yoga c’è la realizzazione di 5 principi: non violenza, correttezza, saggezza, divieto di aggredire e proprietà. Il secondo livello di autorealizzazione richiede l’adempimento di cinque regole: purezza, appagamento, ascetismo, studio del Veda e dedizione a Dio.

L’etica antica ha alcune particolarità:

- il carattere mondano, ossia non religioso: tutta l’impalcatura si regge sulla conoscenza delle leggi naturali
- è un’etica razionalistica, che ritiene la ragione la migliore guida per una vita morale
- l’ideale morale è il saggio, ossia la persona che ha raggiunto la pienezza della ragione
- è un’etica individualistica, per cui il compito della persona è la scoperta del potenziale personale al massimo livello

La maggior parte degli studiosi di etica ipotizzava che questo percorso personale di consapevolezza porti al bene della polis, cosicché l’etica individuale è in armonia con quella sociale.

I problemi fondamentali dell’etica antica sono:

- il problema del vero bene: come fare una gerarchia dei beni nella vita umana, in grado di corrispondere ai criteri morali
- il problema del rapporto con il piacere: come suddividere i piaceri preferibili in una relazione etica,
- la definizione dello status di ciascun piacere in relazione alla possibilità di costruire una vita morale.
- il problema dell’acquisizione della virtù, ad esempio l’acquisizione delle giuste qualità morali, capaci di avvicinare la persona al vero Bene. Tra le virtù più importanti si segnalavano saggezza, coraggio, misura e correttezza.

Sono stati molti gli studiosi che hanno proposto le proprie soluzioni a tali problemi.

Socrate riteneva che il compito della persona fosse “conoscere se stesso”, passare dall’ “opinione sul bene” alla conoscenza del bene, conseguito grazie alla ragione. I famosi “dialoghi socratici” presentano i modi con cui la ragione può arrivare alla comprensione della verità, e quindi dell’ unica moralità, valida per tutti. Per Socrate essere saggi ed essere morali era la stessa ed unica cosa. L’immoralità era una forma di follia.

L’allievo di Socrate Platone sviluppò l’idea dell’esistenza del bene assoluto. Secondo Platone, il bene continuo come modello ideale esiste nel “mondo delle idee”, mentre su questa terra ci sono solo pallide riproduzioni, copie, ombre. Il compito dell’individuo è di conoscere l’idea del bene grazie alla parte razionale dell’anima, che ha memoria di quel modello di bene che un tempo apparteneva al “mondo

delle idee”, nel momento in cui esso era ancora un’idea. I piaceri sensibili fanno ombra alla parte razionale dell’anima, e vanno quindi usati con saggezza. L’etica individuale in Platone è complementare all’etica sociale: Platone costruisce la teoria dello Stato ideale, la cui stessa struttura rafforza la virtù dei cittadini.

L’etica medioevale è il fondamento intellettuale della concezione cristiana della morale. Possiamo osservare qui una serie di prolemi etici:

- il problema della giustificazione di Dio rispetto all’esistenza del male nel mondo, elaborata nell’ambito della teodicea (studio dell’esistenza di Dio)

- il problema della relazione tra la bontà divina e il libero arbitrio della persona nel suo comportamento morale.

- il problema della salvezza dell’anima

Sant’Agostino fu il rappresentante più autentico dell’etica medioevale. Fu lui ad elaborare la dimostrazione del problema morale dal punto di vista dei cristiani. Secondo Agostino, all’origine della morale c’è Dio e solo Dio. Una simile posizione nell’ambito dell’etica si definisce teocentrica. La moralità è la volontà stessa di Dio. Dio non è legato a nessuna regola morale: in caso contrario ci sarebbero delle regole che superano Dio stesso e questo è impossibile per definizione. Tutto ciò che proviene da Dio - il bene e quindi il nostro mondo - è il migliore dei mondi possibili e non esiste il male assoluto. Il male viene trattato da Agostino come mancanza del bene, come bene guastato, come meno bene rispetto al maggior bene. Complessivamente l’origine del male non è in Dio, ma nell’essere umano, nella sua libera volontà, e nel suo cattivo uso. Il corretto uso del libero arbitrio fa parte della libera scelta di seguire la volontà di Dio. La salvezza dell’anima dipende totalmente dalla bontà di Dio.

Jean Jacques Rousseau sostiene l’opinione che l’essere umano è buono per natura, ma viene guastato dalla civilizzazione, che gli instilla dentro esigenze e sofferenze contrarie alla natura, in specifico il legame con il possesso. L’amore naturale per il bene può essere ripristinato grazie al contratto sociale, dal momento che, sotto la tutela dello Stato buono, le persone possono concedersi di seguire la propria natura.

Immanuel Kant, fondatore della teoria della morale, si dichiarò contrario al naturalismo: la morale non scaturisce dalla natura della persona, essa lo induce all’obbligo, e il suo principale significato è il dovere. Ma è possibile che la persona, che per sua natura tende alla felicità, compia il suo dovere? Per rispondere a questa domanda, Kant utilizza un costrutto filosofico, secondo cui l’essere è suddiviso in due strati: la "la cosa-per-me" (fenomeno) e " e la "cosa-in-sé" (noumeno)

La persona come cosa - per - me, ad esempio nella sfera delle apparenze sembra, in quanto normale sostanza, tendere verso la felicità. Per questo essa non è libera, è legata alle circostanze e compie azioni legali, non morali. La persona come "cosa in se" ad esempio come sostanza tal quale è libera di compiere azioni propriamente morali. Perché è libero colui che vive secondo la legge, imposta dalla sua stessa sostanza. L’unica e incondizionata legge del dovere, radicata nella pura ragione pratica, Kant la chiamò imperativo categorico. Il senso è questo: comportati come se le tue motivazioni fossero un principio della normativa generale, cioè, sono morali quelle motivazioni che potrebbero diventare una norma generale. Si parla proprio di motivazioni universali, ma non dei comportamenti che avvengono

nel mondo delle "cose per me". Quindi, compiendo una scelta morale, noi scegliamo in questo modo anche il destino dell'umanità.

La legge morale, secondo Kant, ha la priorità rispetto a tutte le altre norme, tra cui anche quelle religiose.

Nell'etica del XIX secolo si possono distinguere due tradizioni: sociologismo e irrazionalismo.

Il sociologismo intende la morale come fenomeno prevalentemente sociale, generato cioè da relazioni sociali. Un esempio di questo approccio ai fenomeni morali può essere l'insegnamento di Karl Marx: fondamento della vita sociale è la produzione collettiva sociale, che definisce i rapporti di proprietà, condizionando così tutti gli altri rapporti sociali, tra cui quelli morali. Nella misura in cui le forze produttive e i rapporti di produzione storicamente cambiano, anche la morale non è eterna, ma determinata storicamente e su base di classe. Un modo per cambiare le relazioni morali nella sfera sociale sono i cambiamenti rivoluzionari del rapporto di proprietà.

L'irrazionalismo parte dal fatto che gli elementi della vita non sono sotto il potere della persona e della sua ragione, ma proprio questa è la primordiale base dell'esistenza. Questa posizione filosofica ha funzionato come prerequisito di due teorie etiche distinte, ma sostanzialmente diverse. Arthur Schopenhauer riteneva che l'universale desiderio di vita si manifesti nella persona come insaziabile desiderio, ma che questo porti nondimeno alla sofferenza. Le persone devono essere infelici, e lo sono. Nella trattazione di un altro filosofo tedesco, Friedrich Nietzsche la vita non tormenta la persona ma gli dà la gioia primordiale del vivere. Negli esseri umani la potenza vitale si manifesta come un insaziabile bisogno di potere (non solo politico, ma il potere nel senso più lato).

Da questa posizione, Nietzsche criticò tutta la morale tradizionale, cristiana e borghese.

Si può definire l'etica del XX secolo come una reazione intellettuale alle catastrofi sociali che si sono verificate in questo secolo. Due guerre mondiali e numerosi conflitti regionali, regimi totalitari e terrorismo incoraggiarono a pensare alla possibilità stessa di etica, in un mondo così totalmente alieno dalla bontà. Dalla grande quantità dei variegati insegnamenti etici prodottisi nel XX secolo, ne consideriamo solo due.

L'esistenzialismo ("filosofia dell'esistenza") ha presentato questa tesi teorica: l'esistenza precede l'essenza. Per quanto riguarda l'essere umano, questo significa che l'esistenza umana non è lo sviluppo di una qualche sostanza preesistente, che non è mai totalmente compiuta. Al contrario, la persona, nel corso della sua esistenza, acquisisce una sostanza che non viene mai completata, perfezionata, compiuta, e resta incompiuta per sempre.

Per Albert Camus, scrittore e filosofo francese, il punto di partenza è il tema dell'assurdità della vita umana, esaminato da tutti i punti di vista nel saggio "Il mito di Sisifo".

Jean-Paul Sartre sosteneva che l'uomo sia fondamentalmente una creatura inautentica, che esso sia stato "abbandonato nel mondo, estraneo alle sue stesse aspirazioni". Nel mondo autentico l'uomo trova l'autenticità dell'esistenza purché faccia una scelta.

"L'etica della Non - Violenza": come ogni etica, la non-violenza ritiene necessario il rifiuto di qualunque violenza. La specificità dell'"etica della non-violenza" del XX secolo sta nel fatto che essa non è solo una teoria, ma anche una pratica sociale. Un esempio dell'unione tra la teoria e la pratica della non-

violenza è l'azione del Mahatma Gandhi per liberare l'India dal colonialismo britannico e della lotta di Martin Luther King per i diritti dei neri negli Stati Uniti .

Così, le idee e i principi di cui abbiamo parlato costituiscono il corpo fondamentale delle idee dell'etica generale. Ma oltre al sistema generale di etica , ci sono anche i sistemi di etica applicata e professionale (il professionista può essere considerato come un tipo specifico di etica applicata) .

La nozione stessa di deontologia professionale è nata molto tempo fa : nei secoli XI - XII , quando negli statuti artigiani del mestiere fecero la loro prima apparizione le esigenze morali dei componenti. E codici di etica professionale tipo "il giuramento di Ippocrate" e le proposizioni morali dei sacerdoti che svolgevano le funzioni giudiziarie erano note anche prima.

“Giuro per Apollo medico e per Asclepio e per Igea e per Panacea e per tutti gli Dei e le Dee, chiamandoli a testimoni che adempirò secondo le mie forze e il mio giudizio questo giuramento e questo patto scritto. Terrò chi mi ha insegnato quest' arte in conto di genitore e dividerò con Lui i miei beni, e se avrà bisogno lo metterò a parte dei miei averi in cambio del debito contratto con Lui, e considererò i suoi figli come fratelli, e insegnerò loro quest'arte se vorranno apprenderla, senza richiedere compensi né patti scritti. Metterò a parte dei precetti e degli insegnamenti orali e di tutto ciò che ho appreso i miei figli del mio maestro e i discepoli che avranno sottoscritto il patto e prestato il giuramento medico e nessun altro. Sceglierò il regime per il bene dei malati secondo le mie forze e il mio giudizio, e mi asterrò dal recar danno e offesa. Non somminerò a nessuno, neppure se richiesto, alcun farmaco mortale, e non prenderò mai un' iniziativa del genere; e neppure fornirò mai a una donna un mezzo per procurare l'aborto. Conserverò pia e pura la mia vita e la mia arte. Non opererò neppure chi soffre di mal della pietra, ma cederò il posto a chi è esperto di questa pratica. In tutte le case che visiterò entrerò per il bene dei malati, astenendomi ad ogni offesa e da ogni danno volontario, e soprattutto da atti sessuali sul corpo delle donne e degli uomini, sia liberi che schiavi. Tutto ciò ch'io vedrò e ascolterò nell'esercizio della mia professione, o anche al di fuori della della professione nei miei contatti con gli uomini, e che non dev'essere riferito ad altri, lo tacerò considerando la cosa segreta. Se adempirò a questo giuramento e non lo tradirò, possa io godere dei frutti della vita e dell' arte, stimato in perpetuo da tutti gli uomini; se lo trasgredirò e spergiurerò, possa toccarmi tutto il contrario.”

L'etica professionale e la deontologia

L'etica professionale è il settore della scienza etica che ricerca le specificità della morale nell'ambito dell'attività professionale. La parola “professione” è di origine latina (da profiteor “mi dichiaro con la mia attività”, “dichiaro i fatti miei”). Per lungo tempo è stata usata solo in relazione ai sacerdoti. Solo nel protestantesimo si comincia a trovare il concetto che “i credenti e i pacifisti devono rapportarsi ai fatti con le stesse norme etiche e con la stessa energia di quelle poste per il servizio di Dio”. Di fatto è in questo periodo che la professionalità inizia a legarsi con l'etica.

L'etica professionale in alcuni casi si chiama anche deontologia professionale o studio dei doveri. Il termine “deontologia” è stato coniato nel 1834 da Jeremy Bentham, uno dei più importanti teorici del liberalismo politico, iniziatore di uno dei filoni più importanti della filosofia inglese, l'utilitarismo. All'inizio questo termine era collegato con lo studio della moralità ma poi si cominciò ad intenderlo come una

delle concezioni della morale (in contrapposizione con l'assiologia, lo studio dei valori del bene) e alla fine come uno dei settori dell'etica.

Oggi sotto il nome di deontologia spesso si intendono gli obblighi morali del professionista ciò che può essere collegato con il pericolo, il rischio, la pressione fisica e psichica, e così via, mentre con il termine etica applicata, o problemi applicativi, si intendono questioni di teoria della morale dell'attività professionale, in relazione a situazioni imprevedibili, che si presentano nella pratica di certi specialisti. L'etica professionale è un concetto piuttosto ampio, dal momento che accanto agli aspetti applicativi e deontologici propone precise norme sia all'interno dell'ambito professionale, che anche fuori dal lavoro. In altri termini, fin dall'inizio del suo percorso formativo la persona deve essere in grado di conoscere gli scopi morali della sua professione, capire la propria responsabilità e la sua credibilità nella società.

Domande di verifica

1 che cos'è l'etica?

2 specificate la "regola d'oro dell'etica" e spiegate come la intendete

3 in cosa consiste la sostanza dell'imperativo categorico di Kant?

4 Come intendete il concetto di Socrate: "essere saggio ed essere morale" è la stessa cosa della immoralità e un tipo di follia?

5 Quando sono comparsi i primi codici di etica professionale e con quale scopo sono stati realizzati?

capitolo 2.

Le origini del problema dell'etica nella comunità dei giornalisti

E' da moltissimo tempo che tra i giornalisti si discute su ciò che i colleghi dovrebbero o non dovrebbero fare. Purtroppo, nella percezione della società si è rafforzata la convinzione che quella del giornalista sia la seconda "professione più antica del mondo". Non c'è da meravigliarsi: da sempre le nostre "penne" sono state oggetto di compravendita, allo scopo di diffondere informazione utile a questo o a quello. Non furono solo singole persone a sollevare il tema della necessità per i giornalisti di darsi delle limitazioni, e di porre regole di lavoro specifiche per questa professione. Va ricordato che la prima legge al mondo sulla libertà di stampa fu adottata in Svezia nel 1766. Questa legge dava ai colleghi la libertà di scrivere di tutto, con rarissime eccezioni. La società svedese, nel tentativo di costruire uno stato democratico, riteneva d'obbligo non tenere nascosto nulla ai cittadini. E i colleghi giornalisti, comprensibilmente, se ne approfittavano, molto spesso senza curarsi di basare il loro comportamento su principi di etica professionale, principi che peraltro a quel tempo non erano ancora stati formalizzati ed esplicitati. A un certo punto, però, la società si rese conto di essere stufo di quella illimitata libertà di parola e

dell'impunità dei giornalisti. La questione fu affrontata dall'ombudsman per i problemi della stampa, in carica in quel momento, Ula Sigvardson, che, dopo avere accuratamente studiato il problema, ritenne legittime le proteste. Si aprì, con sempre maggiore intensità, il dibattito su come introdurre norme per la limitazione dei mass media. La comunità dei giornalisti, dal canto suo, non gradiva che si arrivasse a una vera e propria legge, più stringente di quella in vigore, cosicché decisero di fondare un proprio sistema di autoregolamentazione. Per questo bisognava dar vita a un'organismo in grado di coordinare il lavoro dei giornalisti. Per la prima volta al mondo, nel 1916, fu fondato il Consiglio Sociale per gli affari della stampa. Nel 1923 l'associazione dei giornalisti della Svezia realizzò il Codice dell'etica giornalistica, codice di principi etici adottati volontariamente. Ovviamente, da allora ad oggi furono apportate aggiunte, precisazioni e cambiamenti.

Presentiamo qui la parte del codice relativa alle regole di pubblicazione.

Regole di pubblicazione

Fornite un'informazione credibile

1. Il ruolo esercitato dai mass media nella società contemporanea e la fiducia che la società ripone in loro società esige che in essi vengano riportate notizie corrette, che tengano conto di tutti i possibili punti di vista.

2. Mantenete un rapporto critico con le fonti d'informazione. Verificate i dati con la massima cura consentita dalle circostanze, perfino nel caso in cui quegli stessi dati siano già stati pubblicati. Fornite una precisa distinzione dei fatti dai commenti

3. I titoli e gli occhielli degli articoli devono rispecchiare il contenuto dei relativi articoli e reportage

4. Verificate l'autenticità delle fotografie. Controllate attentamente le illustrazioni e i grafici e il loro utilizzo nel corretto contesto.

Non sottraetevi alla discussione.

5. Gli errori relativi a fatti reali vanno immediatamente corretti. A chiunque voglia fare una denuncia, avendone il diritto, va data la possibilità di esercitarlo legalmente. Bisogna pubblicare correzioni e rettifiche senza perdere tempo e in una forma tale che qualunque lettore possa notarle. Va ricordato che non sempre una rettifica richiede il commento delle redazioni.

6. Pubblicate immediatamente le osservazioni e le censure avanzate al vostro giornale dal Consiglio per le questioni della stampa.

Rispettate il diritto alla non ingerenza nella vita privata

7. Siate attenti quando pubblicate fatti che possono essere ritenuti un'ingerenza nella vita privata dei cittadini. Fatelo solo nel caso di un evidente interesse della società.

8. Siate molto delicati in caso di pubblicazione di notizie su suicidi o tentativi di suicidio, portando rispetto ai sentimenti di parenti e amici e tenendo conto del principio di non ingerenza nella vita privata.

9. Prestate particolare attenzione quando avete a che fare con vittime di violenza e con situazioni tragiche. La pubblicazione dei nomi in questi casi può portare un serio danno morale alle vittime e alle persone loro vicine.

10. Non mettete l'accento sull'appartenenza di razza e nazionalità della persona, sul suo sesso, professione, convinzioni religiose e politiche, a meno che tali particolari non siano necessari al contesto

o al contenuto.

Fate attenzione quando usate le fotografie!

11. Le regole di cui sopra si applicano anche alle fotografie .

12. Il montaggio e il ritocco di foto e didascalie non devono trarre in inganno il lettore e causare malintesi. Non si devono apportare modifiche alle foto o fare fotomontaggi. Lo stesso vale per i materiali d'archivio .

Ascoltate tutte le parti interessate

13 . Date la possibilità di immediata replica alle persone al cui indirizzo sono state rivolte osservazioni critiche. Cercate di presentare le opinioni di tutte le parti interessate. Tenete a mente che l'unico scopo di certe dichiarazioni può essere proprio quello di causare danni a terzi.

14 . Ricordate che, per legge , una persona sospettata di aver commesso un reato è presunta innocente fino a quando la sua colpevolezza non sia pienamente dimostrata dal tribunale. Si deve sempre riportare il verdetto finale del giudice sui casi precedentemente trattati.

Prestate attenzione quando si pubblicano i nomi !

15. Valutate attentamente i possibili effetti dannosi della pubblicazione dei nomi delle persone.

Pubblicate il nome di una persona solo quando l'interesse pubblico lo richieda.

16. Se non è necessario specificare il nome della persona, astenetevi anche dal pubblicare la sua fotografia, così come la menzione di dati che ne consentano il riconoscimento, quali, ad esempio, occupazione, mansione, età, sesso o nazionalità.

17. Tenete a mente che tutta la responsabilità della pubblicazione dei nomi e fotografie ricade sulla persona che le ha rese di pubblico dominio.

I codici etici non sono l'unico meccanismo di regolamentazione. Esistono anche i Consigli per la stampa e l'istituto del news ombudsmen.

Secondo alcuni ricercatori, i primi documenti normativi furono quelli adottati negli Stati Uniti nel 1890, in Galizia nel 1896 e in Svezia intorno all'anno 1900. Tuttavia questi codici non hanno avuto larga diffusione e non sono considerati particolarmente significativi. Nella storia del giornalismo generalmente si ritiene che i codici etici siano nati nel 1910, quando l'Associazione dei redattori del Kansas (USA) adottò un proprio codice.

In Europa il primo importante codice fu la "Carta dei doveri" adottato dall'Unione nazionale dei giornalisti (Syndicat national des journalistes) in Francia nel 1918. Più o meno nello stesso tempo cominciarono ad essere organizzati congressi internazionali di giornalisti. In uno di questi, a Honolulu nel 1921, il giornalista americano James Brown propose di adottare regole internazionali di comportamento del giornalista, da lui stesso elaborate, ma la comunità dei colleghi non le approvò. Ciò nondimeno, questo diede la spinta verso l'adozione di codici nazionali in ogni paese del mondo. Sotto l'influenza dell'idea avanzata alla conferenza di Honolulu, cominciarono ad apparire codici nazionali in Svezia, Brasile, Finlandia e in molti altri paesi. Un documento importante, in cui venivano fissati i principi fondamentali dell'etica giornalistica, fu "i Canoni del giornalismo", adottati dalla Società dei redattori di quotidiani degli USA nel 1923. Poi apparvero altri documenti dello stesso tipo, le cui posizioni fondamentali sono simili.

Oggi, secondo varie fonti, esistono oltre 100 codici nazionali di etica giornalistica in diversi paesi del pianeta.

L'aspetto più importante di tutta questa attività è la motivazione che ne sta alla base: i codici di etica giornalistica sono stati elaborati da giornalisti come reazione alla banalità e al permissivismo dei giornalisti stessi.

I codici prodotti dalla comunità professionale aiutano ad orientarsi nell'attività pratica e obbligano a restare nei limiti dei principi costituiti. E questo non perchè i codici siano più teneri delle leggi. Oggi molte norme della Legge svedese sulla libertà di stampa sono più morbide di quelle contenute nei codici di etica giornalistica. Ad esempio, la legge non proibisce di nominare il cognome delle vittime di una violenza, mentre il Codice è categoricamente contrario.

Nella seconda metà del XX secolo i governi degli stati leader si sono occupati dell'elaborazione di principi di politica delle comunicazioni di massa. Sono stati spinti a farlo sia dalla concentrazione della proprietà e dalla monopolizzazione dei mass media, fenomeno che minaccia di violare il diritto dei cittadini ad avere accesso ad un'informazione credibile, sia per via della crescita esponenziale dei contenuti diffusi dai nuovi media nonché dall'aumento dell'influenza sulla società della stampa, della televisione, di internet. Si impose nella sua più totale pienezza la questione: chi esiste per chi, la società per la stampa o la stampa per la società?

Il primo tentativo di descrizione comparativa della teoria dei mass media fu il lavoro di S. Silbert, T. Peterson e U. Schramm "quattro teorie della stampa", edito negli USA nel 1956. Gli autori definivano il loro approccio "normativo", in quanto non solo cercavano di mostrare come funzionano realmente i mass media nella società, ma anche raccontavano le nuove possibilità e le nuove esigenze in funzione dei criteri rispondenti alle caratteristiche di ciascuna concreta società relativamente alle norme e ai valori. Gli autori dividevano le teorie dei mass media in quattro diverse categorie: autoritarie, libertarie, di responsabilità sociale e i media sovietici. Più tardi queste teorie si svilupparono e si modificarono ad opera di altri autori mantenendo tuttavia posizioni simili.

Domande di autoverifica

1 Quali sono le motivazioni fondamentali per la costituzione dei primi codici etici?

2 In quali paesi furono adottati i primi documenti che contenevano norme etiche tra i principi del giornalismo ?

3 Citate i primi rappresentanti della professione, che si dichiararono per la necessità di scrivere "come dicono Dio e la coscienza"

4 Che cos'è l'etica professionale del giornalista?

Capitolo 3 - che cos'è l'autoregolamentazione?

Definizioni

Esistono diverse formulazioni del concetto di autoregolamentazione. Una prima definizione è la seguente: "l'autoregolamentazione dei mass media è un sistema indipendente dallo Stato, capace di garantire la responsabilità sociale dei mezzi d'informazione, ossia la responsabilità sulla loro attività non di fronte allo stato, regolamentata per legge, ma nei confronti della società, sulla base delle norme etiche"

C'è poi un'altra formulazione, più articolata: "l'autoregolamentazione dei media è il risultato dello sforzo collettivo della comunità dei professionisti che operano nei mass media stessi, capace di definire su base volontaria i principi che governano il lavoro delle redazioni, nonché l'osservanza di tali principi nell'ambito di un sistema informativo aperto alla società. I mass media indipendenti si assumono così la responsabilità della qualità del pubblico dibattito nel proprio paese e nel contempo della tutela dell'autonomia della redazione quanto alla sua presentazione ed esposizione"

I modi di considerare il problema dell'autoregolamentazione sono dunque diversi ed esistono quindi diversi approcci, almeno tre.

Approccio n°1.

L'autoregolamentazione è uno strumento d'azione esclusivamente volontario (ossia è espressione della libera volontà dei giornalisti).

Non sono ammessi tentativi di vincolare dall'alto i mass media o di promuovere per via legislativa la costituzione di organi di autoregolamentazione.

Approccio n° 2

In questo caso invece viene presa in considerazione la possibilità della cosiddetta "autoregolamentazione per via legislativa": i mass media si obbligano per legge a costituire organi di autoregolamentazione

Approccio n°3.

Una "carcassa legislativa", ossia una "legge quadro". La legge sulla stampa, in questo caso, contiene i principi generali del concetto di autoregolamentazione, con lo scopo di dettagliarli successivamente nella gestione pratica, nei codici di etica professionale e in altri istituti di autoregolamentazione del mass media. La legge in tal caso non impone, ma concede alla società, alle associazioni della società civile, e ai mass media, il diritto di costituire organi di autoregolamentazione su base volontaria.

Autoregolamentazione e forma di governo

Va detto che ognuno di questi approcci non si regge autonomamente, ma dipende da una serie di fattori: la forma di governo dello Stato, il livello di sviluppo delle istituzioni democratiche, le effettive caratteristiche storico culturali e morali della società e dello Stato. E' del tutto evidente che in un paese con una forma autoritaria di governo, tipo l'Unione Sovietica, non si parlava e non si poteva parlare di autoregolamentazione. Se però osserviamo come si sono mossi i paesi con una forma di governo democratica, va detto che gli Stati Uniti e l'Inghilterra sono arrivati ultimi. E' infatti l'Europa continentale la vera patria dell'autoregolamentazione volontaria dei mass media.

Il primo organo di autoregolamentazione in Europa è quello che fu costituito in Svezia nel 1916 - il Consiglio per la questioni della stampa – tuttora funzionante, e che attualmente consta di sei membri: tre rappresentanti della società civile (tra cui il presidente del consiglio, che deve essere un membro del tribunale amministrativo superiore della Svezia) e tre rappresentanti della stampa (uno per ciascuna organizzazione fondatrice del Consiglio: l'associazione degli editori di quotidiani, l'Unione dei giornalisti e il Club Nazionale della Stampa).

Il Consiglio per le questioni della stampa è chiamato a esercitare l'osservanza, da parte dei mezzi d'informazione, dei principi etici nella loro relazione con i privati cittadini.

Tutta l'attività del Consiglio è su base volontaria, ma nonostante ciò esercita una forte autorità sugli editori dei giornali. Ad assicurare l'indipendenza di questo organismo è l'autofinanziamento: le entrate del Consiglio provengono non solo dall'Unione dei Giornalisti, ma anche dalle multe pagate dalle imprese editoriali quando perdono le cause legali.

E' opinione comune che il Consiglio per le questioni della stampa della Svezia, insieme a quelli della Norvegia e dell'Olanda, siano i più efficienti d'Europa. Perché? Secondo l'opinione del giornale "Legislazione e pratica dei mass-media", la risposta a questa domanda sta nella compresenza di diversi fattori, primo fra tutti la modalità di composizione degli organismi. Secondo i dati del giornale (gli ultimi sono del 2008) tutti i Consigli per le questioni della stampa in Europa (con l'eccezione dell'Austria e della Germania) sono infatti composti da rappresentanti della stampa (giornalisti) e da rappresentanti della società civile insieme.

composizione

Il numero dei rappresentanti dei mass media e della società civile nel Consiglio è mediamente sempre lo stesso (In Olanda, dei 16 membri del Consiglio 8 sono giornalisti e 8 non giornalisti, in Norvegia dei 7 membri 4 rappresentano gli interessi della carta stampata e 3 della società civile, in Svezia dei 6, 3 vengono dai giornali e 3 dalla società). Lo scopo di tale composizione è evidente: il controllo sociale, che rappresenta una garanzia di obiettività quando vengono analizzate lamentele e controversie in cui è coinvolta la stampa, serve anche da contrappeso alle prese di posizione dei giornalisti, chiamati a giudicare i loro colleghi. Proprio a causa della presenza dell' "occhio vigile della società" nella conduzione dell'attività dei consigli e dell'analisi delle lagnanze nei confronti della stampa, gli organi di autoregolamentazione esercitano una grande autorità presso lo stato e la società.

Parlando della composizione degli organi di autoregolamentazione dei media, va inoltre rilevata una particolarità molto importante, presente nei Consigli per le questioni della stampa della Svezia, dell'Olanda e anche dell'Australia: i presidenti dei Consigli in questi Paesi devono essere giuristi.

In Svezia, ad esempio, il Consiglio è guidato da giudici di Corte d'appello o del tribunale amministrativo superiore. In Olanda, a fianco del presidente c'è il segretario del Consiglio, che deve avere una formazione giuridica.

La partecipazione dei giuristi è una garanzia aggiuntiva (oltre al controllo della società) dell'efficacia del lavoro degli organi di autocontrollo. I giuristi, partecipando all'attività degli organi di autoregolamentazione, spesso usano l'esperienza professionale nel campo del diritto per la soluzione delle liti e dei conflitti coi media basati su norme etico - morali e aziendali. Così, ad esempio, il Consiglio olandese per la stampa non delibera soltanto sulla base di strumenti regolativi già esistenti, ma stabilisce anche nuovi standard, che vengono via via accolti come norma.

sanzioni

Gli organi di autoregolamentazione dei diversi paesi hanno molto in comune. Le sanzioni, nel caso si perda la causa, nella maggior parte dei casi sono simili. I Consigli per gli affari della stampa possono obbligare il giornale a pubblicare le conclusioni e/o la sentenza. "I quotidiani hanno interesse a che siano rese pubbliche gli esiti e le sentenze, anche se negative, perchè desiderano mantenere la loro presenza nell'associazione o nel Consiglio, salvaguardare la loro reputazione e convincere la società del fatto che essi rispettano le regole del gioco."

E' interessante l'esperienza d'assunzione della responsabilità sociale in Danimarca e in Svezia. "In questi Paesi, oltre alla pubblicazione obbligata della sentenza negativa e delle conclusioni dell'indagine, può essere anche comminata una multa al giornale "colpevole". In Svezia, la multa può superare anche i 2000 euro. Sia in Danimarca che in Svezia "le multe entrano a far parte del reddito del Consiglio, e in tal modo rappresentano una fonte aggiuntiva di finanziamento dell'attività degli organi di autoregolamentazione e un ulteriore stimolo alla rapida e efficace analisi delle questioni e all'assunzione di una decisione obiettiva".

In Svezia vige la tradizione per cui i querelanti (perfino quelli che vincono la causa presso il Consiglio, ma non si ritengono soddisfatti delle sanzioni) citano nelle loro arringhe le sentenze degli organi di autoregolamentazione dei mass media. E a loro volta i giudici fondano le loro sentenze sui principi etici e sulle idee del Consiglio. Questa situazione, ovviamente, preoccupa i giornalisti, dal momento che le conseguenze provenienti da una struttura nata su base volontaria e finanziata dagli stessi mass media, si ripercuotono poi su di loro e contro di loro. Proprio per questo la maggior parte dei consigli nazionali per le questioni della stampa "cerca di sconsigliare i querelanti ad adire al tribunale per le loro controversie, in modo da evitare che il lavoro stesso del Consiglio perda di valore e di efficacia, tanto che poi la stampa finisca per ignorare le sue sentenze". A questo proposito, è significativa l'esperienza del Consiglio australiano per le questioni della stampa: il Consiglio, preoccupato di conservare e possibilmente aumentare la sua autorità, richiede a chi avanza una lamentela di presentare una dichiarazione che li impegna a non rivolgersi al tribunale nel caso in cui ritengano insoddisfacente l'esito della causa.

Interessante è poi la modalità di finanziamento degli organi di autoregolamentazione. Le spese sono prevalentemente coperte dalle associazioni e dalle unioni della stampa, tranne che in Svezia e

Danimarca, dove nel budget entrano anche le multe pagate dalla parte soccombente in giudizio. In altri casi, come ad esempio in Canada, è il querelante stesso ad assumersi tutto l'onere delle spese relative all'esame delle controversie.

Indipendentemente dagli usi adottati dall'uno o dall'altro Paese, in Europa questi organi operano sulla base dell'autoregolamentazione, il che senza dubbio rappresenta una delle condizioni più importanti per l'indipendenza di questi organismi.

domande

che cos'è l'autoregolamentazione dei mass media?

ritenete efficaci le che possono venire assunte in caso di infrazioni ai principi etici nei vari Stati?

quale dev'essere a vostro parere la composizione degli organi di autoregolamentazione?

Capitolo 4

I codici redazionali come approccio all'autoregolamentazione, il caso della Bielorussia

Primi esempi di realizzazione di codici redazionali in Bielorussia

Lo sviluppo di un giornalismo di qualità passa anche attraverso processi che consentono di aumentare la consapevolezza della categoria. Questo in particolare in aree dell'Europa in cui per ragioni storiche, poco si è discusso di autoregolamentazione dei giornalisti. Ci riferiamo ai Paesi dell'ex Unione Sovietica, e in specifico alla Bielorussia, dove è in atto da pochi decenni un processo, non semplice, di evoluzione e crescita dell'interesse nei confronti di queste tematiche. In Bielorussia le modalità di gestione della cosa pubblica in vecchio stile sovietico convivono faticosamente con modalità "democratiche" e "di mercato". Si tratta di un caso significativo per comprendere, anche nell'Occidente "avanzato", la fatica di svecchiare le antiche impostazioni e di introdurre modalità affini a quelle dei Paesi di "antica democrazia", in stile "europeo". Il risultato è che in Bielorussia nel mondo dell'informazione convivono due sistemi e due approcci, quello dei media di Stato - i cui giornalisti aderiscono alla Baj (Associazione dei giornalisti bielorussi) - e quello dei media "indipendenti", o meglio "non di Stato", i cui giornalisti aderiscono alla Bsj Unione dei giornalisti bielorussi. Il tentativo in atto di introdurre ed esplicitare norme etiche, elaborate e assunte volontariamente e autonomamente dai giornalisti stessi non solo è politicamente importante ma fornisce altresì un quadro generale di come dovrebbero comportarsi le redazioni tout court, non solo in un singolo Paese. I principi infatti sono generali e riguardano la professione in quanto tale. (in nota dettaglio sulla differenza tra media stali e non statali e relative associazioni tra giornalisti)

Differenza tra Baj (Associazione Bielorussa dei giornalisti) e Bsj (Unione Bielorussa dei giornalisti)

L'Unione pubblica "Associazione Bielorussa dei giornalisti" (Baj) è un'associazione pubblica volontaria, non statale, di cittadini che si occupano di giornalismo professionale o che contribuiscono al suo sviluppo. La Baj è nata nel 1995.

L'organizzazione conta oltre 1000 persone, provenienti prevalentemente da giornalisti che lavorano nei media non statali (privati). Ciò che la distingue dall'altra associazione tra giornalisti, l'Unione Bielorussa dei giornalisti - è che di quest'ultima fanno parte i giornalisti dei media statali. Sommando l'una e l'altra associazione, gli iscritti sono oltre 2000.

Bisogna notare che la suddivisione radicale tra media statali e non statali è cominciata in Bielorussia con l'avvento al potere nel 1994 di Aleksandr Lukashenko. Fino a quel tempo, parallelamente ai grandi media di partito esistenti dai tempi sovietici, editati sotto il patronage dell'onnipotente comitato centrale del partito della Bielorussia (Svezdà, Sovetskaja Belorusja, Selskaja gazeta), sono comparsi media i cui proprietari erano dei privati: "belorusskaja delovaja gazeta" (quotidiano d'affari della Bielorussia); svobodnye novosti ("notizie libere"); Pagonja ("ricerca"), e altre, che sono sviluppate abbastanza vivacemente e si sono guadagnati alte tirature. Così, "svobodnye novosti" a quell'epoca aveva una tiratura di circa 100000 copie, e competeva attivamente con la "Belorusskaja delovaja gazeta".

Con l'arrivo al potere di Aleksandr Lukashenko, ai tempi della sua prima campagna elettorale che sbandierava la libertà di parola ("Tutti i giornalisti saranno liberi!!!") la situazione è cambiata radicalmente. Dopo appena pochi mesi furono pronunciate le parole - poi diventate famose - sui giornalisti "onesti" e "disonesti". Cioè, per "onesti" si intende quelli che sostengono Lukashenko e per "disonesti", naturalmente, quelli che non lo sostengono. E il nuovo potere con sempre maggiore decisione cominciò a mettere sotto controllo i media. Fu data così la priorità ai vecchi media di partito, i quali, trovandosi senza più potenti protettori (che nei tempi sovietici aveva pieni poteri) e senza stabile finanziamento statale, si sentivano del tutto impotenti. Essi quindi ben volentieri ritornarono sotto l'ala del nuovo potere. Ma il nuovo potere cominciò ad intendersi solo con loro, e non voleva più servire agli interessi di quelli editi da privati, e con i nuovi partiti politici che all'epoca stavano sorgendo. Sorsero problemi con i sopracitati media non statali, parte dei quali fu chiusa, sia per decisione del tribunale che senza. Non ricevevano sostegni dallo stato, solo per loro furono fissati prezzi più alti per la carta, veniva reso difficile l'accesso alle informazioni, in particolare da parte dei dipendenti dello Stato. Come avveniva in precedenza con i giornali di partito, i media "statali" considerati praticamente uffici dell'amministrazione del presidente ad esempio, (Sovetskaja Belorusja, allora e tuttora hanno accesso al finanziamento statale, hanno stabili esenzioni fiscali, ed altri benefici. Inoltre, è lo stesso capo dello stato o le persone da lui nominate, che assume i redattori di questi media (compresa la televisione, altrettanto statale) definisce le esenzioni fiscali, detta la politica informativa. Cioè, siamo costretti a constatare: sostanzialmente i media statali nella Bielorussia di oggi non sono nient'altro che la proprietà privata di una sola persona.

Per questo, ad esempio, prima delle elezioni presidenziali del 2010 tutti senza eccezione i media statali hanno lavorato esclusivamente ad uso del presidente in carica. Per quanto riguarda i suoi oppositori, i pezzi su di loro - sempre che ce ne fossero - erano esclusivamente negativi.

In queste condizioni emerse la necessità evidente per i giornalisti di costituire una propria organizzazione, in grado di rappresentare gli interessi dei media non statali.

In questo modo, accanto all'Unione dei giornalisti della Repubblica Sovietica di Bielorussia esistente dalla metà degli anni 50 dello scorso secolo (in pratica, una filiale dell'Unione dei giornalisti dell'Urss) nell'autunno 1995 da un gruppo di entusiasti fu fondata l'Associazione Bielorussa dei giornalisti (Baj).

Scopi e compiti fondamentali sono simili in entrambe le organizzazioni. Citiamo dallo statuto: lo scopo della Baj è: "la cooperazione per la realizzazione dei diritti civili, economici, sociali, culturali e professionali e degli interessi legittimi dei membri dell'organizzazione, la loro formazione e crescita della capacità professionale, la realizzazione delle condizioni per ottenere la libertà di parola e di stampa, diritto a ricevere senza ostacoli, conservare e diffondere l'informazione" (Art 2.1.1. dello statuto Baj)

Citiamo gli scopi e i compiti nello statuto dell'Unione dei giornalisti bielorussi: "la cooperazione multilaterale per la costituzione e la realizzazione dei principi della libertà di parola e di stampa, il rafforzamento della base normativa dell'attività di tutte le parti che operano nel processo informativo. La partecipazione attiva alla costituzione delle condizioni necessarie al funzionamento dei mezzi di informazione

di massa della Bielorussia, il rafforzamento e lo sviluppo della loro base materiale e finanziaria, raggiungimento di un alto livello professionale". (statuto dell'Unione dei giornalisti bielorussi).

La Baj è socio associato della Federazione internazionale dei giornalisti. La differenza esistente tra i membri di queste organizzazioni è del tutto evidente: l'Unione ha un ufficio completo, l'Associazione una stanzetta in mansarda. L'Unione ogni tanto ha qualche problema con i poteri, la Baj li ha perennemente. L'Unione preferisce non intervenire a favore dei suoi membri, l'Associazione prende quotidianamente le difese di giornalisti cacciati via, si appella ai poteri e alle organizzazioni internazionali... Il tentativo di organizzare un lavoro comune in una qualsiasi direzione, riesce davvero male.

Una delle prime espressioni pubbliche dell'autoregolamentazione dei mass media è il tentativo di lotta per un giornalismo di qualità intrapreso dall'associazione dei giornalisti in Bielorussia. Il lavoro è appena cominciato e non è ancora chiara la direzione che prenderà, ma già i primi risultati ci sono. Ad esempio è in atto il tentativo di dettare formule per le politiche redazionali nei media locali non di Stato. Esiste già una pubblicazione della BAJ (Associazione dei Giornalisti Bielorussi) dal titolo "la politica redazionale: manuale per redattori e giornalisti". Il manuale presenta pubblicamente i principi del lavoro della redazione, la modalità di preparazione dei pezzi (di cosa scriviamo, come, di chi, e che cosa non scriviamo) e d'interrelazione tra giornalisti e proprietari. Ciò è la garanzia del fatto che i giornalisti non si trasformino in PR, pubblicitari, addetti stampa di politici, businessman e che il giornale preferito non cambi colore, e si orienti di preferenza sui pettegolezzi e sulle voci sulla vita delle star"

Questo tentativo, che parte non solo dalla categoria dei giornalisti nel suo complesso ma anche dalle singole redazioni, di dichiarare i propri principi etici, è un evidente passo avanti. In realtà le cose non sono così semplici. L'autore del succitato manuale scrive: "la dichiarazione pubblica della politica redazionale dà garanzie rispetto all'assenza di qualunque censura politica, economica, o altro, da parte dell'editore del giornale, in cambio di un lavoro di buona qualità professionale da parte dei giornalisti. In altre parole, la politica redazionale pubblicamente dichiarata da parte di giornali, radio o televisioni, è la garanzia della libertà professionale del giornalista e nel contempo della qualità del prodotto giornalistico, che arriva prima sul tavolo del caporedattore e poi sulle pagine del quotidiano o nell'etere o nel web"

La vita reale esige dal proprietario e dai redattori dei media non statali d'essere capaci di guadagnare soldi, dimodochè, nell'attuale situazione di disamore da parte del potere e di mancanza di sostegno economicidi mantenere il suo personale. Per i media statali è più facile: secondo i dati della stessa BAJ, nei media statali nel 2014 la spesa per la pubblicazione di giornali ammonta a circa 52 milioni € e a 42 milioni € per radio e televisione.

Ciononostante, i media di stato sono messi male economicamente e il potere si sta inventando l'idea di procedere a un "restauro cosmetico" di questa piramide, tentando di mettere insieme i giornali centrali e locali in delle "media holding".

Per i giornali non statali, comunque le prospettive sono oscure. Per loro ogni pubblicità è un regalo, e ogni accordo con il mondo del business è la salvezza. Il che significa che il puro e semplice principio etico per un giornalista non statale non può valere.

Ma tuttavia...

Presentiamo qui il manifesto redazionale del quotidiano regionale "Z": è breve e vale la pena di citarlo per intero.

“Opinioni e pubblicità. La responsabilità che abbiamo verso i cittadini richiede precisione nel lavoro e non ammette che il materiale prodotto dalla redazione sia condizionato dagli interessi privati o commerciali di terzi o dagli interessi economici personali dei giornalisti.

Allo scopo di mantenere la credibilità del quotidiano, teniamo distinte le notizie dai commenti.

Intendiamo dare spazio alle opinioni più diverse. Il nostro compito è che tutte le parti coinvolte negli eventi esprimano le loro opinioni. Inoltre, separiamo le notizie dalla pubblicità e dalle altre pubblicazioni a pagamento. E in ogni caso siamo attenti a distinguere il risultato del lavoro dei giornalisti da quello dell'ufficio pubblicità. Per noi la fiducia del lettore è un capitale di valore pari a quello del denaro ricevuto dalla vendita di pubblicità. I comunicati stampa inviati da organi dello Stato, da partiti, unioni, associazioni e altri gruppi di interesse, vengono pubblicati tal quali, senza rielaborazione redazionale e quindi mantengono tutto il loro significato originario.

"Z" non asfalterà la vostra strada, non cambierà la lampadina nell'atrio della vostra casa, non voterà alle elezioni al posto vostro. Per questo esistono altre strutture e altre organizzazioni. "Z" è una risorsa informativa. Siamo pronti a raccogliere l'informazione e riferirla, siamo pronti a fungere da intermediari nello scambio di informazioni. Siamo aperti alla comunicazione.

Professionalità e leggi.

Noi studiamo e cambiamo costantemente, per restare al vertice della vita della della società, come si conviene a dei professionisti. Nella nostra etica professionale è ricompreso il sostegno al prestigio del quotidiano sia rispetto ai principi morali della società sia a quelli della Costituzione e delle leggi costituzionali. La Costituzione assicura la libertà di parola, la libertà di assunzione e diffusione delle informazioni, garantisce la libertà dei mass media e sottolinea il divieto di censura. E' possibile limitare la libertà di stampa solo nei casi consentiti dalla Costituzione. Il quotidiano e il suo personale obbediscono alle leggi, che sono valide per tutti. Noi sappiamo che non sono ammesse discriminazioni a causa del proprio sesso, o dell'appartenenza a qualunque gruppo razziale, etnico, religioso, sociale o nazionale. La parola spetta al lettore. Noi riteniamo che al lettore debba essere data la possibilità di esprimere la propria opinione e partecipare così alla costruzione di idee sulla società tramite la loro pubblicazione in forma scritta, sempre che a ciò siano adatte per forma e contenuto. La pubblicazione delle lettere dei lettori è soggetta a i principi generali della pubblicistica, ossia all'obbligo da parte del giornalista di osservare la regola dell'esattezza e precisione del suo lavoro. La pubblicazione nella posta dei lettori di testi inventati di sana pianta non si concilia con i compiti di un quotidiano. Noi siamo assolutamente lontani dall'intenzione di insegnare qualcosa a qualcuno. Riteniamo che il lettore sia sufficientemente intelligente per comprendere l'informazione che diamo e trarne le proprie conclusioni. Tutte le lettere che arrivano in redazione sono coperta dal segreto redazionale.

Per la produzione degli articoli del quotidiano ricordiamo:

- il giornale è una pubblicazione regionale e una parte fondamentale di quanto viene stampato riguarda tematiche locali
- al centro dell'attenzione ci sono le persone concrete, che il quotidiano può aiutare offrendo

un'informazione che rispecchia punti di vista diversi, sociali e storico culturali, nonché consulenza, offrendo così spunti per il dibattito e la libera discussione pubblica.

Noi apprezziamo:

efficienza e attualità

correttezza e assenza di pregiudizi

nuovi punti di vista ed idee

originalità e interesse

Noi teniamo in gran conto il vostro tempo, quindi cerchiamo di fare dei pezzi che i lettori possano capire facilmente.

Noi osserviamo questi principi:

verità - mettiamo i puntini sulle "i" con il sostegno di fatti e argomenti credibili.

Obiettività - non concediamo spazio allo scandalismo, perché non spetta al giornalista evidenziare gli aspetti emotivi quando essi sono già presenti nelle persone e negli eventi stessi che egli racconta.

Inoltre proponiamo al lettore punti di vista alternativi sui problemi che interessano gli abitanti della territorio.

Separazione dei fatti dal commento, cosa che dà al lettore piena informazione e diritto di trarre le proprie conclusioni.

Rispetto e tolleranza - ossia non toccare l'onore e la dignità della persona indipendentemente dal suo status sociale o dalla posizione come cittadino, non consentire accuse infondate. Tentiamo di far passare valori, come il rispetto del pensiero altrui, la tolleranza, l'intelligenza.

Libertà e responsabilità - Scriviamo i pezzi secondo la nostra coscienza e convinzioni, informiamo i lettori e non li condizioniamo psicologicamente, e instilliamo nelle loro anime impulsi costruttivi, non distruttivi".

Allora: obiettività, separazione dei fatti dai commenti, rispetto e tolleranza, libertà e responsabilità. Sono, in varie forme ed espressioni, gli stessi principi che avevano posto i fondatori dei primi codici etici. E pur in condizioni di scarso finanziamento e di assenza di sostegno statale, essi risultano importanti per i nostri colleghi e sono di orientamento nel loro difficile lavoro.

Val la pena di presentare anche un altro documento, fatto nel contesto della battaglia per il giornalismo di qualità. Anch'esso proviene da un giornale locale e vale la pena leggerlo per intero:

Principi di politica redazionale del sito "N"

L'attività del nostro sito di informazione si basa su alti standard giornalistici ed etici, fissati nei principi internazionali dell'etica professionale del giornalismo nonché dalla Dichiarazione dei principi di etica della "Associazione Bielorussa dei giornalisti"

i nostri standard sono:

credibilità e esattezza.

Usiamo informazioni provenienti da fonti affidabili, dopo averle attentamente verificate; imparzialità ed equilibrio. Noi teniamo il punto di vista personale dei giornalisti e capiredattori fuori dall'ambito dei nostri servizi. Quando i punti di vista sono diversi, diamo la parola a tutti coloro che fanno parte del conflitto.

- indipendenza, Noi diamo le notizie tali e quali come sono, senza dar spazio a gruppi e persone che vorrebbero influire sul nostro lavoro.

- manleva del danno. Non pubblichiamo articoli che contengono espressioni offensive, incitamento alla discriminazione etnica e religiosa, che vadano contro la legge bielorusa e internazionale, e anche al codice etico della Associazione Bielorusa dei giornalisti.

I giornalisti:

1 illustrano gli avvenimenti onestamente e pienamente, possibilmente raccontando tutti i fatti accaduti e riportando non meno di due posizioni diverse sul problema.

2 non consentono che il tono dei loro articoli sia influenzato da rappresentanti di partiti politici o gruppi economici

3 In caso di insorgenza di conflitto d'interesse nella fattura degli articoli, legati a circostanze personali o famigliari, si rifiutano di intervenire sull'argomento

4 adottano la massima cautela nel raccontare fatti di violenza, reati, tragedie personali

Evitano l'eccesso di disinvoltura nel riportare eventi tragici. Non pubblicano foto di vittime di reati senza il loro consenso.

5 Rispettano il diritto legale della persona alla vita privata. Distinguono l'interesse personale e professionale del giornalismo dall'interesse della società.

6 Quando espongono fatti legati ai problemi delle minoranze, evitano il linguaggio dell'odio e della discriminazione.

7 Non pubblicano interviste e fotografie di minorenni senza consenso dei loro rappresentanti legali.

8 Proteggono le loro fonti di informazione

Nel confronto tra i due documenti, si può osservare come soprattutto il manifesto del quotidiano "Z" sottolinei alcuni punti più concreti rispetto ad "N", più teorico, quanto a spiegazione dei principi etici nella concretezza del lavoro redazionale.

Leggiamo:

"la nostra etica professionale include in se' il sostegno al prestigio del giornale nell'ambito dei principi morali socialmente accettati nonchè della Costituzione della Bielorussia e della leggi che rispondono alla Costituzione". Questa frase intende sottolineare la presa di distanza dei giornalisti dalle leggi "che non rispondono alla Costituzione" in un contesto statale che tende a imporre un'ideologia unica. In un simile contesto, esplicitare questo principio non è un esercizio teorico ma l'affermazione di un esercizio non facile nella pratica, e che richiede coraggio.

Anche affermazioni come "Il giornale è regionale e una parte fondamentale del materiale pubblicato è orientato a tematiche locali" sono significative, sempre nel contesto bielorusso, perchè i giornali locali non di stato possono - se ne hanno il coraggio - approfondire temi e scavare dentro.

Un esempio significativo è quanto avvenne nei primi anni duemila, al giornale “X” poi chiuso dal potere, che decise di pubblicare una serie di pezzi relativi alla vicenda dell’Esercito di Kraiowa, organizzazione clandestina armata, che operò sul territorio polacco occupato dalla Germania nazista e su una parte del territorio dell’ex URSS (Bielorussia, Ucraina, Lituania). Trattandosi di un giornale locale, erano molti i lettori che avevano avuto padri e fratelli maggiori tra i combattenti di quella organizzazione, per cui la pubblicazione di questa inchiesta ebbe una fortissima eco. Arrivarono lettere, ricordi... Persone, che nei tempi del potere sovietico erano stati etichettati come puri e semplici banditi, ebbero la possibilità di esprimersi e furono grati al giornale per questa opportunità. La sua tiratura lievitò.

Un elemento importante che distingue i codici assunti da singole redazioni locali da quelli nazionali o internazionali, che riguardano i massimi sistemi, è quello relativo alla questione della legittimità etica di concordare con gli intervistati il testo dell’intervista.

Su questo tema esiste un memorandum prodotto dai giornalisti del “New York Times”, (comparso in giornali europei nel 2012) dove si diceva: “la pratica di mettersi d’accordo sul testo di un’intervista comporta il rischio che i lettori ricevano un effetto errato, dal momento che consentiamo all’interlocutore un eccesso di controllo su quanto scriviamo. Solo in situazioni eccezionali concediamo all’ufficio stampa l’ingerenza sul testo. Intendiamo introdurre delle regole un po’ più chiare su questo tipo di situazioni”.

Secondo queste regole, i giornalisti del New York Times possono rifiutarsi di concordare il testo, perfino quando da ciò dipenda l’accettazione dell’intervista stessa.

Jil Abramson, redattore del New York Times, commenta così il memorandum: “Noi vorremmo che non venisse buttato via niente dai nostri testi e non venisse cambiato nulla. E che non vi venga aggiunta nemmeno una frase in forma di dichiarazione. Sappiamo che in questo modo perdiamo una serie di potenziali interlocutori, ma se si continua nella pratica di concordare i testi, finisce che le nostre fonti si metteranno a controllarci e manipolarci”...

Il giornalista polacco Petr Naishtup, nel commento a un articolo, scrive: “Sono contrario all’accordo sul testo. La responsabilità del giornalista o c’è o non c’è. Bisogna dare al giornalista l’opportunità di assumersi la responsabilità delle sue parole. Per questo io non accetto di concordare i testi. E’ molto semplice: se quanto ho detto è molto diverso da quello che c’è scritto, io con quel giornalista non parlo più. Se vengono apportati grossi cambiamenti al testo, significa che qualcuno ritiene non serio il mio lavoro”

I giornalisti americani sono sempre stati all’avanguardia, dando le regole della professione giornalistica, e un enorme contributo alla teoria dei generi, elaborando sulla base della pratica redazionale la teoria dell’etica professionale. Inoltre sono stati i primi ad adottare e sviluppare le nuove tecnologie, e a parlare dell’impossibilità di un giornalismo obiettivo.

In questo caso sono stati proprio i giornalisti del New York Times a proporre una buona soluzione per un problema dibattuto da tempo. Perché a ogni professionista è noto che in caso di accordo sull'intervista quasi sempre si perde di acutezza, e insieme a questa si perde il senso stesso del pubblicarla. L'intervistato, sapendo di poter leggere il risultato in anticipo, si mette a parlare secondo gli standard dei discorsi alle riunioni di partito.

Inoltre, "la pratica dell'accordo sui testi ha fatto sì che le nostre fonti siano diventate sempre più desiderose di controllarci e manipolarci": in questa frase c'è materia per le redazioni per pensare ad elaborare la propria politica redazionale e per fondarla prima di tutto sulla responsabilità dei giornalisti: esiste o non esiste questa responsabilità?. E' giusto trasferire la responsabilità dei testi sull'intervistato o sull'addetto stampa che spesso "ritocca" le domande e "stira" le risposte dei suoi capi...?

Un piccolo codice etico redazionale può risolvere questi problemi, un codice che contenga gli assunti fondamentali, tra cui quello di non consegnare i testi per l'approvazione, salvo in quei casi in cui si ha a che fare con specifiche terminologie professionali.

Perché la responsabilità del giornalista o c'è o non c'è!

Domande di verifica

- 1- la vostra opinione: sono necessari i codici etici interni della redazione ? Che cosa sono in che cosa differiscono da quelli generali nazionali?
2. Ritenete giusta la decisione del New York Times di rifiutare di concordare le 'interviste?
- 3 come dovrebbe essere il codice etico della vostra redazione se foste un redattore?

capitolo 5 -

Il news ombudsman: "redattore a difesa dei lettori"

Nei paesi in cui l'autoregolamentazione dei mezzi d'informazione di massa ha intrapreso un cammino irreversibile, la figura più importante è quella del news ombudsman. La definizione che ne dà Google - peraltro corrispondente a quella dell'ormai antico dizionario delle parole sovietiche - è la seguente: "in alcuni Stati, l'ombudsman (dallo svedese ombudsman, in antico norvegese umboðsmaðr "rappresentante") è la persona incaricata di esercitare controllo sull'osservanza dei diritti legali e degli interessi dei cittadini rispetto al modo di agire degli organi del potere esecutivo e dei relativi funzionari. Il denominazioni di tale figura possono variare da un paese all'altro.

Analoga è la definizione di ombudsman su Wikipedia:

Il vocabolario dà la stessa definizione: "persona operante presso il Parlamento, con l'incarico di sorvegliarne l'azione, affinché essa corrisponda alle leggi dello Stato e al rispetto dei diritti dei cittadini. " Non si rilevano quindi differenze nell'interpretazione dei compiti e delle funzioni dell'ombudsman.

Notiamo solo che nella lingua scandinava antica, ombudsman significava "la persona che si occupa di

far togliere neve, ghiaccio e sporco dalle strade, e di far pulire le canne fumarie”....

Non stupisce il fatto che sia stata la Svezia, fin dal 1809, a nominare il primo ombudsman con la funzione di difensore dei diritti dei cittadini. Si trattava di persone incaricate dal governo o dal parlamento di analizzare le lamentele relative al funzionamento delle istituzioni statali. L'ombudsman nel settore dei media in questo paese apparve dopo, quando nella società maturò la necessità di analizzare le lamentele dei cittadini sull'attività dei media. Nel 1916, ricordiamo, la Svezia istituì il Consiglio per la stampa, che successivamente fu chiamato “il Consiglio degli onesti”. Fu solo nel 1969 che il Consiglio istituì la figura del “news ombudsman”. Questa scelta - così come il varo del codice etico - rappresentava la risposta obbligata alla scontentezza della società per le cosiddette “balene della penna”. I membri più autorevoli del Consiglio per la stampa ritennero - con piena ragione - che i legislatori avessero già deciso di rendere più rigida la legge sulla stampa in vigore fin dal 1766, che era molto liberale. Proprio per evitarlo, decisero di adottare misure di autolimitazione dei diritti dei giornalisti, proponendo di incaricare o quantomeno indicare un “redattore dalla parte dei lettori”.

Gli americani anticiparono di due anni gli svedesi, e istituirono la figura dell'ombudsman per i media nel 1967. Il primo news ombudsman fu nominato a Lewisville, nel Kentucky, nei giornali “the courier - journal” e “Lewisville Times”. Poco dopo apparve un news ombudsman nel giornale “the Washington Post”. In Canada il primo ombudsman fu introdotto nel 1972 dal quotidiano “Toronto Star”. In Gran Bretagna l'istituto del ombudsman non ebbe una grande diffusione. Come nota il ricercatore russo Igor Sobol, questa funzione esiste solo in alcune redazioni. “L'ombudsman, o il “redattore dalla parte dei lettori” non ha niente in comune con la censura, e non si occupa del controllo dei pezzi in corso di pubblicazione. Ha a che fare solo con le lamentele dei lettori per pezzi già pubblicati. L'ombudsman spiega ai lettori in che modo vengono scelti gli argomenti per la pubblicazione e chi li scrive, chiarisce problemi etici, e presenta le sue argomentazioni in modo aperto e sereno. L'ombudsman sostiene l'idea della libertà d'informazione e della libertà d'espressione, la quale, come ogni libertà, è legata alla responsabilità”.

L'aspetto più importante è che l'ombudsman non partecipa in nessun modo alla gestione del giornale e alle scelte sui pezzi da pubblicare.

In Lituania esiste la figura dell'ispettore per l'etica giornalistica, prevista ufficialmente nella legge sulla stampa: “L'ispettore per l'etica giornalistica è un funzionario dello stato, che ha la funzione di vigilare sull'osservanza delle disposizioni della legge sull'informazione pubblica”.

Bisogna distinguere il news ombudsman - funzionario dello stato, che adempie ai compiti fissati dalla legge, dallo specialista autorevole, che lavora nei mass media per procedere ad un'expertise indipendente dei testi e delle trasmissioni. Egli analizza con la dovuta precisione le lamentele dei lettori, ascoltatori e spettatori, la qualità dell'informazione data, così come i commenti pubblicati nei media. Ovviamente dispone di una sua rubrica o trasmissione, in cui difende con obiettività gli interessi sia dell'uditorio sia dei giornalisti, relativamente alla correttezza o non correttezza dei reclami avanzati. Inoltre prende in esame e sceglie preventivamente quei reclami che potrebbero portare a costose cause nel caso fossero portati in tribunale.

Nella pratica del mondo intero, come abbiamo visto, esiste sia l'una che l'altra figura. Come stanno le cose nel territorio della Comunità degli Stati Indipendenti (CSI)? Non ce n'è traccia. E' interessante l'opinione del presidente dell'Istituto Russo per le questioni di diritto dell'informazione a Mosca, Andrej Richter.

Il primo motivo dell'assenza di ombudsmen nella CSI si trova nella negazione del passato. Nei tempi sovietici i quotidiani e gli altri mass media fungevano, essi stessi, da ombudsman dei lettori. Il settore più grande della redazione nei giornali dell'Urss era quello delle lettere, ci lavoravano fino a 100 persone, come ad esempio nel famoso quotidiano "Izvestia". Nei quotidiani locali, ovviamente, il reparto lettere era costituito da una sola persona, a capo del suo stesso ufficio, nei giornali regionali erano due tre persone, in quelli delle repubbliche si arrivava a cinque o sei. Tutto ciò corrisponde all'idea di Lenin sulla stampa per il popolo, che doveva fungere da "cane da guardia". Si capisce, un cane obbediente, per perseguire i burocrati, gli impiegati e i dirigenti inefficienti o, come ad esempio nel 1930, per denunciare i nemici del popolo.

La sociologia, e i relativi metodi, durante quasi tutto il periodo sovietico erano considerati bugiardi. Per questo l'analisi delle lettere spedite ai redattori, per il partito comunista e per il governo sovietico - incluso il KGB - serviva da importante indicatore del pensiero e delle tendenze della società. Per legge, bisognava rispondere a tutte le lettere entro i 30 giorni. Poichè quasi tutte le lettere presentavano delle lamentele completamente slegate dagli articoli pubblicati sul quotidiano (soprattutto riguardavano le ingiustizie nella distribuzione degli alloggi, la prepotenza dei capi, le scomodità della vita quotidiana) i redattori le giravano agli organi responsabili di dar risposta a tali lagnanze. Le lettere erano accompagnate da appunti dei redattori scritti sulle colonne bianche del giornale, in modo da stimolare gli impiegati a prendere rapidi provvedimenti.

Non si può negare che questo fosse un modo efficace, per quanto un po' complicato, di difendere i diritti dell'uditorio.

La distruzione del sistema sovietico portò alla chiusura o alla riduzione ai minimi termini, dei reparti posta, togliendo altresì l'obbligo di risposta alle lettere, per ridurre le spese della redazione, con il pretesto del ripristino delle relazioni di mercato. Questa è l'opinione di Andrej Richter. A suo parere, questo è il motivo dell'assenza di qualunque "redattore in difesa dei lettori".

Immaginiamoci: ai tempi del potere sovietico, il compito del funzionario incaricato o della struttura che doveva esaminare le lamentele dei cittadini nei confronti del media, di fatto non era in capo ai reparti posta dei quotidiani, (il loro ruolo era "massimamente minimale" e i margini di manovra quasi inesistenti) ma agli organi stessi del potere più alto, ai comitati di partito, come avviene anche oggi in Bielorussia per quanto riguarda i funzionari degli analoghi settori della'amministrazione del Presidente e delle loro strutture territoriali, che per dovere di servizio hanno a che fare con i media.

Si intende, sono pochi i cittadini del paese (ad esclusione dei veterani della guerra con i loro privilegi) che deciderebbero di rivolgersi a un giornale per presentare una lamentela sapendo che essa viene subito rispedita al destinatario originario. Come giustamente rileva Andrej Richter, le lamentele sui giornali, quando c'erano, avevano quasi sempre carattere locale.

Si possono classificare per categorie come segue:

lamentele per imprecisione di scrittura (Cognomi, nomi, in particolare di capi, nomi geografici)

- lamentele per il cattivo comportamento dei giornalisti (bustarelle)

Molto raramente venivano messe in dubbio le posizioni del giornale su questa o quella questione. Ma talvolta è avvenuto. Ad esempio il giornale regionale "Marilevskaja pravda" (organo del comitato politico regionale) criticò uno dei colchoz nella regione di Sklovski, il cui segretario di partito era l'attuale capo dello stato Aleksandr Lukashenko. E lui andò in redazione a ristabilire la verità. Dopo un aspro colloquio Lukashenko uscì. Di conseguenza, però, gli fu mandata dietro una brigata di giornalisti, che poi pubblicò un gigantesco feuilleton a proposito di quel colchoz e dello stesso Lukashenko.

Ma ci sono anche esempi di come sono state analizzate le lamentele nei confronti dei media o di alcuni dei suoi rappresentanti. In questi casi a dire il vero si sarebbe desiderato essere imparziali, ma i funzionari di partito nel settore dei media si trovavano in ogni caso in difficoltà perché i media per loro natura obbedivano alle strutture di partito. Di fatto dietro a ogni giornale c'era il comitato locale di partito che rispondeva anche della direzione del giornale stesso. In altri termini criticare un giornale di quella regione significava criticare se stessi e nel contempo il comitato di partito provinciale e cittadino, il cui direttore era per status più in alto di noi, impiegati, non dei più importanti, dell'apparato superiore del partito. Ma erano i dirigenti regionali ad assumere i redattori locali, e il conflitto minacciava seri inconvenienti

Il secondo motivo dell'assenza dell'istituto dell'ombudsmen e dell'insufficienza di autoregolamentazione, secondo Andrej Richter, sta nella cattiva conoscenza dell'oggetto. Nella coscienza dei giornalisti ex sovietici c'era l'idea che nell'occidente la libertà di stampa fosse assoluta e non avesse nessuna responsabilità nei confronti degli utenti. Per questo nella concezione dei giornalisti attuali della CSI la responsabilità sociale è uguale alla responsabilità socialista e per loro l'idea di istituire la figura dell'ombudsman è praticamente assente.

Il terzo motivo dell'assenza di autoregolamentazione, ritiene Andrej Richter, è economico. Le ricerche sulla vita pubblica e sociale mostrano che la maggior parte dei media nella CSI sono praticamente indipendenti dal loro pubblico. In altri termini, il loro successo economico non è tanto legato alle entrate pubblicitarie quanto al sostegno in denaro da parte del potere, della criminalità e altro.

E' quindi necessario e possibile un ombudsmen in Bielorussia?

Di fatto, le organizzazioni per la difesa dei diritti in Bielorussia, come ad esempio, Vesna, che svolgono il ruolo di ombudsmen su un ampio spettro di problemi, lavorano in condizioni difficili e spesso sono chiamati a comparire nei processi. Ora in Bielorussia a livello statale è comparsa la figura dell'ombudsmen per la stampa. ma in pratica si tratta o di vittime del caso, o di persone entrate a far parte del Consiglio per la stampa, già da tempo esistente a livello statale, e che per definizione non fa nulla.

Si può quindi trarre la seguente conclusione: la figura dell'ombudsman per la stampa in Bielorussia è necessaria ma a condizione che venga prevista per legge e che assolutamente non sia un funzionario statale. Questo è possibile solo se viene nominato qualcuno proveniente da organizzazioni sociali come

la BSJ (unione bielorusa dei giornalisti) della Baj (Associazione bielorusa dei giornalisti) o tra i difensori del diritto come avviene in Lituania, con il coinvolgimento di rappresentanti delle organizzazioni sociali come avviene nel caso della nomina del direttore della televisione di stato. Va detto che il centro nazionale per la legislazione e le ricerche sul diritto presso l'amministrazione del Presidente della Bielorussia ha scritto una lettera per chiedere di mandare suggerimenti a proposito dell'opportunità di costituire in Bielorussia una direzione nazionale per la difesa dei diritti umani, nonché proposte per dare una forma più gradevole a questa istituzione e per indicare i principi base per la sua azione. A tutt'oggi nè il potere nè i difensori del diritto in Bielorussia non hanno ancora definito esattamente le prospettive derivanti dall'introduzione dell'ombudsman. Forse perchè sono successi fatti come quelli avvenuti alla commissione etica della BAJ, quando un lettore che aveva protestato per la mancata pubblicazione di una sua lettera ad un giornale, è diventato immediatamente oggetto dell'interesse della polizia...

Parte II – principi etici del giornalismo

capitolo 6 etica e standard

Con la denominazione “etica e standard del giornalismo” (Journalism ethics and standards) si intendono i principi etici del giornalismo professionale, noti anche come “codice d'onore”, che vengono presentati, in diverse forme, nei codici delle organizzazioni della stampa e dei sindacati. Si arriva così alla seguente definizione: l'etica professionale è un insieme di regole non formalizzate per legge, ma conosciute e scritte con precisione, adottate dai mass media e approvate dalla società.

Abbiamo già ricordato le discrepanze nella percezione dell'etica professionale tra i teorici e i pratici. Le spiegazioni di questo fenomeno sono molteplici. Dall'ampiamente noto detto “chi sa, lavora, chi non sa, insegna” fino al meno diffuso ma più popolare detto “non insegnatemi a vivere, datemi dei soldi, che è meglio”.

“Insegnare a vivere”, ossia frequentare seminari di tutti i generi, costa meno che dotare le redazioni di tecnologie moderne e di strumenti per comunicare. Proprio per questo nei territori degli stati post sovietici, compresa la Bielorussia, vengono organizzati tanti e tanto svariati seminari su ogni sorta di argomento, compreso ovviamente quelli sull'etica professionale. Ce ne sono tanti e se ne fanno spessissimo, come testimonia la pratica delle organizzazioni locali dei giornalisti, e ogni volta vengono mandate lì sempre le stesse persone specie se le riunioni si tengono negli stati vicini, Lituania, Polonia e

Ucraina.

Nel maggio 2011 nel monastero rosso di Minsk i giornalisti della Bielorussia ebbero occasione di incontrare l'arcivescovo Claudio Maria Celli, presidente del consiglio per i problemi delle comunicazioni di massa del Vaticano . Il tema della conferenza stampa era “l'info - etica in nome della pace nella società globalizzata”.

Nella relazione dell'arcivescovo si parlò molto di verità, libertà, amore. Tra le tante domande da parte dei giornalisti, c'era anche come la chiesa cattolica si appropria al processo globale di autoregolamentazione dei mass media, compresi quelli clericali. Perché nella pratica giornalistica (sia laica che clericale) i principi di verità, libertà e amore necessitano di una concretizzazione orientata alle necessità della professione, per quanto spesso questi concetti siano utilizzati da persone diverse per gli scopi più diversi. Proprio per questo le associazioni tra giornalisti passano dai principi etici generali (tra cui quelli formulati nel Vangelo, nei documenti normativi di vari stati, compreso il codice morale del costruttore del comunismo, etc) alle norme etiche concrete, realizzando codici di etica professionale. Oltre che sulla geniale frase di Gesù Cristo: “Conoscete la verità e la verità vi renderà liberi”, su cosa si appoggiano dunque nella loro attività i giornalisti dei media clericali ? Provano loro a realizzare i loro codici di etica professionale, per venire a conoscenza della verità nella pratica professionale senza confondersi, assumendo come “massima verità etica” qualunque indicazione del capo, compreso quello religioso?

Una risposta a questo quesito non è stata pronunciata né dall'arcivescovo Celli né dalle personalità cattoliche locali responsabili delle relazioni con la stampa, presenti all'incontro.

Siamo d'accordo con David Randall, in passato giornalista importante dell'Observer di Londra, quando scrive:

“Sul tema dell'etica è stato scritto e detto più stupidaggini che su qualunque altro tema del giornalismo. E' questo l'oggetto preferito di tutti i teorici del giornalismo, principalmente perchè offre un'ottima possibilità di imporsi sui giornalisti “pratici”.

Inoltre, i giornalisti che si occupano di etica rimproverano perennemente i peccatori disorientati che calpestano quel suolo. Le loro chances di successo non sono maggiori di quelle di una persona che cerchi di predicare la temperanza ai marinai arrivati nel porto dopo sei mesi di navigazione.

Al loro fianco ci sono organizzazioni che battono insistentemente sul fatto che in una società democratica i giornalisti non hanno bisogno di macchine da scrivere, servizi tipografici a costi contenuti, di computer o di attrezzature da ufficio, bensì di lezioni di etica. La cosa viene motivata così: insegnate l'etica a quelli che conoscono appena l'abc della democrazia, ed quelli diventeranno prestissimo la copia precisa dei reporter del Washington Post. Con una simile idea, costringiamo quasi tutti a non capire il problema.

Randall ritiene altresì che: “non si deve parlare di etica come se fosse l'espressione di una qualche

confessione, ma come un insieme di principi in grado di aiutare il giornalista ad operare in sicurezza". Tra le regole che l'autore propone di osservare, c'è quella relativa agli aspetti morali che viene definita "valutazione del rischio". Le infrazioni dell'etica sono rischiose e molto spesso non portano ad altro che a problemi: si può essere costretti alla perdita del lavoro, alla carenza di fonti di informazione ecc.

Tornando ai principi etici, che la collettività dei giornalisti ha conquistato nel corso del lungo cammino per l'autoregolamentazione, ricorriamo nuovamente alle parole di David Randall:

"Il nostro scopo è di elaborare metodi capaci di aiutarci a lavorare con la coscienza pulita. Con l'aiuto di questi principi manterremo una reputazione senza macchia, poichè la propria reputazione è la cosa più importante per il giornalista. Per quanto un caporedattore possa sottrarvi vita e tempo libero, la vostra reputazione resterà sempre con voi. E quindi, ecco alcune raccomandazioni:

1 I giornalisti devono essere al servizio solo del loro giornale e dei suoi lettori. Se volete essere un propagandista, andate a lavorare nella pubblicità, nel governo o nella politica. Il giornalista non deve essere fedele a niente e nessuno, tranne che al giornale e ai lettori: a nessun partito, a nessuna fonte informativa o a un commercio o a nessun altro interesse, per quanto esso gli faccia comodo. E' già abbastanza difficile occuparsi di giornalismo anche senza la costrizione dovuta all'interesse... .

2 Ogni articolo deve essere il risultato di un'onesta ricerca della verità. La regola fondamentale per il redattore è: ogni articolo deve essere un costante tentativo di spiegare che cosa è successo realmente, e questo tentativo è dettato dalla decisione di stampare la verità, come se provenisse dai nostri stessi pensieri. In questo modo i giornalisti nel loro lavoro non devono propendere verso un punto di vista in contrasto con i fatti, o prendere per buono del materiale il cui scopo è sostenere una teoria preventivamente costruita.

3 Non ci si deve arrendere a nessuna richiesta di non pubblicare qualcosa. Questo riguarda non solo le bustarelle o i regali, ma anche le promesse di esprimere una preferenza, per un motivo o per l'altro...

4 I giornalisti non devono accettare che la pubblicità influisca direttamente o indirettamente sul contenuto del giornale. E' un fenomeno assolutamente comune, soprattutto nelle redazioni piccole, non troppo ricche e in piccoli paesi di provincia, che le aziende inserzioniste usino il loro potere economico per far pressione sui giornali. Questa pressione non deve mai essere accettata.

5 Non bisogna mandare preventivamente in lettura gli articoli, per approvazione o proibizione, a nessuna persona esterna alla redazione,. Presentare al protagonista dell'articolo il pezzo pronto per la pubblicazione, è una pratica abituale in molti giornali. E' una pratica motivata dal fatto che ciò consente di correggere le imprecisioni ed evitare così al giornalista di fare errori. Ma risparmiare al giornalista un errore non è compito di coloro di cui scrivono, ma del giornalista stesso. Quando mostrate a qualcuno la futura pubblicazione che lo riguarda, costui, o costei, ritiene che il testo che gli viene dato per approvazione sia passibile anche di correzione. Il lavoro del giornalista consiste proprio nello scrivere un pezzo corretto, e non tale che si debba giudicarlo insieme al suo protagonista.

Molto spesso una fonte o un intervistato dicono al giornalista qualcosa di cui dopo potranno pentirsi. Un po'di aggiunta di senso contenuta nelle domande del giornalista, che in questo modo aggiunge

informazioni che poi l'interlocutore rivorrebbe indietro. Non è che, quando una fonte o un intervistato chiede di dare un'occhiata all'articolo prima della pubblicazione, il giornalista creda sul serio che siano mossi dal desiderio di aiutarlo? Naturalmente no. Consentire a qualcuno che non ha relazione con il giornale, di dare un'occhiata all'articolo prima della pubblicazione, non solo è un invito a esercitare una censura ma anche esercitare una costrizione sul giornalista affinché cambi la sua valutazione degli avvenimenti. E c'è anche questo fatto che impone di evitare questa pratica, pur comune: non appena si avrà sentore che si può guardare l'articolo prima della pubblicazione, tutti vorranno farlo.

6 fate sempre citazioni esatte.

Ciò è molto importante, perchè anche la più piccola scorrettezza da parte vostra può modificare un pensiero o una sottolineatura. Di solito ci si scusa così: "Sapevo che era proprio ciò che aveva in mente" Poniamo pure che sia vero, ma voi come facevate a saperlo? Se la vostra fonte ha parlato in modo non chiaro, riportate le sue parole sotto forma di discorso diretto...

7 Non utilizzate la vostra posizione per minacciare o per ottenere privilegi.

Ogni giornalista ha del potere. Ma non bisogna mai usarlo male. Sia nella scrittura degli articoli che nella vita quotidiana. Fare liti private, minacciando di mettere in piazza la vita dell'interlocutore, far appello ai propri legami con le alte sfere o altre cose simili, equivale all'intimidazione, ed è rischioso. Come potrete poi scrivere un qualsiasi articolo su una persona o un'organizzazione che avete minacciato? E come potrete scrivere di quei "legami" che avete citato nelle vostre minacce? In ogni caso, loro vi avranno in pugno. Quindi non è il caso di utilizzare le colonne del vostro giornale per scrivere una lettera di denuncia, per esigere privilegi o compensazione un una mancanza di rispetto o qualcosa del genere. Il destinatario della lettera deciderà che il vostro giornale è fatto da un gruppo di mafiosi che difendono gli interessi dei loro collaboratori con metodi illegali.

8 Non promettete di "togliere" un articolo in cambio di amicizia o di servizi. Capita che qualcuno vi chieda di "dimenticare" un articolo o una sua parte in cambio di una somma di denaro o di un piacere. In nessun caso si deve cedere a simili richieste e non deve mai succedere che si pubblichi un pezzo in cambio di servizi. Quando si parla di persone con cui si è in rapporto di amicizia il rifiuto può essere fatto con maggior gentilezza, ma sempre immediatamente e con decisione. E altrettanto si deve fare con i colleghi...

9 Non ingannate le persone allo scopo di ottenere informazioni. Un reporter deve sempre presentarsi come giornalista. Avvicinare le persone con l'astuzia, spacciandosi per qualcun altro, non solo non è onesto, ma è anche pericoloso. Ci si immagina, anche per esperienza, che una persona parli più liberamente se non sa che tu sei un giornalista o che hai un interesse personale per quello che vi racconta. Se invece uno sa chi sei, starà più attento e comincerà a scegliere cosa dirvi. Da quel momento sarà costretto ad assumersi la precisa responsabilità della qualità e dell'esattezza delle sue parole. Se tu non le dici che sei un giornalista, la persona cade in pieno nell'inganno, e parlerà apertamente, come avviene in una conversazione informale. E' raro e avviene solo in casi particolari, ad alta emotività, che una persona si conceda totalmente e sveli la propria intimità.

10 Non rielaborate o abbellite l'informazione. Rielaborare l'informazione è un'operazione priva di senso, falsa e pericolosa. Ma è altrettanto pericolosa la falsificazione, anche la più piccola, dei fatti, così come

l'abbellimento della verità o la temporanea dimenticanza di un a qualche dettaglio che sembra non modificare la sostanza di base dell'articolo. Anche in questo caso il vostro articolo sarà ingannevole. E' la stessa cosa riguarda pure i fotografi, e i fotoreportages disonesti, in cui un avvenimento o una situazione sono aggiustati in modo da inscenare qualcosa, come se fosse davvero avvenuto. Una serie di fotoreporter dell'Europa occidentale si sono vantati di avere portato con sé del "materiale di scena" da utilizzare per le riprese. Uno dei trucchi più noti è avere sempre sottomano una scarpina da bambino o un piccolo peluche: basta che il reporter lo piazzasse come per caso sul luogo di un incidente ferroviario o aereo, e subito viene fuori una ripresa strappacuore. Al giorno d'oggi questo tipo di riprese sono diventate ormai banali, anche perché c'è il rischio che poi, una volta pubblicata la lista dei passeggeri, si scopra che di bambini a bordo non ce n'era nemmeno uno....

11 Non svelate mai le vostre fonti.

I giornalisti ricevono una gran quantità di informazioni a condizione che il nome di chi ha parlato resti sconosciuto. Mantenere il segreto sul nome delle proprie fonti è molto importante, in particolare se si ha a che fare con i potenti, che si inviperiscono per la fuga di notizie preziose. Svelare una fonte significa rompere la promessa, dopodiché saranno ben pochi quelli che correranno il rischio di mettere a parte i giornalisti di informazioni importanti. Senza contare il rischio che la vostra fonte può correre personalmente: licenziamento, o processo, perfino carcere, il che sarebbe ancora peggio.

12 correggete sempre i vostri errori.

Il giornalismo è il primo abbozzo della Storia, che spesso prende corpo in una situazione di eccezionalità, senza la possibilità di raggiungere immediatamente tutte le possibili fonti. Per questo non c'è da stupirsi che vengano fuori tanti errori. I giornali devono correggerli al più presto e senza nessun indugio. Questo è il modo più onesto – i lettori saranno meglio informati e ve ne saranno grati, e apprezzeranno inoltre la vostra sincerità. Far finta, per paura, di non avere fatto errori, è una assoluta stupidaggine, e non riuscirete a ingannare nessuno.

13 Non dovete ottenere dai vostri articoli vantaggi personali. Ricevere favori dalle persone di cui scrivete, o ottenere vantaggio personale dalla scrittura di articoli equivale a compromettersi.

Esistono anche altri e diversi approcci, e li spiega Lawrence K. Beaupre, ex vicepresidente e vice caporedattore del gruppo "Westchester Rockland Newspapers". A suo avviso, si riesce ad ottenere la fiducia dei lettori (Lawrence Beaupre parla di quotidiani a confronto con altri media) solo se ci si è imposti elevati standard di etica professionale, cosicché non sorgano dubbi nel lettore sulle motivazioni che stanno dietro alla pubblicazione di un pezzo, e se la descrizione degli eventi risulti piena, onesta e indubitabilmente precisa. Con un simile approccio, secondo Beaupre, si eliminano le due ragioni più importanti che stanno alla base della scarsa fiducia dei lettori nei giornali: il dubbio sulla loro onestà e il dubbio sulla loro capacità di lavorare bene. Beaupre ha poi formulato delle norme che consentono ai redattori dei giornali di conquistarsi la fiducia dei lettori.

“Precisione”

Non c'è niente come l'incompetenza che riesca a minare la fiducia dei lettori nel giornale. La precisione

deve diventare l'idea fissa, perfino molesta e insistente, dei reporter e dei caporedattori. Di errori non devono essercene, per principio. Si deve fare il possibile perchè non ve ne siano ne' negli articoli , ne' nei titoli né nelle fotografie ne' nelle loro didascalie. Ecco alcuni modi per raggiungere la precisione:

1 Tenete un atteggiamento scettico nei confronti di qualunque informazione. Verificate tutto due volte. Nelle redazioni americane gira questo modo di dire: anche se è stata tua madre a darti l'informazione, verificala lo stesso”...

2 Adottate un sistema elaborato di redazione dei pezzi, che comprenda la necessaria e accurata verifica dei materiali. Nessun pezzo deve essere pubblicato senza la preventiva lettura di almeno un redattore, meglio se di due.

3 Siate cauti con il lavoro con le fonti. Assicuratevi che l'informatore sappia davvero ciò che dice. Perfino se qualcun altro conferma l'informazione ricevuta, non vuol dire che essa sia corretta. Seguite la Regola della Migliore Fonte: citare solo colui che può realmente sapere ciò che è accaduto...

4 In un pezzo difficile o di contenuto tecnico scientifico controllate due volte fatto per fatto e citazione per citazione, verificando con la fonte originaria, per essere sicuri di aver capito giusto.

5 Non permettetevi supposizioni. Non “indovinate” a cosa corrispondano delle iniziali davanti a un cognome. Non chiedete al collega più vicino di riempire il buco delle vostre conoscenze: anche lui può non sapere.

6 Rileggete attentamente la versione finale del pezzo. Rilevate gli errori di contenuto, la posizione degli accenti, la proporzione tra i diversi punti di vista in modo preciso, così come gli errori di grammatica e altri errori comuni.

7 La cosa più importante: se avete sbagliato, ammettetelo. Nel giornale deve vigere la pratica dell'immediata e esplicita correzione degli errori...

8 in caso che vi accorgiate di errori grossi, pensate a come mettere insieme un altro pezzo in cui siete voi a sparare per primi...

Riferimento alle fonti.

Le conferme non abbastanza evidenti o comprensibili per i vostri lettori, necessitano di un riferimento alla corrispondente fonte. Quando siete voi i testimoni diretti, diventate una fonte di informazione, ma ai vostri lettori lo dovete dire. Altrimenti non capiranno da dove è stata presa l'informazione.

Fonti anonime

Nella maggior parte dei casi le fonti anonime rendono il pezzo meno credibile, specie se l'articolo contiene notizie completamente nuove. “Chi l'ha detto?” è la domanda ovvia che sorge in chiunque quando sente una notizia importante. Il giornale dovrà fare di tutto per rispondere a questa domanda.

Onestà

L'articolo può anche fondarsi su fatti, ma non essere onesto. Se anche i fatti uno per uno sono reali, la loro posizione scorretta distorce il significato di ciò che è stato detto. Possono essere trascurati dei fatti cruciali o l'opinione di chi non è d'accordo. Quando ciò avviene, il lettore indovina senza difficoltà da che parte sta il giornale, quindi anche successivamente considererà fazioso e partigiano il pensiero del

giornale su qualunque questione, più o meno complessa.

I redattori e i reporter devono essere devoti, perfino gelosi, sostenitori delle regole di un gioco onesto.

Un buon giornale riflette la vita della società, quindi sia i suoi lati buoni sia quelli cattivi. Non scrivete di uno per offendere l'altro: criticare eccessivamente il cattivo e lodare incondizionatamente il buono.

Ricordate che il vostro compito è presentare i fatti. La propaganda è affare dei pubblicitari. In un pezzo di informazione non deve esserci l'opinione dell'autore.

Ogni parere deve essere sostenuto dal suo autore.

Compassione

Considerate scrupolosamente le conseguenze della pubblicazione del vostro pezzo, in particolare le conseguenze che esso può avere sulla vita privata della persona comune. Questo principio spesso finisce per essere in contraddizione con l'obbligo, pienamente giustificabile, di dare informazioni a chi vuole sapere e ai lettori interessati. Seguite questa regola ferrea: la soluzione di questa contraddizione sta nel dare una valutazione corretta, usare il buon senso e sentire empatia. (Parliamo della contraddizione tra l'interesse della società e il diritto alla vita privata – tema specifico e molto complesso nella pratica) .

Buone maniere

Il comportamento del giornalista nella vita può riflettersi sul giornale sia in positivo che in negativo. Il comportamento del collaboratore di un giornale dice al lettore se può fidarsi del giornale o meno.

La volgarità non è scusabile. Dispone male la gente nei vostri confronti e può far sì che la gente non creda alla vostra obiettività...

Accesso

I redattori e i reporter non devono approfittare dei privilegi della propria professione. I lettori hanno il diritto di parlare con loro al telefono e di persona. I giornalisti devono dedicare un particolare impegno ad intrattenere un intenso rapporto con la società. Devono raccontare ad un'ampia platea come si lavora nel giornale, chi sono i suoi collaboratori e in che modo i lettori possono esprimere le loro opinioni. Se i lettori non sono d'accordo con gli articoli del giornale, è importante non lesinare lo spazio nel giornale e dare loro la possibilità di esprimere le proprie opinioni. Il giornale deve essere la voce dell'opinione pubblica, rifletterla pienamente e presentare quanto più possibile i diversi punti di vista.

Essere in battaglia

I lettori vogliono vedere i loro giornali prima di tutto nel ruolo di combattenti per il bene della società. Si aspettano che il giornale difenda le persone offese ingustamente, denunci le cattive azioni delle personalità pubbliche e rimanga fedele all'interesse del popolo comune...

Domande di verifica

1 Che cos'è l'etica professionale del giornalista?

2 Il giornalista ha il diritto nell'ambito di una polemica di usare parole volgari ed espressioni non

censurate?

capitolo 7

diversi approcci alla definizione dei principi di etica giornalistica

Come si vede, le raccomandazioni di Beaupre, e anche di altri esperti, differiscono un po' dalle raccomandazioni di Randall. Mentre l'approccio di Randall è convintamente pragmatico, con la chiara intenzione di dare delle certezze ai professionisti nel percorso di ricerca e diffusione dell'informazione, quello di Beaupre mette di più l'accento sulla "empatia" sull'"onestà" sulle "buone maniere" ossia su aspetti psicologici, morali, umanitari, e su principi, per così dire, romantici. Ma la visione di entrambi è analoga quanto agli aspetti della precisione, del rapporto con le fonti, dell'inammissibilità del furto per ottenere informazioni.

La difficoltà di far coincidere i due approcci può essere dimostrata dal seguente esempio.

Nel corso della preparazione di un'inchiesta giornalistica, su un giornale russo, successe che un giornalista si imbattè in una lettera alla redazione, in cui si raccontava una normale, ma sgradevole, vicenda. Una signora bielorusca viveva insieme alla figlia nel residence di un'azienda, nel centro della città. L'imprenditore, avendo riscosso molto successo con la sua azienda, decide di costruire un supermercato proprio al posto del residence. Per sgombrare la casa, trasferiscono le donne in una casa di periferia, in un alloggio di due camere con la cucina comune da condividere con altre famiglie. Nella lettera alla redazione, la donna raccontava di essersi dovuta spostare insieme alla figlia da un appartamento singolo, e abbastanza grande, nel centro della città, a questo alloggio piccolo, in convivenza con una famiglia in cui ci si ubriacava e si andava in giro fino alle ore piccole, e dove gli altri complicavano la vita delle due donne. A nulla era valsa la sua battaglia per avere altre opportunità. Fino a che la signora, presente la figlia, va a colloquio con uno dei dirigenti più influenti delle città, che le dice: "non avrebbe dovuto partorire un figlio, se non aveva un tetto sulla testa!"

Secondo le regole, il giornalista, ricevendo la lettera che raccontava l'episodio, prima di pubblicarla sotto forma di articolo, avrebbe dovuto verificare accuratamente l'informazione sul comportamento scorretto del dirigente.

Il codice di etica giornalistica della BAJ richiede infatti che si ponga il massimo impegno per ottenere informazioni da tutte le possibili fonti.

E, naturalmente, tutte le possibili fonti furono utilizzate. I vicini di pianerottolo testimoniarono che la figlia era tornata a casa in lacrime perchè lei e la madre, durante l'incontro presso il comitato politico regionale, erano state offese. Le compagne di scuola in coro descrissero come la bambina avesse raccontato loro dell'offesa. Le alunne confermarono che a lezione la bimbra non era nemmeno in condizione di comprendere che cosa diceva la maestra, tanto era confusa, e si era giustificata con le insegnanti raccontando gli stessi fatti. Non solo i fatti collimavano, ma anche tutte le fonti erano affidabili.

Il problema era solo uno: nel comitato politico regionale, tutti negavano e nessun giornalista era presente all'incontro. C'erano solo la madre e la figlia, un importante dirigente cittadino e alcuni suoi sottoposti – impiegati dell'ispolkom, che in caso di processo avrebbero testimoniato a favore del loro capo. Il dilemma - pubblicare o non pubblicare le espressioni offensive dell'importante dirigente - si trasformava inesorabilmente nell'assioma: non pubblicare, anche perché una causa in tribunale avrebbe avuto come esito una sconfitta certa, non potendo superare la prova delle indagini. Tuttavia... Ci sono tanti casi ben noti e diffusi, di grossi dirigenti che parlano con i cittadini senza fare troppe cerimonie! E così il pezzo in cui si citavano testualmente le parole del grosso dirigente fu pubblicato sul giornale. La tiratura fu esaurita in un attimo e la gente si strappava il giornale dalle mani! Tantissimi lettori chiamarono la redazione per ringraziare e chiedere il numero di telefono dell'autore del pezzo, perché quasi tutti avevano da raccontare episodi analoghi. Dopodiché ci fu la causa, il tribunale, la sconfitta. L'obbligo, contenuto nella sentenza del tribunale, di pubblicare le scuse della redazione, fu ottemperato. Ma dopo il processo uno degli impiegati che quel giorno era presente all'incontro tra il dirigente e le due donne chiamò la redazione e confermò: "Sì, è successo proprio così"

La maggior parte dei documenti relativi all'etica giornalistica finora adottati, nella definizione degli standard etici sostiene l'unione del principio pragmatico con quello "romantico", salvo qualche prevalenza dell'uno sull'altro, da caso a caso. Prendiamo il documento approvato nel congresso mondiale della federazione dei giornalisti a Bordeaux il 25-28 aprile 1954: "Dichiarazione dei principi di comportamento del giornalista", con le modifiche apportate al XVIII dal congresso mondiale MGJ a Helsinki, dal 2 al 6 giugno 1986.

- “1- Il primo dovere del giornalista è il rispetto della verità e il diritto della società di conoscere la verità.
- 2- Esercitando la sua attività professionale, il giornalista deve rispettare il principio della libertà relativamente all'onesta raccolta e pubblicazione dell'informazione e il diritto ad un onesto commento e critica.
3. Il giornalista deve trattare solo informazioni provenienti da fonti conosciute. Il giornalista non deve trascurare un'informazione importante né falsificare documenti.
4. Il giornalista deve usare solo metodi corretti per ottenere informazioni, foto o documenti.
- 5- Il giornalista deve fare tutto il possibile per correggere o rettificare informazioni che possono creare seri danni.
6. Il giornalista è obbligato ad osservare il segreto professionale e non rivelare le fonti di informazione.
7. Il giornalista deve essere consapevole del rischio rappresentato dall'incitamento alla discriminazione, diffuso attraverso i media e deve fare tutto il possibile per evitare anche il più piccolo stimolo alla discriminazione sulla base della razza, del sesso, degli orientamenti sessuali, della lingua, religione, orientamenti politici, provenienza nazionale e sociale.
8. Il giornalista deve considerare serie mancanze professionali:

plagio

distorsione fraudolenta dei fatti

Calunnia, insulti, accuse infondate

corruzione in qualunque forma in cambio della pubblicazione (o non pubblicazione) di questo o quell'articolo

9. Il giornalista degno di questo alto nome, ritiene suo diritto adempiere in buona coscienza i sopradescritti principi. Agendo nel quadro della legislazione del suo paese, per la soluzione di questioni professionali accetta solo la giurisdizione dei colleghi, incluso anche il caso di ingerenza del governo o di altre personalità pubbliche in questo ambito.

In questo documento, come in quelli sopradescritti, rientrano nel novero dei principi fondamentali: "verità", "onestà", "riferimento alle fonti e loro precisa citazione". Quindi in questo testo, come vediamo, ci sono molte espressioni di stile "romantico". Si parla di "onestà" dei metodi, di "dignità dell'alto nome" di "rispetto della verità" di rischio di plagio, occultamento di fatti e calunnia. "Il giornalista deve essere consapevole", "il giornalista deve ritenere seria infrazione professionale..."

Il documento del MFJ è quindi costruito esclusivamente sull'enunciazione di obblighi, di "necessità" per i giornalisti, e in alcuni casi ricorda loro non solo i "principi di comportamento dei giornalisti" ma anche i principi di "verità e libertà dei lettori". E solo nell'ultimo punto, il numero nove, si parla dei diritti dei giornalisti: "Agendo nella quadro della legislazione del proprio paese, per la soluzione di questioni professionali il giornalista riconosce solo la giurisdizione dei colleghi, anche nel caso di ingerenza del governo o di altre personalità pubbliche in questo ambito "

Più o meno allo stesso modo è costruito il Codice di norme etiche della Società dei giornalisti professionisti". In questo documento il discorso verte sull'etica non tanto in quanto "insieme di principi che aiutano il giornalista di occuparsi senza rischi del suo lavoro", ma più precisamente in quanto un "corpus di regole" con cui "degli intellettuali rimproverano perennemente i peccatori dissoluti, che calpestano il loro stesso campo di grano", come conferma David Rendall.

Forse negli Stati Uniti e in Europa un approccio di questo tipo è sufficiente e giusto quando è il momento non solo di difendere i giornalisti, ma anche i lettori dai giornalisti.

In Bielorussia la situazione è un po' diversa, Nella "Dichiarazione dei principi di etica professionale del giornalista" adottato dalla Associazione Bielorusa dei Giornalisti, questo tono edificante e vincolante è quasi inavvertibile, mentre vi si ritrova lo spirito di solidarietà corporativa: tutti coloro che vivono secondo un'unica regola costituiscono una sola grande famiglia in cui si è tutti per uno!

" Nel rispetto della loro professione , e consapevoli della sua grande importanza pubblica ;

Guidati dalla volontà di rafforzare la fiducia del pubblico nella stampa come una delle più importanti istituzioni democratiche ;

Riconoscendo la dichiarazione dell' IFJ sui principi di condotta dei giornalisti come standard di condotta professionale per i giornalisti durante la produzione , la raccolta, la distribuzione e commento delle informazioni ;

Rendendosi conto che la professione impone ai giornalisti una responsabilità speciale, i membri dell' "Associazione Pubblica Bielorusa dei Giornalisti", dichiarano di aderire ai seguenti principi di etica professionale :

Rispettare il diritto della società di conoscere la verità, tenendo presente che nessuno può detenere il monopolio della verità.

Proteggere il diritto di ricevere o di comunicare informazioni, e la libertà di espressione.

Cercare di massimizzare l'accuratezza delle informazioni, la profondità e la validità delle argomentazioni quando si esprimono pareri e opinioni.

Riconoscere apertamente e onestamente i propri errori.

Ritenere inaccettabile il plagio, la deliberata distorsione dei fatti, i commenti deliberatamente falsi, le accuse infondate, la ricezione illegale di remunerazione in cambio della pubblicazione o rifiuto di pubblicazione di informazioni.

Rispettare i punti di vista e le opinioni altrui, promuovere un ampio dibattito pubblico nei media.

Non accettare discriminazioni in base a razza, nazionalità, religione, sesso, orientamento sessuale, opinioni politiche o di altro tipo, ecc.

Rispettare i diritti e gli interessi legittimi di terzi durante la ricerca, l'elaborazione e la diffusione delle informazioni.

Proteggere le fonti d'informazione riservate.

Non accontentare chi è al potere, ricordare che il controllo sull'attività delle autorità è una delle funzioni più importanti dei media.

Esprimere solidarietà con i colleghi che sono perseguitati per il giornalismo professionale.

La competenza esclusiva della comunità giornalistica e la soluzione senza interferenze da parte delle autorità dei conflitti con i colleghi".

Come vediamo, dei dodici principi fondamentali formulati della Dichiarazione dei principi di etica professionale" assunta dalla Baj quasi la metà sono principi di solidarietà professionale. Non c'è da meravigliarsene: nei principi etici dei giornalisti di ogni paese si riflettono i punti dolenti di quel paese. Ad esempio, nelle norme etiche dei giornalisti del Tagikistan, adottate nel 2009, è scritto "Sta al primo posto il principio: "i media e il giornalista nell'affrontare qualunque argomento, preservano l'identità nazionale e osservano il rispetto per la cultura di altri popoli": per un paese appena uscito da una lunga guerra, con conflitti interni, è un punto molto importante.

I media della Svizzera, paese dove non avviene nulla di esplosivo e dove tutti vivono pacificamente, propongono il loro codice etico "Dichiarazione sugli obblighi e i diritti dei giornalisti", adottato nel 1972 dalla federazione svizzera dei giornalisti. La Dichiarazione definisce gli obblighi - bisogna ottenere le verità, l'indipendenza della professione giornalistica, la precisione dell'informazione, il mantenimento del segreto sulle fonti, il rispetto del diritto alla vita privata, l'osservanza della differenza tra informazione e pubblicità, e così via, ma anche del diritto - libero accesso alle fonti d'informazione, diritto del giornalista a non agire contro la sua coscienza, diritto a ricevere informazione sulla vita dell'azienda editoriale in cui lavora, il diritto alle condizioni di lavoro che vengono garantite dagli accordi collettivi.

Invece, nel Codice di etica professionale del giornalista, approvato dall'Unione Bielorusa dei giornalisti,

cui fanno capo prevalentemente i giornalisti del media statali, troviamo questo punto: se un ordine dell'editore o el rettore del giornale è in conflitto con la morale sociale o con gli assunti del Codice, il giornalista deve rifiutarsi di eseguire l'ordine". In verità, di casi in cui un membro della BSJ si sia appellato a questo punto nessuno se ne ricorda neanche uno. E nessuno è mai stato punito per il rifiuto di eseguire un ordine in contraddizione con le esigenze della morale sociale. Perché tutti i membri di questa organizzazione sempre in buona coscienza adempiono agli ordini del potere, che in sostanza, sono per loro l'unico autentico "codice etico". Proprio così come era ai tempi del potere sovietico.

Domande di autoverifica

Quali approcci conoscete sulla formulazione dei principi etici?

come si riflettono nei codici etici dei giornalisti le particolarità nazionali di questo o quel paese? Fate esempi dai codici di diversi paesi.

Quali sono le particolarità del codice etico e della dichiarazione dei principi di etica professionale della Bielorussia?

Capitolo 8

L'etica dal punto di vista dei caporedattori

C'è un aspetto molto importante: l'etica dei giornalisti e l'etica dei direttori e degli editori (spesso coincidenti in un'unica persona) sono etiche diverse. Il giornalista si preoccupa solo della veridicità dell'informazione, mentre caporedattori o direttori anche della sicurezza del loro giornale. E non solo in Bielorussia. Il portale russo "radioportal.ru" ha proposto ai caporedattori di alcuni tra i più conosciuti giornali russi e bielorussi di esplicitare in 10 punti il loro credo in tema dell'etica professionale. Ne sono usciti dei veri e propri "decaloghi" di principi etici, che rispecchiano gli atteggiamenti dei responsabili di giornali di quegli Stati. Leggendo le risposte, si nota una discreta differenza nel tono e nei contenuti delle risposte dei caporedattori di giornali russi rispetto a quelli bielorussi, e i diversi stili rispecchiano situazioni di "libertà di parola" diversa tra la Bielorussia, governata con maggior rigidità, rispetto alla Russia, dove i caporedattori possono permettersi anche espressioni meno "politically correct" e più disinvolte rispetto a colleghi di media "non statali" (ossia di proprietà privata, quindi come si è visto non favoriti e non amati dal potere), della Bielorussia, che non si assumono il rischio di essere disinvolti e preferiscono suggerimenti che restano nei limiti del lessico normativo, in primo luogo, e vicino il più possibile alla legge, in secondo luogo. Tuttavia, se si confrontano le norme e i principi etici contenuti nei codici della Baj e dell'Associazione dei giornalisti in Russia, si vede che sono sostanzialmente identiche.

Le opinioni dei caporedattori

Nikolaj Aleksandrov, caporedattore del quotidiano "Brestskij Kurier" Brest, Bielorussia.

- 1 Non scrivere per il direttore, per tuo nonno o per la tua amante. Scrivi per il lettore e stai certo che lui non è più stupido di te.
- 2 Non umiliare la persona di cui scrivi con osservazioni offensive o doppi sensi volgari, perfino se è una totale bestia. Sii superiore e separa il peccato dal peccatore.
- 3 Puoi pretendere un aumento di stipendio dal tuo giornale. Ma che Dio ti salvi da prendere bustarelle o cuccioli di levriero dalle persone di cui scrivi.
- 4 Concedi fiducia agli informatori ma controlla e ricontrolla le notizie che ti forniscono, perchè possono gettarti polvere negli occhi. Si fa presto a cadere "dalle stelle alle stalle"
- 5 Non avere troppa fretta, specie con le storie di nera, di citare nomi di ditte o imprese se non ci sono motivi importanti per farlo.
- 6 Quando devi fare un pezzo che riguarda interessi contrapposti, ascolta entrambe le parti e non cedere alla pressione emotiva di una delle due. Non farti sedurre dallo status e dall'influenza di coloro che ti convincono di avere ragione.
- 7 Non danneggiare il tuo giornale con un comportamento indecente e volgare. Tu sei un giornalista e rappresenti il marchio della tua impresa non per 8 ore al giorno, ma 24 su 24.
- 8 Rispetta gli anziani, non affliggerli nei tuoi pezzi con un gergo incomprensibile e rapportati con delicatezza al loro passato
- 9 Sii particolarmente attento e cauto riguardo all'appartenenza nazionale o religiosa, e attento nelle valutazioni, definizioni, conclusioni.
- 10 Il tuo unico giudice è la tua coscienza di giornalista.

Serghej Stankevich, caporedattore del quotidiano Info-kurier (Sluzk, Bielorussia)

- 1 La mission del Kurier è di essere un forum pubblico per lo scambio di opinioni tra i cittadini del territorio.
- 2 Gli articoli pubblicati devono essere indipendenti dagli interessi privati o commerciali di terze persone o dagli interessi privati dei giornalisti.
- 3 Evitare lo scandalismo: non sono i giornalisti ma sono i partecipanti ai fatti a darne valutazioni emotive.
- 4 Separare le notizie dai commenti e distinguerle dalla pubblicità, consentire a tutte le parti coinvolte negli eventi di esprimersi, dare il diritto al lettore di trarre le conclusioni da solo.
- 5 La fiducia del lettore è un capitale equivalente alle entrate pubblicitarie.
- 6 Sostenere il prestigio del quotidiano per quanto ha a che fare con i principi morali socialmente accettati e con la legislazione corrente..
- 7 Mettere i puntini sugli "i" appoggiandosi ad argomenti e fatti credibili.

8 Non compromettere l'onore e la dignità della persona, indipendentemente dal suo status sociale; non abbassarsi fino ad accuse infondate

9 Scrivere i pezzi secondo coscienza e in base alle proprie convinzioni, informare i lettori ma non manipolarli psicologicamente.

10 Indurre nell'anima dei lettori impulsi costruttivi e non distruttivi, cercare di proporre ai lettori valori come il rispetto per le opinioni altrui, la tolleranza, la comprensione, l'intelligenza.

Anatolij Sanotenko, caporedattore del portale internet "Bobrijskij kurier" (Bobruisk, Bielorussia)

1 Verità, verità, e ancora verità! Verità opposta al pensiero dei dirigenti, degli editori e di coloro che si ritengono capi in questo paese.

2 Il quotidiano non è una centrale ideologica ma un mezzo di informazione

3 Da come scrivi sarai giudicato

4 La notizia, come il caviale, ha diversi livelli di freschezza. Non dar da mangiare al lettore cibo scaduto.

5 Se prendi pezzi altrui o parte di essi, metti il link alla fonte

6 Chi compra la pubblicità compra solo uno spazio del quotidiano, non tutto il giornale

7 Se ti danno addosso (il potere, le circostanze, ecc) l'importante è attaccarsi alle corna. Come dimostra la pratica non riusciranno a sopraffarti. Per lo meno, per qualche anno. Finchè "le corna" restano attaccate.

8 Se vuoi diventare giornalista, siilo. Ma per favore: preciso, educato e puntuale nella consegna dei pezzi

9 Amate il giornalismo come lo amo io. Per tutto il resto, ti aiuteremo.

10 Impara bene a contare fino a due e non confondere mai il numero di sequenza della professione.

Alessandro Manzevich, redattore della "regionalnaja gazeta" ("quotidiano regionale") (Modoldechno, Vileik, Smorgon, Oshmjan, Volozhin, Mjadel, Ostrovez – Bielorussia)

1 Mettiti al posto del lettore

2 di' la verità

3 unico modo perchè ti credano è che tu non creda a nessuno. Soprattutto a un sottoposto. Metti in dubbio tutto.

4 Quando prometti, mantieni

5 Non promettere a nessuno di pubblicare se sai che non sarà pubblicato

6 non vergognarti di fare rettifiche. Non è umiliante E' umiliante che tu provi a far finta che non ci sia stato un errore.

7 Non entrare in polemica con altri giornali, concorrenti o non. Il lettore lo riterrà un cannibalismo all'interno dell'insopportabile cerchia dei giornalisti.

8 L'errore più grande è l'errore nel cognome di una persona. Sii cauto!

9 Non avere puzza sotto al naso. Tu sei solo un artigiano. Bravo, se capace, Ottimo, se hai talento. Di geni tra noi non ce ne sono, cercali tra la gente.

10 Rispetta l'opinione altrui. Tu non sei il più intelligente di tutti. Ma non sembrare un sempliciotto. Sii te stesso.

Filipp Bachtin, caporedattore del giornale Esquire (Russia)

1 Menti allegramente

2 Una cosa rubata non è considerata rubata se nessuno sa dove l'hai presa.

3 Non costruirti degli idoli, tranne due o tre veramente cool

4 Non prostituirti con gli inserzionisti per pochi soldi

5 Non dire bugie se non hai fonti affidabili

6 Non scrivere, non leggere, e non ordinare mai a nessun autore alcuna professione di fede

7 Agisci da furbo

8 Agisci solo per te stesso

9 Fai quello che vuoi

10 Mai, neppure per scherzo, perfino quando nessuno ti vede, non digitare un testo con il carattere "parola di Dio"

Tatjana Lysova, capiredattore del quotidiano "Vedomosti" Russia

1 sappi dire educatamente di no a chiunque

2 non far amicizia con i protagonisti di un articolo

3 guarda alla tua casa editrice con gli occhi del lettore

4 segui le disposizioni d'animo e gli interessi del tuo pubblico

5 metti in dubbio tutto, non credere a nessuno fino in fondo

6 lavora con le mani, non con la partecipazione ai cocktail

7 sii pronto ad accettare e correggere un errore. Non esistono giornali senza errori.

8 Non dimenticare che senza i tuoi giornalisti tu non sei nulla. Nel migliore dei casi sarai un ex buon giornalista.

9 Il diritto a fare un errore ce l'hanno tutti, compreso il capo redattore

10 ricorda: tutto ciò che dici, perfino il tuo personale punto di vista sarà sempre preso come la posizione del tuo giornale.

Leonid Vershibskij ex capo redattore del quotidiano Vedomosti, del giornale Smart Money e del portale slon.ru (Russia)

1 Non inginocchiarti davanti al padrone e all'editore, decidi solo secondo criteri professionali.

- 2 Non farti coinvolgere in questioni commerciali se non te lo chiedono, non consentire ai commerciali ingerenze in questioni redazionali, anche se te lo chiedono
- 3 Non avere paura di niente e di nessuno, non pensare a quel che succederà in caso di pubblicazione di un articolo credibile.
- 4 Se il proprietario, l'editore o qualunque persone esterna fanno piovere su di te una pioggia acida non lasciarla passare sulla squadra
- 5 Abbandona la macchina aziendale, la segretaria personale, l'ufficio. Stai in un'unica stanza insieme con i reporter o almeno con gli altri capi.
- 6 Costringiti a scrivere qualcosa con le tue mani
- 7 Il responsabile, sei tu
- 8 Dai fiducia al tuo art director
- 9 Discuti con la massima cura gli argomenti prima che i giornalisti si mettano a lavorarci. Parla con i giornalisti della quantità di lavoro necessario.
- 10 Conosci il più possibile della vita privata dei propri giornalisti. Siate pronti ad aiutarli in situazioni insolite.

Dimitri Olshanskij, ex caporedattore del giornale "Vita russa" (Russia)

- 1 E'interessante quando nello stesso giornale le persone la pensano in modo diverso, e non fanno squadra, non importa se per patriottismo o liberalismo
- 2 La "newsroom" non esistono. Ognuno ha il diritto al suo ufficio, eventualmente anche in due o tre, ma senza troppa folla.
- 3 La parola "nota" è raggelante: non ci sono "note", ci sono solo testi di generi diversi.
- 4 I bambini più grandi dovrebbero imparare a scrivere, e in fretta se ci sono dei bambini più piccoli intorno
- 5 Si dice che "openspace.ru" abbia un ufficio straordinariamente bello su "ottobre rosso" ma in generale gli uffici di "ottobre rosso" sono brutti. E di gran lunga molto scomodi, scomodissimi.

- 6 I testi devono essere letti attentamente, anche se l'autore è un genio
- 7 Le start-up lente, che tengono i numeri "sul tavolo" sono il segno distintivo dei truffatori e dei ladri. Quando si comincia, il lavoro va fatto in fretta: ci si siede, ci si accorda e si va.
- 8 Se amo uno scrittore, cercherò di dargli una paga decente
- 9 nelle redazioni le persone si dividono tra quelle che lavorano dalla mattina e quelli che lavorano di notte. Lavorano di mattina quelli che nella vita hanno altri interessi: hobby, famiglia, ristoranti, sport, amanti, droghe, giochi. Io lavoro di notte.
- 10 Se va bene tutto, ma nel testo manca il giusto finale, bisogna aprire il file, sedersi accanto a Alexander Timofeevskij, e dopo mezz'ora metterete il punto in fondo al pezzo.

Maksim Kovalskij, ex caporedattore del giornale "kommersant - vlast"(Russia)

1 Non scrivere un redazionale a pagamento

2 Non togliere un pezzo su richiesta o sotto pressione.

Ho infranto questa regola due volte in dodici anni. La prima, quando ero appena entrato in servizio e avevo commissionato un pezzo di previsioni su Putin a Roman Artiomov, ex caporedattore del mio giornale, collega che stimavo e ancora stimo molto. Il testo risultò fortemente critico e in molta parte preveggenza. Lo sottoposi al direttore che, per motivi politici, mi ordinò di non pubblicarlo. La seconda volta fu nel 2009, quando ancora non volevo arrendermi alle pressioni, ma il direttore, insistendo e quasi piangendo, insistette finché finii per togliere un pezzo di Oleg Kashin

3 Non far amicizia con la gente

Il principio numero 3 riguarda la cerchia di persone potenzialmente protagoniste di un articolo. Questo principio impoverisce molto la vita personale, ma rende più facile l'osservanza dei principi 1 e 2. Il fatto è che, secondo regole non scritte, una persona può chiamare e chiedere qualcosa se c'è un rapporto personale. Se sei stato con uno alla sauna o al bar, e questo un giorno ti chiede per compassione di non scrivere su una certa cosa, non potrai rifiutarglielo. C'è una sola soluzione: evitare le amicizie. Niente più incomprensioni e nessuna violazione dei diritti del lettore. Purtroppo non è possibile essere sconosciuti al proprio capo, anche se ciò dipende dalle qualità del capo e dalla cultura aziendale.

4 Non aver timore di essere accusato di fare marchette

Indipendentemente dall'osservanza o meno della regola 1, ti accuseranno della pubblicazione di pezzi a pagamento, perchè la stampa è considerata totalmente pagata.

Ad esempio nel 2000 pubblicammo un pezzo in cui raccontavamo che allo yoghurt veniva aggiunto un succo particolare. Fummo subito accusati di essere stati pagati. Da chi? Pensiamoci: la gente beve yoghurt alla mattina a colazione. Cos'altro mangi la gente a colazione? Le uova. Quindi siete stati pagati dalla lobby dei polli.

Proibire queste "analisi" non è possibile. Per non cadere nell'autocensura ed evitare che il giornale si trasformi in una lista di commenti, ho elaborato la seguente regola. Poniamo, la frase A esprime l'idea del pezzo, ma quella stessa frase, secondo una certa logica può essere considerata pagata. Allora, pensiamo: c'è un'altra logica che possa far pensare ad un altro committente? Se sì, allora si può tranquillamente pubblicare il pezzo. Che pensino che sia pagato da uno o da un altro, che litighino tra loro. Seconda tappa della verifica: cambiamo la proposizione A nel suo esatto contrario. Se dopo questo cambiamento si può individuare una logica che porti allo stesso committente, allora si può tranquillamente mandare in stampa il pezzo. Non temiamo le accuse del lettore che ritenga che il testo è stato commissionato.

5 non pensare al capo, pensa al lettore.

Questo principio sembra evidente, tuttavia osservarlo non è così facile, in quanto il lettore - non si sa chi, non si sa dove sia, e non si sa come reagisce - può impuntarsi e dire che tu l'hai preso in giro. Eppure questo principio è fondamentale. La sua inosservanza porta allo svilimento del giornale.

6 considera il lettore un ignorante pieno di talento

Molto spesso i giornalisti, scrivendo di cose serie, usano termini difficili senza spiegarli e dicono: se il lettore è intelligente capisce, se non lo è non capirebbe comunque. Secondo me è un'argomentazione completamente sbagliata. Il fatto è che una simile classificazione non può considerarsi completa: la stragrande maggioranza dei lettori non sono né così intelligenti, né così stupidi. Il lettore medio non è molto istruito ed è poco informato, ma se gli si spiega qualcosa è in grado di capire perfettamente. Bisogna lavorare proprio per questo tipo di lettore.

7 E' meglio lasciar perdere un argomento che lasciar passare la cacca. Questo principio riguarda solo i giornali. Parlando volgarmente, nel quotidiano ci sono cento articoli, nel mensile dieci. In misura proporzionale va poi distinta anche la dimensione e la collocazione e l'effetto prodotto dalla pubblicazione. Un cattivo pezzo nel quotidiano il lettore non lo nota e basta, come se non ci fosse. Gli è sufficiente dare uno sguardo su e giù a destra e a sinistra e trova subito qualcos'altro. Così per un quotidiano un voto basso è un niente, per un mensile è un meno. E' inoltre diverso trascurare un argomento se è importante e attuale: in questo caso pure è un meno. Non esiste un modo obiettivo di confrontare questi meno.

8 Non costringere i dipendenti a lavorare. Nel lavoro dei capi, il controllo del lavoro dei dipendenti richiede moltissimo tempo e fatica, i dipendenti si lamentano sempre che il loro lavoro è sottopagato. In un giornale non ha senso tenere questa gente. Lasciamo che lavorino quelli che non sono pigri e provano dell'interesse. Questi, non c'è bisogno di controllarli. Gli altri si segano da soli.

9 Se hai tolto un pezzo, comunicane all'autore il vero perché. Seguire questo principio è molto difficile, a meno che non ti dia soddisfazione il fatto di dire alla gente che ha scritto delle scemenze.

L'eliminazione o lo spostamento di un pezzo per mancanza di spazio è tutto sommato accettata dall'autore, ma l'eliminazione perché il pezzo è scadente è sempre offensiva. Inoltre il fatto che l'autore abbia confezionato un brutto pezzo significa che tu ti sei spiegato male prima: ma ammettere i propri errori è ancora più difficile che notare quelli degli altri.

10 Il tuo tempo appartiene in toto ai tuoi dipendenti. E' giusto che ogni collaboratore che partecipa al lavoro su un numero, si rivolga a te con delle domande. L'unico motivo fondato per rifiutare di dare una risposta immediata può essere che stai rispondendo alla domanda di un altro collega. Se non rispondi, demotivi i collaboratori.

Seghei Parkomenko, ex caporedattore dei giornali "Itoghi" (risultati), "il giornale settimanale" e "Vokrug sveta" ("intorno al mondo") -Russia

1 Non si può fare un quotidiano in un giorno, un settimanale in una settimana, un mensile in un mese. Ci vuole una "lunga" pianificazione, e il successo dipende da quanta attenzione e cura ci si mette.

2 Un periodico è una corsa su una distanza molto lunga. Ciò è soprattutto un esercizio di sopportazione. I primi tre numeri si fanno in un clima di eccezionale agitazione. Dal quarto l'adrenalina diminuisce. Già all'ottavo tutti sono presi dalla depressione. A livello del decimo - dodicesimo insorge la repulsione per il lavoro di redazione. Al quindicesimo si ricomincia a respirare. Solo dopo i primi venti inizia un normale lavoro di redazione e se tutto è a posto, comincia la crescita.

- 3 I giornalisti che scrivono sono in perenne conflitto con quelli che stanno al desk. Entrambi sono sempre in conflitto con gli illustratori e i fotografi. I fotografi sono in conflitto con i grafici. I grafici combattono contro tutti gli altri. Non bisogna aver paura di questi conflitti e non bisogna nemmeno ignorarli. Bisogna governarli con intelligenza e accuratezza. Questi conflitti sono organici, naturali, molto positivi. Anzi, proprio loro consentono alla pubblicazione di crescere e svilupparsi, e di non fermarsi
- 4 Non ci si deve rapportare in modo sprezzante al principale strumento di lavoro, la lingua. La sparizione dei correttori dallo staff della redazione è una catastrofe sicura e rapida: nessun correttore automatico riesce a sostituirli, nessun sistema informatico, nessuna alta tecnologia e nessuna astuzia elettronica. I redattori devono essere capaci di fare i redattori. I manager, i produttori, i supervisor e i publishing officers non potranno mai rispondere alle necessità dei redattori. Per questo è molto utile lasciare almeno alcuni elementi del processo “cartaceo”: solo sulla carta il testo appare tale e quale come il lettore lo vedrà poi e di conseguenza solo così si può davvero lavorare seriamente.
- 5 E' particolarmente importante guardare ogni tanto il lavoro quando è finito, innamorarsene, osservare come è stato realizzato con cura, pulito, confezionato e e poi buttarlo con decisione all'inferno. E ricominciare daccapo. Completamente da capo. Ed è anche importante sapere, se serve, come si fa a cambiare il pezzo d'apertura della prima pagina del quotidiano l'ultima mezz'ora prima della chiusura, quattr'ore prima per un settimanale e in un giorno per un mensile.
- 6 La procedura del visto si stampi deve essere proprio una procedura fisica di firma “sullo stampato”. Se il giornale è a colori, bisogna stampare le colonne a colori. Firmare ogni pagina separatamente, con una buona penna, in uno spazio comodo e confortevole, tenendo gli occhiali sul naso. E' questo il momento in cui saltano agli occhi i peggiori errori di battitura e le sviste sfuggite nelle fasi precedenti.
- 7 Nell'ufficio del capo redattore devono esserci molte sedie. Non c'è niente di più importante per un buon lavoro di redazione che una conversazione vivace tra gente viva. Il giornalismo è un lavoro collettivo e il lavoro di redazione è fatto di comunicazione almeno tanto quanto il nostro corpo è fatto di acqua. Non credo nell'efficacia delle redazioni a distanza dove ognuno siede in casa sua e ci si scambia tutto via skype.
- 8 Bisogna riservarsi il diritto alla decisione unilaterale, senza specificarne le ragioni e senza fornire spiegazione, di aumentare la retribuzione di qualunque autore o dimezzarlo se lo si ritiene il caso.
- 9 Non ha senso assumere una persona che già al primo colloquio chiede quale sarà il suo giorno libero e quando potrà esimersi dal partecipare alle riunioni di redazione, dal momento che lui ha altri lavori, visite mediche, studio, impegni vari ecc. Di queste cose si potrà parlare dopo, ma cominciare da qui, no.
- 10 Mai, in nessuna circostanza e per qualunque pretesto si deve permettere che si beva vodka nel posto di lavoro.

Ekaterina Krongauz, caporedattore del sito del giornale “Grande città” (bg.ru) Russia.

1 se non sai qualcosa pensa come

2 sen non sai come pensa che cosa

3 non aver paura di andare controcorrente

- 4 se hai paura, vacci lo stesso
- 5 valuta i tuoi collaboratori
- 6 se non li apprezzi cacciali
- 7 non parlare male dei tuoi concorrenti in pubblico
- 8 quando hai detto qualcosa, ripetilo
- 9 non sposare un altro caporedattore
- 10 se l'hai sposato, amalo

Osserviamo alcune differenze nel trattare e riferire sui principi etici tra i redattori russi e bielorusi. Se infatti i bielorusi si soffermano molto sull'obbligo di avere comportamenti morali, di valutare l'opinione delle parti, ricordarsi della coscienza, veridicità, verità, indipendenza dalla pubblicità, nei redattori russi tutto appare in qualche modo trasgressivo.

Leggiamo "menti ridendo" "non concederti gratuitamente a un inserzionista" "fai quello che vuoi". E nello stesso tempo troviamo anche "non cedere all'editore". Si può quindi constatare con convinzione l'unicità dei principi esposti nei codici etici nazionali e molto simili tra loro nel contenuto.

Domande per l'autoverifica

- 1 Sono assolutamente identiche l'etica dei giornalisti e quella dei direttori ed editori?
- 2 c'è una differenza nella trattazione dei principi etici da parte dei redattori russi e bielorusi?

Capitolo 9

L'etica professionale del giornalismo online

Le facce della medaglia

Avviene sempre più spesso di imbattersi in idee nuove sui codici etici specifici per i nuovi media, e ciò avviene non solo nella cerchia dei blogger e dei collaboratori di media virtuali, ma anche tra studiosi seri e noti professionisti. L'ampia discussione ha tra l'altro prodotto un termine nuovo "netiquette". Wikipedia lo definisce così: etichetta della rete (neologismo che unisce il vocabolo inglese network (rete) e quello di lingua francese étiquette (buona educazione) ossia le regole di comportamento di comunicazione nella Rete, cui si attiene la maggioranza degli utenti.

Le questione della relazione reciproca tra l'etica professionale dei giornalisti e l'online resta irrisolta. L'introduzione dei nuovi supporti per trasferire l'informazione è apparsa come una rivoluzione. Fu così quando apparve la macchina per stampare di Gutenberg, che fu maledetto dalla Chiesa, e poi la radio, la televisione... Tutto questo fu chiamato "rivoluzione". Ma dove c'è rivoluzione c'è rottura del vecchio e

nascita del nuovo. “Ogni rivoluzione significa nuove possibilità, che a loro volta diventano una minaccia per il vecchio, per vecchi metodi e pratiche - scrive Madison Stephen Bard, direttore del Centro per l’etica della scuola di giornalismo e comunicazioni di massa dell’Università del Winsconsin - L’attuale rivoluzione nei mass media non è l’eccezione. La questione principale è: quanto è adatta l’etica dei mass media esistente, ai media di oggi e di domani?”

L’interrelazione tra la vecchia etica e i nuovi mass media solleva un gran numero di problemi. Il diritto al libero accesso all’informazione e la libera espressione delle opinioni si scontra con il diritto alla difesa, ivi compreso quello dalla propaganda di droghe, della violenza, della pornografia ed altro ancora. Qualcuno racconta sul suo blog lo sbalzo che ha avuto dopo la sua dose di eroina e propone di seguire il suo esempio. Questo contraddice solo la vecchia etica o va inserito nel quadro di qualche “nuova” etica? O invece non contraddice a nulla? Ma allora come la mettiamo con le verità eterne - ad esempio quelle della Bibbia?

Parrebbe che internet sia un mezzo di comunicazione diretta tipo una telefonata e che i divieti (compreso quello fondato su principi etici) siano sconvenienti, impropri e fuori legge, perchè si parla, in sostanza, di difesa della sfera privata: parlo con chi voglio, di ciò che voglio, e quando voglio. E in generale: chiunque scrive ha il diritto di scrivere quel che vuole e come vuole. E ogni lettore ha il diritto di non leggerlo.

Nello stesso tempo internet come mezzo di informazione si rivolge alla società in forma anonima, assolvendo in sostanza la funzione della radio, ha la stessa risonanza e la stessa azione sulla società: il che presume giustamente una responsabilità rispetto alle violazioni dell’ordine morale della società. Osserviamo che la questione della responsabilità è ancora più attuale, nel momento in cui gli individui incapaci di lavorare con la parola in modo professionale ma capaci solo “di offendere la morale pubblica” nell’online sono sempre più numerosi, e se ne capisce il perchè. Considerate le possibilità di internet, ciò non solo non è difficile ma è anche efficace (un solo albero che cade produce più rumore che tutto un bosco che cresce tranquillamente), e inoltre delle sciocchezze non ci si vergogna più. Questa è una faccia della medaglia.

L’altra faccia, molto importante, è questa: la questione della morale nei media è legata, sempre e quasi esclusivamente, con la questione della qualità dell’informazione, come riconoscono perfino gli stessi rappresentanti dei nuovi media. “I media sociali hanno trasferito le notizie nel terreno minato delle voci e delle false notizie, che aggiungono confusione in una situazione già poco chiara di suo” dichiara journalism.co.uk importante risorsa che si occupa di giornalismo on line. Ma l’attraversamento di un campo minato è un compito non solo difficile ma anche pericoloso. E comunque, un campo minato è proprio necessario?

C’è ancora una questione in questo contesto: i discorsi su un’etica specifica per l’online sono forse soltanto il tentativo di mettere dei paletti intorno ad un’area di non-professionalità? Forse, le voci sulla rivoluzione sono stati ingigantite e “il giornalismo del popolo” non è altro che un mito?

La stabilità dei principi etici

Nessun redattore di uno dei giornali più democratici della Bielorussia ha più parlato al telefono con un collega di "SB. Bielorussia oggi" dopo che lui aveva pubblicato la registrazione di una loro conversazione su facebook. Il redattore non era stato avvisato del fatto che la conversazione veniva registrata, per cui aveva parlato molto più liberamente di quanto convenisse: si sa, un conto è una conversazione amichevole, un'intervista per un giornale è un altro conto": Il risultato è stato che il giornalismo di SB ha fatto una brutta figura Per qualche tempo su facebook c'è stata agitazione sul tema: ha fatto bene il giornalista a mettere in piazza una registrazione non concordata? Molti di coloro che si ritengono dei professionisti, hanno confermato che era giusto: in primo luogo facebook non è un mass media ufficiale e lì tutto è possibile, in secondo luogo non era una balla uno dei giornali "democratici", e quindi non c'era ragione di agitarsi. C'erano deboli accenni al fatto che il codice etico della BAJ esige di chiedere il consenso alla registrazione delle conversazioni, ma si sono persi nel coro delle esclamazioni: l'online ha i suoi principi etici, e sono definiti dalla quantità di clic e di like.

A proposito di clic e di like: con l'avvento della rete è molto cresciuta l'importanza e il significato della dicotomia tra "proprio" e "altrui" secondo i principi dell'economia aziendale.

Parlando agli studenti della BGU il direttore della TV bielorussa Davidko notava: "come si conduce questa guerra ideologica? A volte parlano di Aleksandr Lukashenko anche i giornali non statali, diciamo così, nemici. Ad esempio, Belgazeta.

Nella polemica pubblica dei democratici apertasi dopo le elezioni presidenziali del 2010, nella rete venivano usate espressioni mirate all'esaltazione del proprio "io", a discredito di tutti gli altri. In generale, il valore di tutto ciò che è IO, mio e tale e quale sono lo cresce a dismisura nella rete: non ci si vergogna più di nessun livello di egocentrismo. Impera l'aperta villania, canta e suona. Non ci sono barriere reali. Libertà! Ma in verità la strada verso la libertà passa attraverso il divieto di far del male, attraverso l'autolimitazione dei giornalisti tramite l'osservanza dei codici etici. E se la "nuova etica" dei nuovi media cambia questo divieto, allora bisogna riflettere. Quanto all'etica professionale nella rete, esistono non pochi suggerimenti degli specialisti. che hanno elaborato i principi etici "propri" e "nativi" dei nuovi media. Uno dei più noti specialisti nel settore dell'etica professionale dei giornalisti, titolare della cattedra di pubblicità e relazioni sociali dell'istituto di giornalismo dell'università nazionale di Kiev "Sevchenko", il professor Valerij Ivanov, afferma: "per quanto riguarda la vostra domanda sulla trasformazione dei principi etici a fronte del cambiamento delle tecnologia e la comparsa di nuovi strumenti di comunicazione, questa è la mia opinione: i principi etici non cambiano con i cambiamenti delle tecnologie. Cioè, gli standard comuni del giornalismo non cambiano in funzione del canale attraverso cui viene trasmessa l'informazione. Vengono mantenute le esigenze di precisione, il riferimento alle fonti e la completezza..."

Il docente dell'università di Lubiana e segretario generale del gruppo di lavoro per la definizione dell'Europa del futuro, Zhiga Turk, ritiene: "Bisogna concentrare l'attenzione su ciò che i mezzi tecnici di comunicazione non possono fare: realizzare, non solo diffondere, storie interessanti o una buona politica. Per la qualità ci sarà sempre un mercato. La crescita di nuove tecnologie dell'informazione ha infranto il sistema solo in questo senso, che le penne migliori si possono trovare non solo nello staff di un quotidiano: ma la politica non necessariamente si formula solo nei corridoi del potere".

Sostiene la stessa opinione il consigliere dell'unione dei giornalisti norvegese Stain Svendsen: "in Norvegia c'è un solo codice etico per tutti i media. Quando si parla di standard etici, non vedo ragioni per fare differenza tra le diverse piattaforme tecniche dei media. L'etica funge da difesa della nostra integrità e aiuta a conquistare la fiducia della società. In questa relazione la piattaforma utilizzata non significa nulla".

Regole di netiquette

Riguardo alla trasformazione dei principi etici connessa allo sviluppo delle tecnologie e al cambiamento degli strumenti informatici bisogna osservare le seguenti cose:

In primo luogo, la formazione della morale professionale non può essere un semplice fenomeno momentaneo, ma un processo vivo, ininterrotto.

Ad esempio, le norme etiche per i lavoratori della stampa adottate dall'unione della stampa norvegese nel 1956, sono state cambiate e completate nove volte: nel 1966, 1975, 1987, 1989, 1990, 1994, 2001, 2005 e 2007. Cambiano continuamente e vengono completati i codici etici degli altri paesi, compresa la Bielorussia. La commissione per l'etica della BAJ lavora su cambiamenti e integrazioni, da proporre nelle successive sedute dell'associazione.

In secondo luogo, è logico assumere che i nuovi mass media, come pensa il noto ricercatore dei mass media Mike Zandbote, non "licenziano" i vecchi ma li ampliano e li completano, facendo crescere le possibilità comunicative. Internet unisce le forme di comunicazione esistenti, sposta il confine tra le comunicazioni individuali e quelle di massa. L'impegno non è elaborare un'etica di internet, ma di sviluppare l'etica grazie all'interpretazione delle forme esistenti di comunicazione in internet e la sua ricucitura nel mondo offline. L'utente, secondo Zandbote, deve impegnarsi sull'autocontrollo del mezzo di informazione, ma l'autocontrollo è possibile solo sulla base di principi etici, come quelli già esistenti e verificati da molti anni di pratica, così come dei nuovi che tengono conto delle caratteristiche specifiche degli strumenti contemporanei di informazione.

Inoltre i codici di etica del computer già esistono. Il primo di questi fu elaborato negli Usa nel lontano 1979.

Su questa base la Federazione internazionale per le tecnologie dell'informazione nell'epoca di internet (IFIP) raccomanda di adottare codici di etica del computer alle organizzazioni nazionali degli altri paesi, tenendo conto delle diverse culture locali e delle tradizioni etiche. I contenuti dei vari codici sono diversi, ma tutti hanno come base comune un insieme fisso di proposizioni morali, che possono essere riferiti alla seguente lista:

- 1 Non usare il computer con lo scopo di danneggiare altre persone
- 2 non porre intralcio e non immischiarsi nel lavoro di altri utilizzatori della rete dei computer
- 3 non usare files non destinati all'uso libero
- 4 non usare il computer per furti
- 5 non usare il computer per distribuire informazione falsa
- 6 non usare programmi rubati

7 non impadronirsi della proprietà intellettuale altrui

8 non usare l'attrezzatura informatica o le risorse della rete senza permesso o senza relativa compensazione

9 pensare alle possibili conseguenze sociali dei programmi che scrivete e dei sistemi che elaborate

10 usare il computer con autolimitazione, mostrando accortezza e rispetto per le altre persone

Esiste anche un'etica del blog e perfino degli hacker

Studiando questi documenti, ogni volta si conferma che essi sono stati costruiti sulla base di principi già da tempo verificati dei vecchi mass media. Ad esempio, nella primavera del 2013 il sito journalism.co.uk nel corso di un suo convegno ha esaminato le questioni etiche che agitano i giornalisti in internet.

Furono tratte le seguenti conclusioni:

1 l'esattezza è più importante della velocità. I social media hanno trasferito le notizie nel campo minato delle voci e delle notizie false, che confondono il lettore e in genere in situazioni non sempre comprensibili. Ma ciò non deve influire sul giornalista, che è obbligato a verificare i fatti. Essere nel giusto è sempre più importante che essere i primi.

2 trasparenza. Al tempo della trasmissione dal vivo la trasparenza è di importanza vitale. Voi potete dire qualcosa, che non corrisponde la 100% alla verità, ma se arriva un'informazione aggiuntiva da un altro mass media, allora è giusto accettarla, senza ritenerla un'informazione propria. L'esibizione delle fonti e il link sono piuttosto importanti anche per la pubblicazione delle notizie

3 Aggiunta di valore ai pezzi

Si possono ripubblicare storie scritte da altri, ma sarebbe meglio se fossero completate da ulteriori e nuove informazioni. Questo dev'essere la pratica normale per i giornalisti. Il copia incolla non è accettabile in nessun caso.

4 correzioni

Gli errori li facciamo tutti, e non solo di battitura, ma anche errori significativi sui fatti concreti. I partecipanti al convegno sono arrivati unanimamente alla conclusione che in simili casi la scelta migliore sono le scuse e l'ammissione di colpa.

5 lavoro coi troll

I commenti nei forum, nei social network e nei siti dei giornali da tempo sono diventati un problema per i redattori. Ingl raccomandava di non dar da mangiare ai troll, non usare toni volgari, rispondere gentilmente e con riservatezza. Per quanto riguarda l'obbligo di autorizzazione e la moderazione dei giudizi, allora, secondo l'opinione di Briant, "alcune persone possono dire cose molto vere, ma solo se coperti dall'anonimato". Egli ritiene che gli utenti debbano accettare di esprimere l'opinione firmata, ma anche che sia consentita la possibilità di scelta.

E c'è anche un'altra cosa: è importante la presenza non coinvolta di uno dei giornalisti o dei caporedattori- Questo conferisce nel lettore la sensazione che qualcuno tenga dietro a loro, e in alcuni casi moderi l'eccesso di emotività nelle espressioni.

... ..

Come abbiamo visto, le conclusioni di journalism.co.uk in sostanza ripetono gli assunti fondamentali dei codici di etica del computer. Ma questo sono imparentati con i principi che già da lunghissimo tempo sono stati formulati in ogni codice etico dei “vecchi mass media”: esattezza, deciso rifiuto del furto di informazioni, obbligo di ammettere gli errori, correttezza in tutto, perfino nei commenti sui siti (Non nutrire i troll”, non passare a un tono volgare, rispondere gentilmente e in modo riservato)

La lingua dei media virtuali

Sono piuttosto interessanti anche dal punto di vista dell’etica professionale, i processi di sviluppo del linguaggio dei mass media virtuali. In pratica tutti i ricercatori notano l’inserimento di espressioni non normate e non normative. Risorse tipo facebook e i blog utilizzano termini del comune linguaggio parlato ma anche espressioni maleducate contenenti elementi di aggressività verbale.

Spesso nella comunicazione con i colleghi capita di sentire argomentazioni del tipo: l’introduzione di termini non normati nel linguaggio di praticamente tutti i mass media è un processo legittimo e necessario, dettato dai tempi. Questo è vero fino a un certo punto. Tra le ragioni dell’introduzione di lessico non normato nella lingua dei mass media i ricercatori citano anche la criminalizzazione della coscienza sociale, legata all’aumento della quantità di elementi declassificati, l’eliminazione dei divieti da parte della censura, l’assenza di equivalenti nella lingua normata.

Importanti ricercatori russi affermano che la pioggia di parole gergali e parole prossime al turpiloquio è legittimo solo in questo senso, che è un fenomeno tipico dei momenti di terremoto sociale. E’ noto che nel corso del XX secolo la lingua russa ha subito tre intrusioni di dialetti: negli anni venti, la prima guerra mondiale e la guerra civile, due rivoluzioni (con l’accompagnamento dei campi di concentramento, di orfani, amnistia) nel 1940 - 50 (guerra mondiale, campi di concentramento tedeschi GULAG, grande amnistia) alla fine degli anni 80 e 90 (perestroika, dispersione dell’Unione sovietica, guerre etniche, lager, amnistie)

Una grande quantità di persone in quei tempi erano in prigione, dove hanno appreso il lessico criminale, e lo hanno portato nella società. Ma via via che la società si stabilizzava, il lessico dei media era tornato nella norma, mantenendo in uso soltanto nuove espressioni più espressive ed espressioni che non avevano equivalente.

Quindi, il discorso non riguarda il cambiamento dei principi etici, elaborati dalla società nel corso dei secoli della loro esistenza,. Non uccidere, non rubare, non dire falsa testimonianza, non desiderare la roba d’altri, non desiderare la donna d’altri. Proprio su queste si sostengono le libertà fondamentali tra cui la libertà di scrivere e di leggere.

Domande per l’autovalutazione

1 quali problemi di relazione reciproca tra la vecchia etica e i nuovi media?

2 che cosa si prefigge la regola della netiquette?

3 quali esigenze si presentano alla lingua dei media virtuali?

capitolo 10

Undici raccomandazioni superflue ai colleghi

raccomandazione 1 E' bene avere presente che il cosiddetto "giornalismo statale" e l'etica professionale del giornalista non sono concetti coincidenti. Là dove c'è l'etica professionale del giornalista, non può esserci giornalismo "statale" e viceversa.

raccomandazione 2 ricordate la regola aurea dell'etica, non fare a un altro ciò che non vorreste fosse fatto a te. In primo luogo perchè è immorale, in secondo luogo perchè è pericoloso, in terzo, perchè se non fai passare gli altri per idioti può darsi che i tuoi colleghi non ti facciano passare per idiota

raccomandazione 3 Datevi pace sul fatto che in ciascuno di noi non c'è solo la bontà di Cristo ma anche il male di Giuda. La vita del giornalista ci costringe a dar dimostrazione sia dell'uno che dell'altro aspetto. Ma non rifuggire dal giornalismo solo per questo. Il senso dell'etica professionale del giornalista non è che si deve rifuggire completamente dalla vita, ma solo che, nel prendervi parte, si deve mantenere, nello spirito e nei fatti, la vicinanza a Cristo.

raccomandazione 4 Si può considerare l'etica professionale come una serie di comandamenti, ma anche come dei principi in grado di aiutare a esercitare la professione senza rischi. L'importante è non considerarle come se fosse il codice morale del "costruttore del comunismo" che in epoca sovietica tutti conoscevano a memoria ma che nessuno metteva in pratica.

raccomandazione 5 Provate, quando fate un pezzo, a cercare onestamente la verità. Questo è utile anche perchè, se pubblicate su commissione del materiale falso si può andare incontro a un mucchio di difficoltà, tra cui anche il fatto che se al committente non piace qualcosa, tenderà di addossare tutta la colpa proprio a voi. Se avete sentore di menzogne, meglio rifiutare la commissione e i relativi soldi.

raccomandazione 6 Bisogna fare citazioni esatte. Sempre e in ogni caso. Meglio perdere qualche minuto subito che molte ore in tribunale. Ancora una volta si tratta di etica professionale. Pur essendo una persona onesta, se sbagliate un nome il pubblico vi riterrà un mentitore.

raccomandazione 7. E' ampiamente noto: la massima difficoltà nel giornalismo è la ricerca delle notizie. Ma oltre a ciò, c'è l'obbligo di non ingannare quelli che vengono chiamate "fonti tacite di informazione" inclusa la promessa di non pubblicare nulla di quanto detto e poi invece pubblicarlo. La minima infrazione di questo tipo porta al rapido indebolimento e alla perdita totale della fiducia.

raccomandazione 8

Dopo avere avuto una notizia, in nessun caso non rielaboratela o miglioratela per renderla più eclatante o viceversa. L'ostilità verso un regime o verso una persona concreta, le cui azioni dipingiamo ancora più nefande di quanto non siano nella realtà, può condurvi là dove non vuole andare nessun giornalista, ossia nella sala udienze del tribunale.

raccomandazione 9

Abbiate timore delle ingerenze nella vita privata! Non solo perchè è un diritto tutelato dalla legge e perchè nel conflitto tra essa e ciò che viene chiamato "interesse pubblico" prevale sempre il lato della vita privata. Bisogna schivare le ingerenze nella vita privata soprattutto perchè qui più che in qualsiasi altra sfera di attività umana è molto facile fare danni. La compassione deve essere il principio che si può mettere accanto all'onestà.

raccomandazione 10

David Randall ha assolutamente ragione: bisogna sempre correggere i propri errori. Inoltre la pubblica ammissione della propria mancata correttezza è una stella aggiuntiva nel palmares del giornalista.

raccomandazione 11

Ricordate: il giornalismo come pubblica professione, offre una gran quantità di occasioni per offerndere l'oppositore tra cui anche quella che deriva anche dall'uso, nelle scintille della polemica, di un lessico fuori dalla norma. Non fatelo!

