Një qasje praktike në etikën e gazetarisë

By Kelly McBride

Digital platforms such as Twitter and Facebook are changing the way people create and consume journalism.
© AP Images

Epoka digjitale ka transformuar mënyrën se si gazetaria krijohet dhe shpërndahet. Me përdorimin e gjerë të telefonave celularë dhe të pajisjeve tjera mobile që mund të lidhen në internet, linjat mes konsumatorit të përmbajtjes dhe krijuesit të saj janë zbehur, e ndonjëherë edhe nuk ekzistojnë.

Me rritjen e numrit dhe llojit të burimeve të përmbajtjes, rritet edhe mundësia që qytetarët të pranojnë informacione të shtrembëruara dhe të pavërteta dhe të veprojnë në bazë të tyre.

Në një mjedis të tillë, qytetarët kanë nevojë për gazetari të besueshme dhe të saktë që të mund të kuptojnë komunitetin e tyre dhe botën më të gjerë, si dhe që të mund të sjellin vendime si qytetarë në bazë të informatave.

Gazetarët përvetsojnë dhe zbatojnë standarde etike që sigurojnë se puna e tyre shërben vlerat e së vërtetës, transparencës dhe të komunitetit.

Duke vepruar kështu, gazetarët individualë dhe organizatat që publikojnë punën e tyre fitojnë besimin e publikut në kompetencën dhe në integritetin e tyre. Por, si një gazetar u përmbahet standardeve më të larta të etikës?
Gazetarët kudo ndjekin standarde të etikës duke artikuluar parimet që përbëjnë vlerat themelore të gazetarisë, që zakonisht përfshijnë edhe këto që vijojnë:

- Të kërkohet e vërteta dhe të raportohetmbi të sa më gjerësisht që është e mundur.
- Të mbahen pushtetarët përgjegjës.
- T'u jepet zë të pazëshmëve.
- Të qenurit transparent për praktikat gazetareske.
- Të qenurit të drejtë dhe gjithëpërfshirës në qasjen drejt storjeve.

• Të shmangen konfliktet e interesit çdoherë kur është e mundur, dhe të përfshihen qëndrime të kundërta.
• Të minimizohet dëmi, në veçanti për të ndjeshmit.
• Mbetja i/e pavarur nga ata që do të përdornin ndikimin e tyre për të shtrembëruar të vërtetën me qëllim të avansimit të axhendës së tyre.
• Vendosja e besnikërisë ndaj qytetarëve të cilëve ju shërbehet mbi çdo interes tjetër.
• Të qenurit vigjilentë dhe të disiplinuar në përpjekjet për të verifikuar informacionet.
• Krijimi i forumit për debat dhe kritikë publike.

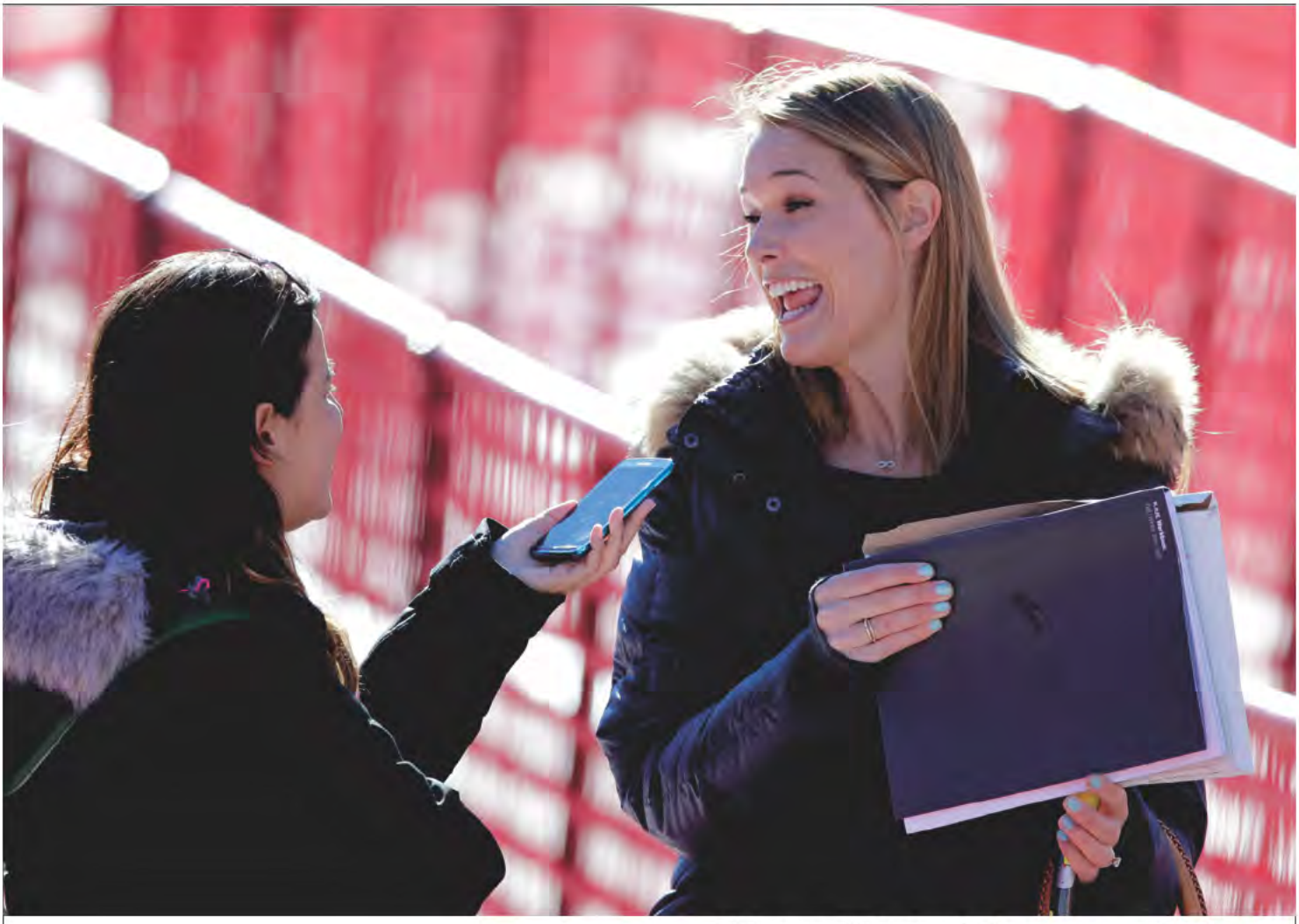
Kjo listë ka për qëllim të shërbejë si shembull i parimeve bazë, por nuk është e tërësishme. Çdo medium dhe asociacion i gazetarëve duhet të definojë listë vetanake të parimeve që udhëzojnë misionin dhe praktikat e gazetarisë.

Pasi gazetari të ketë artikuluar parimet bazë definimi i zgjedhjeve të mira etike kërkon lidership, të menduar kritik, parashtrim të pyetjeve, identifikim të një sërë alternativash për një situatë të caktuar, dhe në fund përzgjedhjen e alternativës që më së miri shërben qëllimet gazetareske.

Për shembull, shumë gazetarë mbështeten në burime anonime për t'ju thënë se çfarë me të vërtetë ndodh në marrëveshjet e qeverisë. Të themi që një burim ju kontakton dhe ju thotë që një politikan i zgjedhur është duke marrë ryshfet nga një biznes lokal për të rregulluar kontrata të majme me qeverinë për atë biznes. Gazetari dhe kolegët e tij duhet të fillojnë duke parashtruar pyetjet në vazhdim:

• Cili është qëllimi ynë si gazetarë për të ndjekur këtë informacion? Si u shërben ai qytetarëve?
• Cilat janë motivet e këtij burimi për të zbuluar një korrupcion të këtillë?
• A ekzistojnë dokumente publike që mund të vërtetojnë akuzat?

Remaining loyal to the public—above all other interests—is a core principle of ethical journalism.
© AP Images



To bolster your credibility as a journalist, always encourage sources to speak on the record. © *AP Images*

• A mundet burimi të sigurojë qasje në ndonjë dokument apo dëshmi tjetër?
• Si duhet të përshkruajmë natyrën e këtij burimi, njohuritë e tij dhe arsyen përse jemi duke e mbajtur identitetin e tij të fshehtë nga publiku?
• Ku mund të gjejmë burime të tjera që mund të vertëtojnë këtë informacion? A do të bëhen publike emrat e tyre?
• Çfarë reportazhe duhet të bëjmë për t'u siguruar që kemi storje të plotë?
• Nëse mbështetemi në këtë burim, çfarë duhet të bëjmë që të mbrojmë atë nga dëmi?

Këto pyetje nuk përjashtojnë themelimin e praktikave më të mira rreth burimeve anonime. Disa media krijojnë udhëzime që inkurajojnë gazetari etike, siç janë:
• Burimet në përgjithësi duhet të identifikohen me emër.
• Anonimiteti paraqet sfidë për besueshmërinë tonë dhe duhet të përdoret shume rrallë, dhe vetëm për storjet më të rëndësishme.
• Nëse publikojmë informacion nga një burim anonim, ai duhet të vërtetohet nga dy burime tjera.

Udhëzimet e tilla mund të jenë shumë të dobishme. Por, pasi që nuk mund të sigurohen udhëzime për çdo skenar të mundshëm, ato duhet të plotësojnë në vend se të zëvendësojnë të menduarit kritik të nevojshëm për vendimmarrje solide e etike.

Një skenar tjetër me të cilin shpesh ballafaqohen gazetarët modern është pyetja çfarë të bëhet me një informacion që është prezantuar në tregun e ideve, ndoshta përmes mediave sociale, por që nuk është verifikuar.
Kjo mund të jetë një video kontroverze apo foto të bëra me telefon celular, një dokument që pretendon korrupsion, apo një rrëfim i zbuluar.

Kur qytetarët e një komuniteti diskutojnë një informacion që është verifikuar apo vërtetuar, gazetarët duhet të veprojnë që ta qartësojnë atë.

Mund të parashtroni këto pyetje:
- Çfarë mund të bëjmë për të verifikuar apo për të përgënjeshtruar informacionin?
- Si mund të zbulojmë më tepër fakte apo kontekst për të përmirësuar qartësinë për publikun?
- Cili është obligimi ynë për të përmirësuar informacionet e gabueshme që bëhen publike nga të tjerët?
- Kur shpallim këtë informacion, si mund të bëjmë të qartë besimin apo mungesën e besimit tonë në lidhje me atë informacion?

Për një gazetar, besueshmëria dhe aftësia e tij nuk janë rezultat i asaj që gazetari i di të gjitha përgjigjet, por i të pasurit të një kuptimi të qartë mbi vlerat dhe etikën gazetareske, në kombinim me intelektin për të parashtruar pyetje të mira që zbulojnë zgjidhje alternative dhe rrugë të reja për të arritur deri te e vërteta.

Kelly McBride është anëtar i lartë i fakultetit të Poynter Institute, shkollë dhe qendër për strategji mediale që ka për qëllim përgatitjen dhe inspirimin e gazetarëve dhe liderëve. Instituti ofron trajnime përmes faqes për mësimdhënie elektronike www.newsu.org si dhe lajme në lidhje me mediat në www.poynter.org .

When new information is introduced into the conversation, such as a controversial image shared through social media, journalists must ask themselves what they can do to verify or discredit the authenticity of that information. © *AP Images*

Published March 2014
ISBN978-1-625-92200-7

UNITED STATES DEPARTMENT OF STATE
BUREAU OF INTERNATIONAL INFORMATION PROGRAMS