

GHID *de* STIL
pentru jurnaliști

cu norme etice

PREFAȚĂ

GHIDUL DE STIL CU NORME ETICE PENTRU JURNALIȘTI este un produs al Asociației Presei Independente (API), destinat jurnaliștilor care înțeleg să-și facă meseria profesionist și cu responsabilitate. Între copertile acestei culegeri au fost adunate principalele norme lingvistice, un set unitar de reguli din punct de vedere al stilului jurnalistic, standardelor etice și al conduitei profesionale, pe care au convenit să le respecte colectivele redacționale reprezentate în API. În același timp, membrii asociației noastre îl recomandă cu sinceritate tuturor jurnaliștilor din Republica Moldova, dar și studenților facultăților de jurnalism. Redactorii și reporterii vor găsi în acest ghid răspunsuri la multe din întrebările și situațiile dificile din punct de vedere profesional, de care se ciocnesc în activitatea lor de zi cu zi. Studenții vor învăța mai multe despre regulile limbajului jurnalistic, normele de stil ale limbii române, etica și conduita profesională corectă. De asemenea, în această ediție revăzută și completată am inclus patru anexe: un ghid de bune practici privind relatările despre copii, un set de recomandări pentru un discurs media echilibrat din punct de vedere al genului, un ghid de design și paginare (reguli, pe care ar trebui să le cunoască nu doar machetatorii, ci și redactorii și reporterii de ziar) și o selecție din legislația în vigoare a Republicii Moldova care include prevederi legale care vizează sau au tangență cu activitatea jurnalistică. Luate în ansamblu, normele incluse în acest ghid ne vor ajuta să devenim profesioniști adevărați, adică jurnaliști care oferă publicului informații corecte, obiective și echidistante.

GHIDUL DE STIL CU NORME ETICE PENTRU JURNALIȘTI a fost reeditat și completat în cadrul unui proiect finanțat de organizația suedeză Civil Rights Defenders (fostul Comitet Helsinki pentru Drepturile Omului în Suedia) și oficiul din Moldova al UNICEF (Fondul Națiunilor Unite pentru Copii). Ca punct de pornire în elaborarea ghidului a servit „Manualul de stil” (autor – Theo Temmink, traducere și adaptare – Alexandru-Brăduț Ulmanu), editat de Fundația Start Media din România în cadrul unui proiect de parteneriat cu organizația olandeză Free Voice.

API apreciază și aduce mulțumiri tuturor colegilor jurnaliști și experți care au contribuit la completarea și adaptarea ghidului (numele acestora sunt menționate la pagina 104 a lucrării). Suntem convinși că această lucrare va fi de un folos real pentru jurnaliști și pentru cei care vor să devină jurnaliști profesioniști.

Petru Macovei,
director executiv API

1. Stilul jurnalistic

Stilul jurnalistic se distinge, în primul rând, prin claritate, exactitate și concizie; unele genuri de jurnalism solicită, deopotrivă, o scriitură plastică și elegantă. O știre, un reportaj sau un articol, redactate într-o limbă călătoasă, plină de greșeli, de clișee și de fraze ermetice, provoacă – în cel mai bun caz – căscatul. Autorii unor asemenea texte obscure și obtuze nu pot fi considerați în niciun caz jurnaliști, ci mai curând niște agenți ai întunecimii și ai plictiselii.

Pentru a-i ajuta pe reporteri să evite greșelile cele mai frecvente din presa noastră, pentru a-i îndruma pe calea pe care, parcurgând-o, și-ar putea dobândi un stil, am și elaborat acest ghid.

Limbajul jurnalistic

O datorie profesională, civică, ba chiar una patriotică, a tuturor jurnaliștilor este să folosească și să promoveze limba exemplară. Altfel spus, să-și redacteze textele sau să vorbească la microfon și în fața camerelor de televiziune în limba literară română, așa cum este ea ordonată de gramatici și fixată în dicționarele normative, academice: DEX, DOOM-2007 etc.

Scrierea cu â sau cu î

Vom decide în cadrul redacției cum vom proceda în acest caz. Dacă ne vom conforma Hotărârii Academiei Române din anul 1993 (nerecunoscută oficial în Republica Moldova), o vom respecta în toate textele. Autorii externi se vor conforma, de asemenea, practicii uzuale din redacție.

Există o serie de dificultăți de limbă tipice, cu care jurnaliștii se confruntă adesea. Le vom prezenta în continuare, în ordine alfabetică.

Abrevieri

Vom abrevia denumirile mai puțin cunoscute de organizații, companii și mărci numai după ce le-am scris mai întâi în întregime, atunci când le-am menționat pentru prima dată în articol. Totodată, nu e întotdeauna necesar să dăm denumirea completă a unor instituții și organizații foarte cunoscute.

Vom folosi abrevieri pentru organizații bine cunoscute, precum UE, NATO, CSI sau ONU, pentru boli ca SIDA sau pentru termeni ca ADN.

Nu vom folosi puncte în abrevieri.

Vom scrie *AFP* (Agence France Presse), nu *A.F.P.*

Nu vom prescurta titlurile și funcțiile.

Vom scrie *președintele Snegur*, și nu *preș. Snegur*.

Vom folosi abrevierile cu moderație. Prea multe abrevieri irită cititorii și fac lectura dificilă.

Vom folosi litere mici pentru abrevierile măsurilor. Vom scrie *kg*, *km*, *g* etc.

Vom folosi litere mari în abrevierile alcătuite din inițiale: *GMT* (Greenwich Mean Time), *MS* (Majestatea Sa), precum și în unele expresii: *N.B.* (nota bene), *P.S.* (post-scriptum).

Adjective

Vom evita determinativele expresive, de obicei cu funcțiune de adjectiv (epitete), în special la redactarea știrilor. Vom căuta să fim cât mai laconici și mai neutri, fără a apela la calificative subiective. Un stil concis e mai eficient decât unul cu înflorituri. Vom renunța la adjective dacă acestea nu aduc niciun element nou. Ex.: „*adept înflăcărat*”, „*odihnă bine meritată*” etc.

Vom utiliza cât mai rar posibil adjectivul „frumos”: „*aniversare frumoasă*”, „*vârstă frumoasă*”, „*realizare frumoasă*” etc.

„*cel mai bun atlet din lume*” e mai expresiv decât „*legendarul, unicul și admirabilul atlet*”.

Vom folosi adjectivele doar în cazurile în care ele dezvăluie un aspect inedit. Enunțul „*Un bărbat conduce un autoturism*” nu e știre, pe când „*Un bărbat conduce un autoturism furat*” - este.

Clișee și cuvinte parazit

Vom evita clișeele, cuvintele și expresiile utilizate în mod frecvent, pentru că acestea fac textul anost și prăfuit.

Nu vom perpetua clișee ale propagandei sovietice gen „*flagmanul științei*” (pentru *fruntaș, înaintaș*), „*flacăra albastră*” (când e vorba despre *gazificarea localităților*), „*rădăcinile dulci*” (*sfecla de zahăr*), „*strugurii chihlimbarii*”, „*ecranul azuriu*” etc. Ne vom debarasa de sintagme tautologice gen „*patriot al neamului*”.

Vom evita stilul emfatic, grandilocvent gen: „*avea a spune*” în loc de a scrie simplu, direct: „*a spus*”.

Vom evita ticurile verbale gen *practic, menționăm că, vreau să vă spun că, este vorba că, care va să zică, efectiv, adevărul e că, vă amintim că, adică* etc.

- În acest sens, vom fi mai relaxați în materialele de opinie, asupra cărora ultima restricție nu trebuie proiectată.

Vom evita utilizarea expresiilor stereotipe care prezintă dezechilibrat diverse entități după principiul etnic, de gen sau al categoriei sociale. Ex: *Țigani sunt hoși, Femeile la volan comit mai multe accidente, Africani sunt săraci*.

Diateza activă vs. diateza pasivă

Vom folosi diateza activă de fiecare dată când este posibil. Ritmul lecturii lăncezește, iar fraza este bizară când folosim prea multe construcții pasive.

Vom scrie „*A îl admiră pe B*” în loc de „*B este admirat de A*”.

Vom folosi activul „*Partidul îi va cere demisia*”, în loc de „*I se va cere demisia*”.

Totuși nu vom evita toate construcțiile pasive. Uneori, diateza pasivă poate fi funcțională, în special când complementul este (mult) mai important decât subiectul.

Expresia „*O femeie a fost lovită de trăsnet*” e mai dramatică decât „*Trăsnetul a lovit o femeie*”.

Eufemisme

Eufemismele sunt cuvinte și fraze „moi”, lipsite de un sens clar, menite să atenueze, să „îndulcească” o situație dezagreabilă sau chiar șocantă. Autoritățile obișnuiesc să le folosească, însă jurnaliștii sunt datori să spună lucrurilor pe nume.

Nu vom scrie „*reorganizarea personalului*” când e vorba de *concedieri*.

Atunci când vom prelua termeni din vocabularul funcționăresc, al întreprinderilor comerciale sau al birourilor de marketing și relații publice, termeni care ar putea plasa lucrurile pe un teren ambiguu, vom avea grijă să-i explicăm, astfel încât toată lumea să înțeleagă despre ce este

vorba. De exemplu, vom explica atunci când *“reglementarea”* sau *“liberalizarea”* prețurilor înseamnă, de fapt, *scumpiri*.

Pe de altă parte, atunci când vom scrie despre subiecte precum moartea, sexul, bolile mintale, infracțiunile și crimele, discriminările și alte aspecte care ar putea leza dreptul cuiva la intimitate sau ar putea fi considerate nepotrivite de către cititori, vom fi atenți ce termeni folosim.

- Vom evita folosirea unor cuvinte ca *“nebun”* sau *“curvă”*, care sunt jignitoare și provoacă stereotipuri mentale negative. Vom utiliza, în schimb, cuvinte și expresii sinonime, cum ar fi *“persoană cu probleme mintale”*, *“femeie depravată”* etc. Astfel de termeni pot apărea ca atare în citate.

Expresii din limbi străine

În situația noastră specială, din Republica Moldova, nu vom folosi rusisme decât în contexte în care reproducem intenționat vorbirea eroilor, în articole în care ele nuanțează, dau „culoare locală” textului, pentru a-i sublinia încărcătura stilistică. De ex.: *pravlenie, selpo, zakaz, naread, zvenovoi, ucioticik, stukaci, gulag* etc.

Vom utiliza ghilimele sau cursiv, consecvent și unitar, atunci când vom folosi o expresie într-o limbă străină în original.

Vom utiliza cu moderație cuvintele și expresiile provenite din limba engleză. Nu vom folosi anglicisme în cazul în care limba română are deja cuvintele necesare. De ex.: *board* – conducere, consiliul de administrare, *job* – loc de muncă etc.

- Totuși nu tot ce vine din altă limbă trebuie eliminat. Anumite englezisme sau cuvinte preluate din alte limbi sunt acceptabile atâta vreme cât au intrat în vocabularul de bază. Chiar dacă pare prea generală, e grăitoare paralela cu disputele provocate de împrumuturile din limba franceză care „au invadat”, acum un secol și jumătate, teritoriul limbii române. Cine mai resimte, astăzi, ca unități străine de vocabular, majoritatea franțuzismelor? Dar câtă împotrivire au iscat și ele, la vremea lor?

- Vom evita substandardele (vulgarismele, argotismele, „mahalagisme”) provenind din limbile rusă, română ș.a. De ex., *„krutoi”* în loc de *„dur”*, *am „priâtchit-o”* în loc de *„am agățat-o”*, *„baftă”* în loc de *„noroc”*, *„gagică”* în loc de *„iubită”*, *„mișto”* în loc de *„bun”*, *„nasol”* – *„rău”*, *„și-a tras o mașină”* – *„și-a cumpărat o mașină”* etc.

- Regula nu se aplică reportajelor, schițelor de portret și altor materiale în care autorul decide să utilizeze asemenea termeni pentru a crea anumite efecte stilistice. În aceste cazuri, editorul va fi cel care va decide dacă acești termeni urmează a fi respinși sau acceptați.

Ghilimele

Vom folosi întotdeauna ghilimele atunci când redăm exact spusele unei surse.

Primarul a spus: „Nu voi tolera o revoltă în acest oraș”.

Primarul a reacționat prompt. „Nu voi tolera o revoltă în acest oraș”.

Vom parafraza dacă nu știm sau nu putem reda cuvintele cu exactitate.

Vom folosi apostroful pentru un citat în interiorul altui citat.

„Antrenorul mi-a spus: ‘Lovește puternic’; a declarat campionul.

Jargon

Jargonul este un limbaj specific, folosit de profesioniști (de ex.: „pierderi” este termenul de jargon militar și polițienesc pentru „victime” - morți, răniți, dispăruți). Vom găsi cuvintele potrivite din vocabularul comun care să înlocuiască termenii de jargon. Totuși, putem folosi jargonul sau termeni de specialitate când cităm pe cineva, cu condiția să explicăm – în paranteză sau într-o propoziție ulterioară – termenii neînțeleși de cititorul obișnuit.

Exemplu: *“Osteoporoza este flagelul secolului când e vorba de doamnele trecute de prima tinerețe”, a spus medicul. Osteoporoza este o maladie ce se manifestă prin rarefierea țesutului osos.*

Este acceptabil să folosim expresia „conducere corporatistă”, dacă explicăm imediat despre ce e vorba („modul în care companiile sunt conduse și controlate”). Un reporter sportiv poate scrie despre un “hat-trick”, dar ar trebui să explice înțelesul termenului („situația când un jucător marchează de trei ori într-un meci”).

Vom relata declarațiile cu caracter licențios (cum ar fi „na hren s pleaja”, „pașol na hren pațan”) ale persoanelor publice/politicienilor doar pentru informarea generală a publicului, dar nu le vom repeta și în alte materiale, ca să nu contribuim la propagarea acestora.

Majusculă

Vom ortografa denumirile oficiale și numele de persoane cu literă mare. De exemplu, *Guvernul Republicii Moldova, Președinția României, Crucea Roșie, Primăria Municipiului Chișinău, Universitatea Pedagogică „Alec Russo”, Ion Luca Caragiale*. Denumirile geografice se scriu și ele de obicei cu literă mare – *Oceanul Atlantic, Marea Neagră, Orientul Mijlociu*. Nu vom folosi litera mare pentru substantivele comune și pentru formele scurte ale denumirilor oficiale – *mergem la guvern, am scris o cerere la primărie, întârziu la universitate, m-am programat pentru audiență la președinție*.

Substantivele care denumesc funcții, ranguri etc., precum și cuvintele ajutoare din componența altor nume de persoană le vom scrie cu literă mică. De exemplu, *directorul Vasilescu, inginer Toma, profesorul Negru, judecătorul Popescu, președintele Costin* ș.a.

Vom folosi litera mică pentru grade și titluri atunci când ele sunt urmate de un nume.

Vom scrie *prim-ministrul Filat, generalul Creangă, academicianul Ion Druță, profesorul dr. Ion Ciobanu, directorul general Antocel* ș.a.

Denumirea unor medalii sau premii, precum și titlurile științifice și onorifice le vom scrie cu literă mică: *doctor honoris causa, doctor în filologie, membru de onoare al Academiei Române*.

Vom scrie cu literă mare numai primul element din numele proprii compuse sau numele unic care reprezintă denumirile unor organe de conducere sau subdiviziuni ale unor instituții: *Adunarea generală a Academiei de Științe a Moldovei, Catedra de limba română, Consiliul științific, Serviciul de presă* etc.

Mărci și alți termeni specifici

Vom verifica și reverifica scrierea numelor, a funcțiilor persoanelor vizate și a firmelor, a instituțiilor și organizațiilor, precum și a tuturor termenilor pe care nu-i cunoaștem.

De exemplu: termenii și gradele militare și religioase, terminologia științifică, termenii istorici, animale, plante etc.

Vom verifica, de asemenea, numele și mărcile despre care credem că știm cum se scriu, dar, cu toate acestea, s-ar putea să ne înșelăm, de ex., scrierea tuturor mărcilor de mașini, de produse, de brand-uri.

Nume străine

În românește vom transcrie de obicei fonetic numele unor persoane din țări care folosesc un alfabet diferit de al nostru, însă nu vom adapta nume din limbi cu alte caracteristici de pronunție, dar cu același alfabet.

Exista însă cazuri în care nume de ruși sau chinezi, de exemplu, ajung la noi prin intermediul agențiilor internaționale de presă sau al Internetului, iar atunci *Gorbaciov* poate apărea *Gorbachev* (cum îl scrie cotidianul britanic *The Guardian*) sau *Gorbachev* (cum este ortografiat de ziarul francez *Le Monde*). *The Guardian* scrie *Nikita Khrushchev* și *Mao Zedong*, *Le Monde*, *Nikita Khrouchtchev* și *Mao Zedong*, în timp ce în românește se scrie *Nikita Hrușciiov* și *Mao Tze Dung*.

Indiferent dacă hotărâm să transcriem fonetic sau să folosim o versiune de transcriere importată, trebuie să fim consecvenți.

Vom alcătui o listă de nume străine de persoane și organizații despre care scriem, pe care o vom consulta oricând va fi necesar. Vom face același lucru și pentru denumirile geografice.

De exemplu: *Belarus, Azerbaidjan, Londra, Moscova, Kiev, Minsk, Napoli/ Neapole, Nice/Nisa, Praha/Praga, Kirghizstan, Kuwait, SUA, Istanbul, Beijing, Beirut, Bașkiria, Alba-Iulia, Almatî/Alma-Ata, Ankara, Shanghai etc.*

Ritm

Vom compune articolele ca pe niște bucăți muzicale.

Vom căuta varietatea în scriitură. Vom varia cuvintele (folosind sinonime), lungimea frazelor și dimensiunea alineatelor.

Vom alterna alineatele dense în informație cu altele mai „ușoare”, mai scurte; ne vom asigura că fiecare alineat conține o informație nouă. Vom încerca să construim în așa fel articolul (atunci când e vorba de un articol de background sau de un interviu, de exemplu, dar nu și în cazul unei știri), încât să ținem cititorul în suspans, lăsând punctul culminant spre sfârșit.

Titluri de cărți, tablouri, filme etc.

Ne vom asigura că scriem corect și exact titlul oficial al unei cărți, al unui film etc. Titlurile străine le vom scrie în limba originală. Dacă o operă de artă este bine cunoscută, iar titlul este tradus, vom scrie titlul în limba română.

Vom folosi cursive sau ghilimele, dar consecvent și unitar, pentru titlurile cărților, tablourilor, pieselor muzicale, filmelor etc.

„Procesul” lui Kafka, „Domnișoarele din Avignon” de Picasso și „Tosca” lui Puccini.

Titlurile persoanelor (de noblețe, academice, grade militare etc.)

Vom menționa titlurile și gradele academice prima dată când amintim o anume persoană în articolul nostru. După aceea, e de ajuns să numim persoana și (dacă este necesar) să abreviem gradul academic.

„Fostul ministru al Afacerilor Externe din Marea Britanie, Sir Alex Douglas-Home” va deveni „Douglas-Home” când îl vom menționa a doua oară.

„Master of Business Administration” va deveni „MBA”.

Vom explica titlurile mai puțin cunoscute.

Orice cititor va ști ce este un *general*, dar câți știu cu exactitate ce este un *emir*?

Citate

Vom folosi citatele cu măsură. Vom recurge la ele doar atunci când vorbitorul spune ceva surprinzător sau relevant. Sau ceva foarte puternic, foarte sugestiv. Sau ceva explicit. Nu vom da citat dacă vorbele sunt mai degrabă obișnuite; mai bine vom parafraza.

Nu e prea interesant să cităm un primar care spune: „*Vom face planuri pentru construirea de noi drumuri în orașul nostru*”. Mai bine vom scrie: „*Primarul vrea drumuri noi în oraș*”.

Vom încerca să prezentăm vorbitorul chiar de la început, înainte să îl cităm.

Vom cita exact, literalmente. Cititorii trebuie să aibă încredere că acestea sunt vorbele sursei. Numai erorile gramaticale trebuie omise sau corectate.

Nu vom copia citate din alte ziare; nu putem fi siguri că acestea sunt corecte. În plus, citarea altor jurnaliști denotă indolența autorului și reprezintă un risc din punct de vedere legal. Totuși, atunci când un alt ziar este singura sursă într-un caz de răsunet despre care relatăm, ne vom asuma acest risc.

Vom fi cât mai preciși posibil. Dacă nu suntem siguri care sunt vorbele exacte, mai bine folosim citatul indirect.

„*Sunt împotriva noii legi*” este un citat inexact dacă politicianul a declarat doar că se gândește să voteze împotriva noii legi.

Legende la fotografii

Vom explica cine apare în fotografie, dar nu vom indica ceea ce este evident din poză. Totuși, am putea sublinia detalii care ar putea fi mai greu de văzut pentru cititori.

Nu e necesar să descriem ce poartă cineva, dacă cititorii pot vedea acest lucru din fotografie.

Nu vom specula atunci când nu suntem într-un totuși siguri în legătură cu ceea ce vedem în poză.

Vom indica întotdeauna numele persoanelor din fotografie, chiar dacă sunt bine cunoscute.

Vom indica ordinea („*de la stânga la dreapta...*”), atunci când într-o poză apar mai multe persoane.

Vom evita să evidențiem în legendă anumite trăsături fizice ale persoanei din imagine, particularități de gen sau apartenența etnică. De ex: *Angela Merkel și-a arătat decolteul. Europarlamentara bătrână se ia după tineri* etc.

Prima frază și primul paragraf (lead-ul)

În privința *primei fraze* a unei **știri**:

Vom oferi maximum de informație cu minimum de cuvinte. Prima frază trebuie să fie directă, să spună care este știrea și să indice importanța acesteia.

„Un bărbat de 31 de ani a recunoscut ieri că și-a ucis un vecin cu o sabie de samurai, după o luptă aprigă între două bande din Manchester”.

În privința *primei fraze* a unui articol de tip **feature**, a unui **interviu** sau **eseu**:

Vom încerca să găsim o primă frază cât mai incitantă. O fraza care captează atenția și ține treaz interesul cititorului. O anecdotă, de pildă, ar putea fi un mod de a scrie primul alineat al unui feature.

În privința *lead-ului* **tuturor tipurilor de articole**:

Vom scrie lead-uri scurte și la obiect, menționând principalele fapte dintr-un articol.

Vom folosi lead-ul pentru a introduce cele mai importante și mai interesante informații sau idei.

Vom verifica dacă primele propoziții ale știrii (două sau trei) conțin faimoasele șase întrebări: who, what, when, where, why and how (adică răspund la întrebările: cine, ce, când, unde, de ce și cum).

Titluri

În privința **titlurilor de știri**:

Vom da, pur și simplu, informația: scurt, brut, la obiect, neutru, fără nuanțări. Titlurile trebuie să prindă esența problemei prin câteva cuvinte bine alese.

„Ținta: America” (după atacurile teroriste de la 11 septembrie 2001, din SUA).

În privința **tuturor titlurilor**:

Vom capta atenția cititorilor folosind verbe la diateza activă. Titlurile vor fi vii și originale (mai ales titlurile interviurilor, articolelor de background/sinteză, de opinie etc.).

„Sunt dușmanul meu cel mai aprig” (titlul unui interviu cu un dependent de droguri).

Vom crea titluri clare: fără ambiguități, scrise la diateza activă și la timpul prezent: „Au rămas 5 zile până la scrutin”.

Vom evita negațiile în titlu.

Vom scrie „Mingea a rămas în teren” în loc de „Mingea nu a ieșit din teren”.

Vom evita semnele de întrebare.

Vom reda faptele fără a exagera.

Nu vom pune punct după titluri, subtitluri, legende la fotografii.

Mai jos am selectat o serie de greșeli foarte răspândite, greu de stârpit în presa din Republica Moldova, explicate în special prin calchieri din limba rusă, dar și prin necunoașterea unor reguli gramaticale elementare.

INCORECT	CORECT
25 ani	25 de ani
a aplica (la bursa, grant)	a candida (pentru o bursă, grant)
a culege un număr	a forma un număr de telefon
a da întrebări	a pune/a adresa întrebări
a denaționaliza	a expropria
a deschis dosar pe faptul/pe cazul	a deschis dosar în legătură cu.../în cazul
a deznaționaliza	a face ca un grup etnic să-și piardă particularitățile naționale
a dovedi	a demonstra
a explodat	a explodat
a face totalurile	a face bilanțul
a făcut o stagiere în SUA	a făcut un stagiul în SUA
a fost impusă să se prostitueze	a fost forțată să se prostitueze
a hotărî întrebarea	a rezolva problema

INCORECT	CORECT
a influența, influență	a influența, influență
a îndeplini ancheta	a completa ancheta
a juca nunta	a face o nuntă
a nimerit în accident	a suferit un accident
a petrece manifestații	a organiza manifestații
a prelucra pământul	a lucra pământul
a primi satisfacție de la ceva	a avea satisfacție de la ceva
a se isprăvi cu sarcina	a face față unei sarcini
abiturient	candidat la admitere
aceiași situație	aceeași situație
acelaș	același
actele au fost oformate	actele au fost perfectate
a-i suna cuiva	a da telefon cuiva/a suna pe cineva
alegerile au avut loc	alegerile au fost validate
am abonat un ziar	m-am abonat la un ziar
am divorțat cu el	am divorțat de el
am făcut concluziile	am tras concluziile
am multe publicații	am multe articole
am primit un duș/o baie	(mi-)am făcut un duș/o baie
aniversarea a 15 ani	aniversarea a cincisprezece
așa sau altfel	cu toate acestea, astfel stând lucrurile
așa și n-a apărut	n-a mai apărut
atragerea la răspundere	tragerea la răspundere
au fost impuși să plătească	au fost obligați să plătească
bilete/locuri bronzate	bilete/locuri rezervate

INCORECT	CORECT
calcule preventive	calcule prealabile
capurile oponentilor	capetele oponentilor
careva schimbări	unele/niște schimbări
cât n-ar fi de straniu	oricât de straniu ar părea
ce n-ai spune	orice ai spune
ce-a de-a 15-a ediție	cea de-a 15-a ediție
calculator	calculator, computer
contecios	contencios
copiii în caietele sale...	copiii în caietele lor...
creiază (sau: crează)	crează
cu atât mai mult că	cu atât mai mult cu cât
dați/anunțați în căutare	dați în urmărire
delicvent	delincvent
demers în adresa MAI	demers adresat MAI
dosare finisate	dosare definitive
duce în eroare publicul	induce în eroare publicul
după culise	în (din) culise
ei se dau cu părerea	ei își dau cu părerea
el trebuie să se determine/să se aprecieze	el trebuie să se decidă
eu aș dori	eu aș dori
familie prietenoasă	familie unită
fata aceia	fata aceea
federația conduce cu arbitrii	federația conduce arbitrii
firme-fantome	firme-fantomă
gară feroviară	gară, Gara Chișinău, Gara Ungheni

INCORECT	CORECT
implimenta	implementa
inclusiv și	inclusiv
injurii în adresa lor	injurii la adresa lor
instituții superioare de învățământ	instituții de învățământ superior
investit în funcția de președinte	învestit în funcția de președinte
investitura miniștrilor	învestitura miniștrilor
în dependență de	în funcție de
în ordinea de zi	pe ordinea de zi
în rezultat	ca rezultat
în rezultatul accidentului	în urma accidentului
în unison	la unison
îndemnizație	indemnizație
învinuiți în	învinuiți de
jucăria este predestinată copiilor	jucăria este destinată copiilor
la moment	pentru moment, momentan
legea a fost primită	legea a fost adoptată
locatarii orașului	locuitorii orașului
m-am balotat la alegeri	am candidat la alegerile
m-am divorțat cu ea	am divorțat de ea
merge vorba de	este vorba despre
mijloace mass-media	mijloace de informare în masă
mijloc mass-media	instituție mass-media
mijloc media	mijloc de informare
modelier	designer vestimentar, creator de modă
n-am dovedit	n-am reușit

INCORECT	CORECT
necătând la obstacole	în pofida obstacolelor
nici într-un fel	în niciun fel
nu se încadrează în termeni	nu se încadrează în termene
numai ce	adineauri, recent
oamenii aceștea	oamenii aceștia
ore citite	ore predate
până ce	deocamdată
persoană traumată	persoană traumatizată
pieți	piețe
plus la toate	mai mult, în plus
premiu în sumă de 200 de lei	premiu în valoare de 200 de lei
pune injecții	face injecții
recete	rețete
reieșind din	plecând de la ideea, bazându-ne pe...
repercursiune	repercusiune
represat	persoană supusă represiunilor
rezultate preventive	rezultate prealabile
s-a primit (ceva)	a ieșit
salutabil	salutar
samovolnic	samavolnic
s-au schimbat cu locurile	și-au schimbat locurile
să continue	să continue
să ne de-a	să ne dea
scrutin electoral	scrutin
se atârnă serios față de studii	are o atitudine serioasă...

INCORECT	CORECT
situiază	situează
spre exemplu	de exemplu
spre regret	cu regret/spre regretul nostru
stă în rând	stă la rând
succesorul în drept	succesorul de drept
și-au onorat obligațiunile	și-au onorat obligațiile
te felicit cu sărbătoarea	te felicit cu ocazia sărbătorii
tu vrei, iai, beai	tu vrei, iei, bei
unde nu s-ar duce	oriunde s-ar duce
urnă de gunoi	coș/ladă de gunoi, ghenă
viața familiară	viața familială
vinde în mediu 2 mere	vinde în medie 2 mere
vinoveți	vinovați
vorbesc din numele meu	vorbesc în numele meu

(Lista poate continua, fiind completată în fiecare redacție)

2. Etica jurnalistică

Următoarele două secțiuni din Ghidul de stil cu norme etice dezvoltă problema integrității jurnaliste și a conduitei etice. Cititorii trebuie să poată conta pe obiectivitatea noastră și trebuie să fie convinși că articolele noastre sunt credibile și nepărtinitoare.

Acuratețea și verificarea faptelor

Jurnalismul nu lasă loc pentru speculații. Nu există nicio scuză pentru inexactități. Pentru a afla adevărul, trebuie cercetate toate informațiile și faptele relevante.

Vom respecta adevărul și dreptul publicului la adevăr, considerând aceasta ca fiind prima responsabilitate a jurnalistului.

Atunci când adunăm informații și fapte, ne vom asigura că vorbim cu surse de prima mână, oameni care sunt implicați direct în subiect. Putem apela și la surse indirecte, dar numai pentru informații suplimentare sau ca punct de pornire. După consultarea cu aceste surse, informațiile ce ne-au fost oferite le vom verifica neapărat din surse la prima mână.

În cazul reflectării unei decizii a autorităților, vom consulta documentul respectiv și vom discuta cu funcționarul care a semnat decizia.

În cazul reflectării unui subiect ce ține de o persoană fizică, de un conflict civil, vom discuta neapărat cu persoana fizică vizată sau cu persoanele antrenate în conflictul civil respectiv și nu ne vom rezuma la publicarea comentariilor funcționarilor, poliției, ale reprezentanților instituțiilor judiciare. În cazul în care persoana fizică nu poate fi contactată din motive obiective (este bolnavă și în imposibilitatea de a vorbi, este în detenție și nu putem obține întrevederi, se află la o distanță foarte mare etc.) vom apela la documente oficiale care se referă la situația persoanei sau la

conflictul civil, vom apela la reprezentantul legal al persoanei (avocat, tutore, etc.), la rude sau cel puțin la colegii de serviciu sau vecini sau vom prezenta poziția/opinia/declarația făcută public anterior de aceasta pe subiectul relatat.

Presă este responsabilă de ceea ce publică, chiar dacă declarațiile sunt atribuite altor surse.

Dacă cineva ne spune că noul primar, director de școală, spital sau alt funcționar a fost, în trecut, condamnat pentru fraudă, nu putem publica acest lucru – chiar dacă sursa își dă acordul să fie citată iar noi punem declarația între ghilimele. Trebuie să verificăm o asemenea acuzație înainte de a o publica, prin solicitarea unei declarații din partea oamenilor legii (procuror, polițist) sau prin consultarea unui document oficial. De asemenea, vom oferi posibilitatea persoanei acuzate să reacționeze și vom publica neapărat infirmarea (sau confirmarea) din partea persoanei acuzate.

Vom fi extrem de atenți atunci când ne confruntăm cu scurgeri de informații.

Dacă un politician, un consilier sau un funcționar ne dezvăluie informații confidențiale, secrete comerciale sau de stat, putem fi siguri că are un interes să facă acest lucru. De aceea vom avea grijă să verificăm și să reverificăm din mai multe surse informația, cu maximă seriozitate. În caz contrar, riscăm să fim folosiți ca un instrument de reglare de conturi sau să fim parte a unui conflict de interese. În plus, am putea fi nevoiți să facem rectificări, dezmințiri, astfel prejudiciind credibilitatea ziarului.

Vom fi precauți cu sursele care ne contactează prin telefon sau cele care ne scriu scrisori, întrucât putem să ne confruntăm cu farse, cu persoane fictive, sau cu mărturii false, ce au drept scop să ne dezinformeze.

Într-un comentariu postat la un material pe site-ul ziarului găsim o informație-bombă, sau primim o anumită informație prin poșta electronică, sau vom asculta anumite informații prin telefon de la persoanele cunoscute. Cum acționăm?

1. Cerem telefonul, adresa și numele sursei.
2. La telefon, prin poștă sau e-mail adresăm întrebări de precizare și control asupra informației ce ne-a fost furnizată.
3. Încercăm să obținem o întrevvedere cu sursa de informare, garantându-i confidențialitate și discreție.

Sau

4. Verificăm din mai multe surse oficiale și neoficiale toate aspectele informației ce ne-a fost furnizată.

ARGUMENT:

Esența jurnalismului de calitate constă în colectarea și prezentarea faptelor așa cum s-au întâmplat. De aceea vom avea grijă să verificăm, să reverificăm și să răsverificăm, prin încrucișarea surselor, metoda aplicată de jurnaliștii responsabili. Fiind în situația să alegem între acuratețe și viteză, vom ține minte că un material bine documentat cu fapte adevărate scris în decurs de o lună, este mai valoros decât un material scris într-o săptămână despre fapte veridicitatea cărora nu a fost verificată.

Rectificările

Jurnalismul e o afacere cu un singur sens. Persoanele și instituțiile nu au, în multe cazuri, posibilitatea de a răspunde articolelor pe care le scriem sau de a ne corecta aserțiunile. În mod normal, pot reacționa doar după ce un articol a fost publicat. De aceea, zierele trebuie să manifeste deschidere și să corecteze erorile care apar. În activitatea noastră profesională, ne vom conduce, permanent, de principiul bunei credințe.

Vom încerca să corectăm o eroare cât mai operativ posibil, publicând rectificările și scuzele de rigoare. Chiar și erorile mici dintr-un articol de ziar pot uneori avea un impact uriaș asupra unei persoane sau unei organizații.

Mai multe ziare au publicat o știre preluată de la o agenție de presă. În material se relatează despre un preot nevoit să-și lase periodic parohia pentru a pleca să muncească constructor în Rusia, aceasta fiind unica soluție pentru a-și crește cei cinci copii. În știre figurează și numele preotului, precum și localitatea în care acesta își are parohia. Agenția de știri a furnizat și o fotografie prezentată ca fiind a preotului respectiv, poză pe care zierele au publicat-o. Ulterior, s-a dovedit că din motive mai mult sau mai puțin obiective reporterul agenției de știri a furnizat poza altui preot care avea același prenume ca și eroul știrii, era născut în satul în care eroul știrii era paroh, dar preotul din poză avea parohia în satul vecin. Persoana care a sesizat presa despre gafă a fost soția preotului din poză. Ea a declarat că familia sa s-a simțit lezată de această greșeală și a cerut corectarea informației. Conflictul a fost soluționat prin publicarea în zierele respective a unei rectificări, în textul căreia se menționa că în poza publicată în numărul X din data Z, este reprezentat preotul Y din satul Q, persoana respectivă neavând nicio legătură cu textul știrii „Preot-gasterbeiter” care relatează despre preotul W din satul V.

Vom ține minte că nu e nimic rău în a recunoaște o greșeală. Vom căuta posibilitate să înființăm un spațiu special pentru erate.

După caz, vom stabili un spațiu/pagină destinată special pentru corecții.

Vom respecta principiul potrivit căruia orice persoană vizată direct într-un material are dreptul la replică pe subiectul materialului publicat. Astfel, vom oferi spațiu pentru replică, de regulă pe aceeași pagină și în dimensiuni proporționale cu spațiul alocat afirmațiilor contestate.

Un ziar a scris despre un medic, prins în flagrant cu mită. Peste doi ani, Curtea Supremă de Justiție îl achită, calificând acuzațiile procurorilor ca fiind nefondate. În cazul în care medicul respectiv se adresează către redacție pentru a i se publica replica la materialul publicat, redacția nu este în drept să-l refuze. În același timp, dacă cere dreptul la replică semnat de superiorul medicului sau un grup de medici care nu sunt vizați direct, personal, în materialul respectiv, redacția este în drept să refuze să acorde spațiu pentru replică.

Fotografiile

Fotojurnalismul a devenit un element important al oricărui ziar. Aceleași principii etice care se aplică textului jurnalistic trebuie aplicate și fotografiilor.

Vom avea grijă când utilizăm fotografii ale unor persoane necunoscute pentru a ilustra un articol de interes general.

Am scris un articol despre bandele de stradă. Pentru a ilustra articolul, reporterul caută prin internet o fotografie-simbol. Ca rezultat, apare articolul însoțit de o fotografie în care sunt câțiva tineri care nu au nicio legătură cu subiectul. Astfel, reporterul a lezat drepturile persoanelor din poză și nu a respectat dreptul de autor.

Fotoreporterul va respecta intimitatea persoanelor și va cere permisiunea de a le face fotografii, cu excepția cazului în care persoana se află într-un loc public.

Interviewăm o persoană publică într-un loc public – avem dreptul să nu cerem permisiunea pentru a o fotografia.

Interviewăm într-un loc public o persoană care nu este o persoană publică – avem dreptul să nu cerem permisiunea pentru a o fotografia.

Interviewăm o persoană publică într-un cadru privat – vom cere neapărat permisiunea pentru a o fotografia.

Interviewăm într-un cadru privat o persoană care nu este persoană publică – vom cere neapărat permisiunea pentru a o fotografia.

Nici în cadru privat și nici în cel public nu avem dreptul să fotografiem un minor fără permisiunea părinților, tutorelui sau a altui reprezentant legal, excepție sunt situațiile în care surprindem că minorul este agresat, este implicat într-un accident sau i se încalcă drepturile. Însă pentru a publica fotografiile este necesar acordul părinților, al tutorelui sau al reprezentantului legal.

Avem dreptul să fotografiem minori, fără acordul părinților, tutorelui sau al altui reprezentant legal, în cazul în care aceștia se manifestă într-un loc public, într-o ceremonie sau acțiune publică (concerte, acțiuni etc.).

Vom avea grijă să fotografiem persoanele de la distanța de un metru.

Nu avem dreptul să intrăm pe un spațiu privat și să fotografiem fără acordul proprietarului sau al celui care arendează terenul sau încăperea (pentru a fotografia pe cineva la o petrecere vom cere permisiunea celui care a arendat restaurantul).

Nu vom manipula subiectul sau subiecții fotografiei pentru a face poza mai spectaculoasă. Fotografiile trebuie să reprezinte realitatea cu cât mai multă acuratețe.

Vom folosi tehnica electronică doar pentru a îmbunătăți calitatea fotografiei (de exemplu, pentru a o face mai clară sau pentru a o mări, dacă este necesar), și doar până la un punct. Niciodată nu vom folosi programele de lucru cu fotografiile pentru a crea o impresie falsă asupra persoanelor și evenimentelor reprezentate.

Excepție sunt colajele decente. Acestea însă vor fi neapărat însoțite de inscripția „COLAJ”.

Vom avea grijă să nu publicăm fotografii șocante, conținutul violent sau indecent al cărora poate provoca anumite stări psihice negative asupra cititorilor.

Vom evita publicarea fotografiilor sângeroase de la un accident grav, sau de la locul unei crime. În cazul cadavrelor care nimeresc într-o poză de ansamblu, vom proteja tehnic cadavrul. De asemenea, vom evita să publicăm nuduri fără protecție tehnică a zonelor intime.

Vom respecta diversitatea și vom evita să prezentăm dezechilibrat în imagini anumite etnii sau categorii sociale. Vom prezenta, pe cât e posibil, în imagini bărbați și femei în egală măsură. În R. Moldova, 52 la sută din populație o constituie femeile și 48 la sută bărbații.

Identificarea suspecțiilor

Fiecare ziar își va alcătui propriile reguli privind identificarea suspecțiilor de infracțiuni și condamnațiilor. Unele ziare publică numele complet (și ocupația, adresa, etnia etc.) ale suspecțiilor și condamnațiilor, altele tipăresc doar inițialele sau nu dau deloc detalii.

Vom evita identificarea suspecțiilor înainte ca poliția să formuleze acuzații.

Vom găsi un echilibru între datoria de a relata faptele pentru cititori și dreptul suspectatului la intimitate și la un proces corect.

Vom evita identificarea suspecțiilor juvenili (sub vârsta de 18 ani).

Vom folosi mozaicul în fotografii și fotografierea din spate a suspecțiilor sau a acuzaților, precum și fotografierea acestora din față contra luminii.

Nu vom dezvălui detalii (nume, adresă, domiciliu, numele părinților, rudelor etc.) care ar putea duce la identificarea suspecțiilor.

Vom relata principalele fapte ale unei infracțiuni/crime, evitând descrierea în cele mai mici detalii ale crimelor sângeroase, cum ar fi: *„Victima a fost de 28 de ori lovită în cap cu toporul și aruncată în fântână”* (ce va avea de câștigat cititorul din aceste detalii?).

Vom evita să facem public numele persoanelor aflate într-o situație jenantă.

Text ce contravine acestui principiu:

„Patru prostituate au fost prinse în flagrant în timp ce își căutau clienții pe drumul adiacent Gării din Chișinău. Potrivit forțelor de ordine, cele patru prostituate - Aliona Ceplâjenco, în vârstă de 36 ani, Svetlana Țapiș, de 33 ani, Iulia Dimova, de 20 ani, și Cristina Bădărău, de 18 ani, și-au recunoscut vina și au mărturisit poliștilor că practicau această „meserie” de mai mulți ani. Costul serviciilor intime oferite de acestea variaua între 50 și 150 de lei (...).”

Identificarea și tratamentul victimelor

Vom avea în vedere că persoanele private au în mai mare măsură drept la intimitate decât vedetele sau oficialitățile publice.

Vom evita să dezvăluim identitatea victimelor, în special a victimelor agresiunilor sexuale. Niciodată nu vom publica numele lor fără permisiunea în scris a acestora. Impactul unei astfel de fapte asupra vieții personale a victimei este imens și nu ar trebui adâncit și de aducerea identității acesteia la cunoștința publicului.

Vom folosi mozaicul în fotografii și fotografierea din spate a victimelor.

Nu vom dezvălui detalii (nume, adresă, domiciliu, numele părinților, rudele etc.) care ar putea duce la identificarea victimelor.

Minorii care figurează în calitate de victimă vor fi intervieuați numai cu acordul părinților, asistenților parentali (sociali) sau al tutorilor legali.

Prezumția nevinovăției

Orice persoană este considerată nevinovată până la pronunțarea în justiție a vinovăției printr-o sentință definitivă și irevocabilă.

În text vom evita formulări care ar indica cu certitudine că suspectatul a săvârșit crima respectivă. Vom prefera formulări relative de genul *„este bănuțit că ar fi intrat, ar fi furat, ar fi violat, ar fi lovit, ar fi omorât...”*.

Pe parcursul anchetei reportericești vom utiliza, în funcție de caz, termeni precum:

„persoana suspectată”, „suspect/suspectat”, „bănuțit”, „cercetat penal”, „audiat în calitate de...” (până la înaintarea învinuirii)

„acuzat” (după înaintarea învinuirii)

„anunțat în urmărire generală”, „inculpat” (după prima ședință de judecată)

„condamnat” (după pronunțarea deciziei irevocabile de către instanță)

„reținut” (persoană reținută pentru maxim 72 de ore)

„arestat preventiv” (persoană aflată în arestul preventiv al organelor de ordine conform deciziei judecătorului de instrucție)

„deținut” (persoană condamnată la detenție)

„recidivist” (persoană condamnată de mai multe ori pentru crime)

„achitat” (persoană a cărei nevinovăție a fost demonstrată în instanță și confirmată printr-o decizie irevocabilă).

Vom evita sa utilizăm pentru persoana suspectată orice fel de calificative de genul *criminal, ucigaș, violator, hoț, escroc ș.a.*

Text ce contravine acestui principiu:

„Din august până în octombrie, Ion, anterior condamnat, împreună cu alți tâlhari a comis un șir de infracțiuni. În majoritatea cazurilor au fost furate telefoane mobile. Acum, acesta riscă să petreacă de la 10 la 20 de ani în închisoare.”

Vom evita atitudinea ironică și încredințătoare în raport cu persoanele aflate în conflict cu legea.

Text ce contravine acestui principiu:

„Terente, un tânăr de 23 de ani din orașul (...) și-a violat propria verișoară, o fată de 15 ani. (...) Părinții plecaseră la muncă și, deși era iarnă, pe Terente l-au ajuns „căldurile primăvăratice”. (...) Dacă va fi găsit vinovat (!), tânărul riscă o pedeapsă cu închisoarea de la 5 la 15 ani”.

Vom trata persoanele suspectate de pe o poziție neutră și nu de pe cea a unui acuzator.

Obiectivitate / Corectitudine

Corectitudinea și imparțialitatea trebuie să fie o atitudine fundamentală a jurnaliștilor.

Vom încerca cu orice preț să fim obiectivi. Asta deși obiectivitatea absolută e imposibilă. Fiecare reporter duce cu sine propriul bagaj de atitudini și vederi asupra lumii și propria personalitate. Dar cititorii noștri așteaptă informații obiective. Ei ne citesc ziarul pornind de la premiza că informația este de încredere. Oamenii despre care scriem au și ei dreptul să fie tratați corect.

Vom reflecta o gamă largă de opinii și niciodată nu vom promova viziunile și opiniile unei singure părți.

Scriind un material pe un subiect contradictoriu, vom avea grijă să solicităm opinia tuturor părților implicate sau a reprezentanților categoriilor sociale, religioase, politice care au tangență cu acest subiect.

Corectitudinea, curiozitatea și lipsa de prejudecăți și preconcepții sunt trăsături distinctive care ar trebui să se regăsească în modul de viață al oricărui jurnalist.

În cazul în care ai o atitudine preconcepțuită și nu ești lipsit de prejudecăți privind un anumit fenomen social, evită reflectarea subiectelor ce țin de fenomenul social respectiv pentru a evita reflectarea unilaterală și incorectă a subiectului.

ARGUMENT:

Credibilitatea ziarului este de importanță vitală. Dacă jurnaliștii scriu articole neobiective sau lipsite de acuratețe, cititorii vor înceta să aibă încredere în ziar.

Separarea faptelor de opinii

În prezentarea evenimentelor vom face o distincție clară între informație și opinie, evitându-se orice confuzie. Știrile sunt fapte și date. Opiniile exprimate gânduri, idei, convingeri, judecăți de valoare ale ziariștilor, mijloacelor de informare în masă. Opiniile exprimate sub formă de comentarii ale unor evenimente sau acțiuni cu referință la persoane sau instituții nu trebuie să nege sau să ascundă în mod intenționat fapte sau date reale.

Vom însera opiniile într-un articol informativ doar din partea unei surse intervievate sau citate, dar niciodată din partea reporterului.

Opiniile jurnaliștilor sau cele ale ziarului le vom publica doar în paginile dedicate editorialelor, opiniilor și comentariilor, sau pe aceeași pagină cu știrea respectivă, însă le vom delimita clar (prin paginare).

Vom evita să ne spunem opinia în articolele de știri.

Știrea constă din intro-ul care răspunde la întrebările: *cine? ce? unde? când? cum?*, după care urmează partea a doua care trebuie să includă opinia a două surse care vor răspunde la întrebările: *pentru ce?, de ce?*. Ultima parte a știrii poate include informații ce țin de istoricul evenimentului, fenomenului, sau date statistice relevante.

Vom evita utilizarea adjectivelor subiective și relative.

Nu vom scrie *“un om gras”* sau *“o femeie urâtă”*, pentru că aceste cuvinte imprimă un ton negativ relatării. De asemenea, nu vom scrie *“a furat mult”* sau *“s-a străduit puțin”*, acestea fiind noțiuni relative, imposibil de măsurat. Nu vom folosi adjective precum *“controversat”*. E preferabil să nu folosim nici un cuvânt care înflorește sau colorează faptele nude.

Sursele (și sursele anonime)

“O singură sursă înseamnă nici o sursă” – este o zicere celebră în jurnalism.

Vom găsi cel puțin două surse independente una de alta sau alte dovezi pe care să le cităm, în cazul subiectelor controversate.

Vom ține cont ca sursele să aibă experiențe diferite sau chiar relații diferite cu subiectul.

Vom identifica neapărat sursele, dezvăluindu-le numele, prenumele, funcția, după caz, statutul social sau vârsta. Acest lucru va crește credibilitatea articolului și integritatea ziarului.

Nu vom utiliza expresia criptică *“(anumite) surse au spus...”* sau *„potrivit surselor din primărie...”*

În cazul în care sursa nu-și dă acordul să fie citată, însă ne oferă informația oficial, vom folosi expresia „Potrivit informațiilor oferite de responsabili de la primărie”. În cazul în care sursa este o persoană privată și divulgarea identității sale ar provoca repercusiuni pentru aceasta, vom utiliza o expresie de genul „o femeie (sau un bărbat), numele căruia nu-l vom divulga din motive de securitate, a spus că....”.

Vom menționa, de la bun început, în fața surselor caracterul „on the record”/„off the record” (declarații care pot fi atribuite sau nu respectivei surse) al discuției.

În cazul înregistrării convorbirii telefonice, vom anunța de la începutul discuției interlocutorul despre acest fapt.

Vom accepta surse anonime doar în cazul în care dezvăluirea identității acestora le va pune în pericol viața, securitatea sau activitatea profesională.

Vom folosi surse anonime doar în cazul în care informația nu poate fi obținută de la surse oficiale sau de la cele care acceptă să le fie dezvăluită identitatea.

În cazul în care o anumită sursă ne va da informații importante doar “off the record” (fără înregistrare), anonimatul sursei poate fi justificat doar dacă este singurul mod în care putem obține informații vitale și dacă acestea sunt de interes public. Din raționamente legale, vom informa redactorul-șef privind identitatea sursei anonime.

Vom manifesta loialitate față de sursă dacă i-am promis anonimatul. Protecția surselor este un principiu fundamental al jurnalismului. Niciodată nu ne vom trăda sursele.

Vom proteja identitatea surselor și în fața justiției, procurorilor, polițiștilor. Dreptul la anonimatul poate fi încălcat doar în cazuri excepționale, ținându-se cont de urmările posibile, atât pentru surse, cât și pentru societate. Vom aplica anonimatul ca să protejăm securitatea persoanei, să n-o punem într-o situație jenantă inclusiv din considerente legale. Vom stabili nivelul de anonimatul înainte de publicarea articolului, ca să ne asigurăm că identificarea sursei nu este posibilă nu doar de publicul larg, dar și de membrii familiei sau prietenii. În privința imaginilor, vom aplica procedee tehnice care atenuează fața persoanei („blurring”, nu „pixilation”, deoarece ultima permite identificare prin revers). Dacă ni se va solicita anonimatul absolut, nu vom păstra documente sau imagini în dosarul general de presă.

Vom proteja identitatea minorilor implicați în infracțiuni, ca victime sau ca autori, cu excepția cazurilor în care interesul public cere ca aceștia să fie identificați sau la solicitarea expresă a părinților și reprezentanților lor legali.

Vom „da voce” celor neauziți în selectarea surselor, respectând diversitatea etnică, de gen, de vârste.

Viața privată / intimitate

Vom respecta dreptul cetățenilor la viața privată. Persoanele care dețin funcții publice au dreptul la respectul vieții lor private, cu excepția cazurilor când viața lor particulară are efect asupra vieții publice. Nu vom publica corespondență sau conversație privată, precum nu vom relata despre comportament privat al unei persoane, dacă nu există un interes public clar de a cunoaște conținutul acestora. Faptul că alte instituții media au relatat pe marginea unui comportament privat, aducându-l astfel în spațiul public, nu va servi drept justificare pentru noi să procedăm la fel. Ne vom ghida de fapte, nu de zvonuri, ca informația să fie nu doar importantă, dar și adevărată. Dacă viața privată a unei persoane reprezintă un subiect relevant pentru a-l trata în articolele noastre, vom scrie despre aceasta doar în cazul unor evoluții semnificative, și vom ignora schimbările minore. Cu toate acestea, nu vom renunța la investigații tocmai ca să putem stabili care lucruri țin de interesul public și care țin de respectul vieții private.

Vom considera interes public orice chestiune care afectează viața comunității.

Apariția cazinourilor electronice și a sălilor cu aparate de joc a provocat anumite probleme sociale: minorii fură bani pentru a juca, familiile divorțează, jucătorii care pierd sume considerabile de bani ajung să-și piardă locul de muncă, să vândă bunuri personale precum ar fi automobilul, casa sau chiar încearcă să se sinucidă atunci când au datorii foarte mari. Reflectarea în presă a efectului negativ al acestui tip de activitate economică a fost calificat de către proprietarii cazinourilor electronice drept imixtiune nefondată în afaceri, defăimare ce provoacă pierderi financiare. Este o opinie incorectă, întrucât în acest caz problemele sociale generate de acest tip de activitate devin un fenomen de interes public.

Vom ține cont că interesul public nu se rezumă doar la aspectele politice, ci include orice altă împrejurare care prezintă interes pentru comunitate.

Vom avea în vedere că interesul public nu privește doar ceea ce autoritățile consideră că este de interes public.

Vom conștientiza că noțiunea de interes public se extinde și asupra modului în care funcționează și acționează Guvernul, autoritățile ori instituțiile publice, precum și orice altă entitate care utilizează bani publici sau care afectează interesul comunității.



În baza principiului interesului public avem dreptul de a solicita și a reflecta informații despre modul în care sunt cheltuiți și gestionați banii publici sau bunurile publice de către un agent economic care a obținut un contract cu autoritățile, o organizație neguvernamentală și/sau de presă, care folosește pe gratis o încăpere sau alte bunuri publice, este finanțată prin intermediul unui proiect de către autorități, beneficiază de subvenții din partea statului.

Având în vedere contribuția autorităților la gestionarea puterii și serviciilor publice, vom înțelege critica adusă autorităților drept interes public major.

Atunci când reflectăm un eveniment care nu reprezintă un interes public vom invoca dreptul la libera exprimare doar în cazul în care dezvăluirea informațiilor nu contravine unui alt drept fundamental.

Vom ține cont că orice informații privind încălcarea drepturilor omului, așa cum sunt acestea definite în documentele internaționale ratificate de Republica Moldova, sunt de interes public major.

Republica Moldova a ratificat Declarația Universală a Drepturilor Omului și Convenția Europeană privind Drepturile Omului, care presupun respectarea apartenenței la comunitățile religioase, politice, sexuale etc.

La Chișinău au avut loc evenimente ce țin de privarea dreptului la întrunire al homosexualilor. Subiectul a fost tratat diferit de diferite surse de informare din republică. În asemenea cazuri, vom evita tratarea subiectivă și discriminatorie a acestor subiecte. De asemenea, vom considera importantă reflectarea acestui subiect, interviuarea reprezentanților minorităților sexuale, întrucât privarea lor de drepturi reprezintă un interes public major.

Nu vom scrie despre viața privată a unei persoane dacă nu este un subiect de interes public.

O femeie a reacționat agresiv vizavi de interesul jurnaliștilor privind privarea sa de drepturile de părinte de către instanță la solicitarea fiului său minor. În acest caz, jurnaliștii au dreptul să reflecte acest subiect, întrucât fiul femeii a invocat drept motiv în instanță neimplicarea mamei sale în educația și întreținerea sa. Întrucât dreptul la educație și familie se numără printre drepturile copilului, acest subiect poate fi considerat de interes public, chiar dacă vizează persoane private.

Vom scrie despre comportamentul în viața privată a unei persoane publice binecunoscute, atunci când acest comportament interferează cu activitățile sale publice.

Un bețiv nu este un subiect de ziar. Dar dacă acea persoană este primarul orașului, lucrurile ar putea sta altfel. Un primar alcoolic își va îndeplini, probabil, atribuțiile în mod defectuos și ar putea deveni ținta unui șantaj. Așa că este de interes public să scriem despre un primar alcoolic. De asemenea, vom califica drept subiect de interes public o relație extraconjugală a unui primar care se pronunță în public contra adulterului, invocând motive morale sau religioase.

Vom scrie despre comportamentul amoral al unei persoane private, dacă acest comportament provoacă probleme de ordin social altor persoane.

Să presupunem că un cetățean oarecare, alcoolic, ar începe să-și terorizeze comunitatea și s-ar implica în acte împotriva legii pentru a-și finanța viciul. Acest lucru ar constitui subiect de știre. De asemenea, poate fi subiect de știre adulterul unei persoane private care are o relație cu o minoră/un minor sau cu o persoană cu probleme de sănătate mintală.

Vom evita să scriem despre sinucideri, întrucât acesta este un eveniment mult prea personal.

Totuși vom admite reflectarea despre sinuciderea minorilor, a persoanelor cu probleme de sănătate mintală sau despre cazuri de suicid provocate de conflictul persoanei cu autoritățile, poliție, Inspectoratul Fiscal etc. De asemenea, vom admite reflectarea unei sinucideri, atunci când sinucigașul a fost o persoană binecunoscută, a deținut funcții de răspundere sau funcții publice, sau atunci când un act de suicid a avut efect asupra publicului pentru că au fost mulți martori, suicidul a avut loc din neglijența autorităților sau pentru că se înscrie într-o tendință înregistrată în comunitate.

Vom respecta viața privată a unei persoane, fie chiar și publice, dacă aceasta nu afectează interesul public.

Nu vom dezvălui informații despre membrii familiei, despre domiciliu sau corespondența și viciile unei persoane publice dacă acestea nu vizează în mod direct sau indirect interesul public, iar detaliile acestor aspecte nu au relevanță pentru exercitarea funcției.

Vom ține cont că toate acțiunile, omisiunile, gesturile și cuvintele demnitarilor, politicienilor și ale tuturor funcționarilor publici legate de exercitarea funcției lor sunt de interes public major.

Gafele gramaticale sau cele ce țin de istoria țării, orașului admise de către un funcționar în cadrul unei informații, document, discurs sunt de interes public. Gesturile imorale admise de persoane publice într-un loc public sunt de interes public.

Publicitatea

Vom marca clar publicitatea, în special cea politică – „Publicitate politică”, delimitând materialele editoriale de cele publicitate prin procedee grafice (chenar, rubrică, însemne speciale).

În cazul publicității electorale, aceasta va fi însoțită de indicarea sursei de plată (de ex: *Achitat din fondul electoral*).

Nu vom marca drept publicitate materialele despre acțiuni care țin de Responsabilitatea Socială Corporativă (RSC), chiar dacă în text vom menționa denumirea unui agent economic, numele proprietarului sau al vreunui angajat.

Vom considera acțiuni de RSC acțiunile care nu implică oferirea gratuită a serviciilor și produselor pe care le prestează de obicei contra bani compania ce organizează acțiunea.

În articolele despre RSC, sau în fotografiile ce însoțesc astfel de materiale, nu vom menționa genurile de activitate, produsul, serviciile, telefonul sau adresa companiei, ce organizează acțiunea de RSC.

Nu vom marca drept publicitate și nu vom considera materiale publicitate articolele în care prezentăm în mod comparativ apariția pe piață a unor produse sau servicii noi. În asemenea cazuri, analizăm avantajele și dezavantajele pentru consumatorii serviciilor sau produselor similare prestate sau produse de diferite companii.

Vom discuta cu ofertanții de publicitate, după caz, anunțurile publicitate care conțin imagini care conțin atac la persoană, exprimă violență sau sexism, de asemenea care au conținut ce promovează dezechilibre de felul: *angajăm manager și spălătoreasă, angajăm fete până la 25 de ani, bărbați până la 30 de ani*. Potrivit legislației muncii, discriminarea pe bază de vârstă sau sex este o încălcare a legii. Deși presa nu poartă răspundere pentru conținutul anunțurilor publicitate, nu e corect să promovăm o ilegalitate, contra bani, pe terță răspundere.

Reflectarea sondajelor de opinie

Vom indica în mod obligatoriu compania/organizația care a efectuat sondajul și finanțatorul acestuia. Vom indica perioada, metoda chestionării

(față în față sau la telefon) și eșantionul. Vom informa publicul în mod obligatoriu despre marginea de eroare.

Nu vom conta pe interpretările pe marginea rezultatelor, făcute de organizația care a comandat sondajul. Vom reflecta rezultatele în contextul tendințelor și doar atunci când explicațiile specialiștilor vor fi convingătoare.

Nu vom credita sondajele cu mai multă credibilitate decât ar fi cazul. Vom folosi termeni ca „sugerează” în loc de „demonstrează” sau „arată”.

Vom atrage atenția cititorilor asupra oricăror evenimente care ar fi putut influența într-un anume fel rezultatele sondajului.

În cazul alegerilor, vom respecta prevederile legale privind publicarea sondajelor. În ziua alegerilor nu vom publica nici un rezultat până în momentul închiderii secțiilor de votare (7:00-21:00).

Vom edita vox-populi astfel încât ambele părți ale unei dispute să fie prezentate, echitabil și echilibrat.

Toleranță și nediscriminare

Vom trata tolerant și nu vom discrimina în materialele de presă reprezentanții tuturor categoriilor sociale, de vârstă, gen, rasă, etnie, apartenență politică, apartenență religioasă și orientare sexuală, chiar dacă avem atitudini mai puțin pozitive vizavi de subiecții respectivi.

Vom utiliza îmbinarea „*afro-americani*” sau „*persoane de culoare*” în loc de „*negri*”.

Vom utiliza cu precădere etnonimul „*rom*”, locuțiunile „*de origine romă*” sau „*de etnie romă*” în locul cuvintelor „*țigan*”, „*țigănim*”.

Vom utiliza sintagma „*de rasă mongoloidă*” în loc de „*gălbejiți*”.

Vom utiliza etnonimul „*evreu*” sau locuțiunea „*de origine evreiască*” în loc de „*ovreu*”, „*jidan*”, „*jidov*”.

Vom evita evidențierea etniei sau a bolii de care suferă o persoană suspectată, un învinuit, inculpat, condamnat, criminal sau a altei persoane într-un context negativ.

Vom evita utilizarea expresiilor „*bandiți țigani și ceceni*”, „*teroriști afgani*”, „*persoane de naționalitate caucaziană*”.

Vom asigura echidistanță, paritatea informațională în reflectarea conflictelor interetnice.

Nu vom admite formarea unui stereotip negativ stabil față de o întreagă etnie.

Nu vom forma intenționat, prin intermediul articolelor, sentimente de supremație a unei națiuni sau a unei rase față de alta.



Nu vom apela la prejudecăți naționale.

Nu vom face clasamente ale funcționarilor, activiștilor, după criteriul omogenității etnice.

Vom evita utilizarea expresiilor frazeologice, proverbe sau zicale discriminatorii din punct de vedere etnic care duc la perpetuarea stereotipurilor și prejudecăților.

Exemple negative:

„Trăim ca țiganii”, replică ce se utilizează deseori pentru a ilustra dezordinea, mizeria, murdăria dintr-o locuință.

„Este mai rău ca un tătar”.

„Zgârcit ca un evreu”.

„Tot țiganul își laudă ciocanul”.

„Este un țigănist adevărat”, expresie folosită deseori pentru a demonstra aspecte negative, scandaloase ale unei situații.

„Ca țiganul la mal”, expresie utilizată în cazul unor persoane care nu au câștigat (nu au obținut) ceva, chiar dacă aveau prima șansă.

„O sa te fure țiganii”, expresie de speriat copiii neascultători.

Vom evita utilizarea noțiunii „invalid”, „handicapat”, înlocuindu-le cu alte cuvinte nediscriminatorii ce permit descrierea stării sănătății persoanei despre care scriem. Vom folosi expresia „invalid” în termeni strict medicali (spre exemplu – *invalid de gradul II*).

Vom utiliza expresii de genul „*persoană cu probleme de sănătate mintală*” sau „*persoană cu disabilități mintale*” în locul cuvintelor și expresiilor discriminatoare precum ar fi „*debil*”, „*bolnav psihic*”, „*psihopat*”, „*persoană cu probleme psihice*”, „*retard*”, „*retardat mintal*”, „*idiot*”, „*persoană care și-a pierdut mințile*”, „*persoană care și-a pierdut cuțetul*”.

Vom utiliza expresii de genul „*nevăzător*”, „*persoană cu probleme de vedere*”, „*și-a pierdut vederea*”, „*persoană cu disabilități vizuale*” în locul cuvintelor discriminatorii de genul „*chior*”, „*miop*”, „*încrușăt*”.

Vom utiliza expresii de genul „*persoană cu probleme de auz (auditive)*”, „*persoană cu disabilizăți auditive*”, „*hipoacuzici*”, „*lipsit parțial sau total de auz*” în locul cuvântului discriminatoriu „*surd*”.

Vom folosi expresii de genul „*persoană fără darul vorbirii*”, „*persoană lipsită de facultatea vorbirii*” în locul cuvântului discriminatoriu „*mut*”.

Vom utiliza expresii de genul „*persoană cu defect de vorbire*”, „*persoană cu deficiențe de limbaj*” în locul cuvintelor discriminatorii „*bâlbâit*”, „*fâlfâit*”, „*cepeleag*”, „*gângâit*” etc.

Vom utiliza expresiile „*persoană cu dizabilități fizice*”, „*persoană cu dizabilități locomotorii*”, „*persoană cu probleme locomotorii*” în locul cuvintelor discriminatorii „*calic*”, „*beteag*”, „*olog*”, „*șchiop*”, „*cotonog*”, „*șontorog*”.

Vom folosi expresii de genul „*persoană care trăiește cu HIV*”, „*persoană care trăiește cu SIDA*”, „*bolnav de SIDA*”, „*suferă de SIDA*” în locul expresiilor discriminatorii „*HIV infectați*”, „*infectați cu HIV*”, „*infectați cu SIDA*”.

Vom folosi expresii de genul „*bolnav de tuberculoză*”, „*suferă de tuberculoză*”, „*bolnav TBC*” în locul cuvintelor și expresiilor discriminatorii „*ofticos*”, „*tuberculoznic*”, „*infectat cu tuberculoză*”.

Nu vom utiliza cuvinte ce descriu o diagnoză sau o boală pentru a descrie viciile sau aspectele negative ale unei persoane care nu suferă de această boală.

Nu vom utiliza termeni discriminatorii la adresa cultelor.

Vom utiliza expresiile „*asociație religioasă*”, „*organizație religioasă*”, „*grup religios*”, „*mișcare religioasă nouă*”, „*cult*”, și nu vom utiliza cuvintele peiorative și batjocoritoare precum ar fi „*sectă*”, „*sectar*”, „*sectant*”, „*sectă totalitară*”. Notă: în cazul în care termenii discriminatorii se conțin în declarația unei persoane publice, nu vom omite sau înlocui termenul din citat.

Vom trata echilibrat bărbații și femeile în articole, imagini, în calitate de surse sau categorii sociale descrise. Nu vom scrie „*Un tată deosebit își îngrijește singur copiii*”, căci părinții sunt abilitați în egală măsură să îi îngrijească. Nu vom spune „*bărbații din Parlament s-au adunat în sala de ședințe*”, dacă ne referim la parlamentari, și nu la statutul lor sexual, și dacă din componența Legislativului face parte măcar o femeie. Nu spunem „*participanții la congres și soțiile lor*”, dacă congresul e pentru specialiștii dintr-un domeniu anume și nu pentru reprezentanții unui sex anume. Nu spunem *domnul Vasile Moraru și Elena Micu*. Folosim pentru ambele genuri, în mod egal, numele sau poziția socială, sau titlul științific. Nu descriem femeile ca pe cineva care reprezintă pe altcineva. Nu spunem „*Maria, soția lui Vasile Palade, este cofetară*”. Descriem o femeie pentru ceea ce reprezintă ea însăși. Nu scriem: „*jumătatea slabă*”, „*jumătatea tare*” sau „*micuța femeie*”, dacă vizează cazuri generale. Nu folosim singularul masculin, atunci când descriem o categorie care include și bărbați, și femei. De exemplu: „*Profesorul școlar are salarii mici*”, „*Studentul trebuie să învețe*”. Utilizăm mai mult pluralul decât singularul în asemenea cazuri.

Nu vom menționa naționalitatea unei persoane suspectate de comiterea unei infracțiuni/crime, pentru a evita discriminarea unui grup etnic.

Dreptul de autor

Vom semna orice material publicat.

Ne vom opune cenzurii de orice fel.

Nu vom prelua materiale (texte sau fotografii) fără să avem acordul autorului sau (după caz) publicației (sursei).

Vom respecta drepturile de autor ale colegilor, vom face trimiteri la numele autorului ori de câte ori vom face uz de o lucrare a altcuiva. Plagiatul este inadmisibil.

Nu vom imprima, multiplica sau distribui anumite materiale, dacă nu vom avea un acord (verbal sau în scris) cu autorul acestora în ceea ce privește drepturile conexe.

Vom ține cont că redacția nu are dreptul să-și dea acordul privind preluarea materialelor din ziar, dacă autorul materialelor nu a transmis ziarului și drepturile conexe.

Suntem responsabili de veridicitatea și obiectivitatea comunicărilor publicate, sub nume propriu sau pseudonim. Nimeni nu are dreptul să ne oblige să ne punem semnătura sub o publicație conținutul căreia, în opinia noastră, a fost schimonosit sau modificat împotriva voinței noastre.

3. Alte norme de conduită profesională

Respectarea drepturilor omului

Vom respecta legislația, dar vom respinge orice tentativă de presiune și de amestec în activitatea noastră jurnalistică din partea autorităților, formațiunilor politice sau altcuiva.

Vom cere permisiune să activăm pe o proprietate privată. Nu vom face o astfel de solicitare unde publicul are acces larg (piață, gară) sau acolo unei au loc activități anti-sociale pe care urmează să le relatăm. Dacă vom fi rugați să părăsim proprietatea privată (unde publicul general nu are acces), vom da curs invitației prompt, într-o manieră politicoasă.

Vom evita să publicăm numele victimelor, mai ales a celor agresate sexual, fără permisiunea acestora.

Avem dreptul să fim protejați de către instituția de presă unde ne exercităm profesia, precum și de Asociația Presei Independente (API) sau de altă asociație profesională sau sindicală care ne reprezintă interesele împotriva oricărei presiuni exercitate contra noastră, de natură să determine o încălcare a conduitei profesionale, prevăzută de normele deontologice și de prezentul Ghid.

Ne rezervăm dreptul să refuzăm o anumită misiune, dacă executarea acesteia contravine principiilor deontologiei profesionale și convingerilor noastre etice.

Ne rezervăm dreptul să refuzăm atragerea de contracte de publicitate sau sponsorizări pentru instituția de presă la care lucrăm.

Conflictul de interese

Vom activa în numele interesului publicului de a afla adevărul, nu vom folosi reputația și posibilitățile noastre profesionale pentru dezinformarea

cititorului, difuzarea unor informații cu caracter publicitar sau comercial, promovarea unor interese de grup sau de altă natură.

Nu vom folosi în interese personale sau în interesul unor persoane apropiate informațiile confidențiale, aflate în virtutea exercitării atribuțiilor de serviciu.

Nu vom accepta, direct sau indirect, nici un fel de recompense, onorarii, bunuri, servicii, gratuități din partea unor persoane terțe pentru publicarea materialelor și opiniilor de orice caracter. Nu vom scrie despre prieteni sau rude.

Vom evita situațiile de conflict de interese. Vom separa activitățile editoriale de cele politice și economice.

Toate activitățile în afara redacțiilor nu trebuie să influențeze inadecvat articolele și serviciile noastre. Nu vom da niciun motiv cititorilor să pună la îndoială imparțialitatea, integritatea și standardele noastre etice. Reporterii vor obține acordul editorilor înaintea acceptării activităților lor extraredacționale, ca să fie evitat, astfel, orice conflict de interese. Reporterii nu vor fi subiecții unor promoții și reclame pentru produse comerciale. Participarea în acțiuni de caritate, de asemenea, trebuie făcută astfel ca să fie delimitată susținerea personală de cea a redacției.

Neapartenența la partidele politice, relațiile cu autoritățile publice

Profesia de jurnalist este incompatibilă cu orice funcții în organele puterii de stat, legislative sau de drept, dar și cu apartenența la diferite formațiuni politice, organe de conducere ale acestora.

Vom informa editorii despre orice afiliere politică.

Dacă vom fi înregistrați drept concurenți electorali, vom cere degrevarea din funcție pe durata campaniei.

Nu vom accepta activitatea politică și includerea pe listele electorale ale vreunui concurent electoral/partid politic atât în alegerile locale, cât și în alegerile generale.

Nu vom accepta afilierea la structuri electorale sau staff-uri electorale, fiind posibilă doar non-politică de voluntari.

Participarea la dezbateri publice și scrierea pentru publicații din străinătate este permisă, cu acordul prealabil al editorului. Orice referire la ziar va fi făcută doar cu acordul prealabil al conducerii.

Vom informa în scris despre legăturile de afaceri sau financiare pe care le avem personal sau în cadrul familiei. Nu vom accepta să relatăm despre o

firmă sau un produs față de care avem interese. Vom declara despre acțiunile pe care le deținem dacă acestea sunt în legătură directă cu materialul al cărui autor suntem. Reporterii specializați pe economie și finanțe vor face o declarație în scris privitor la acțiunile pe care le dețin. Declarațiile vor fi confidențiale, dar vor servi editorului drept bază pentru deciziile ulterioare privind eventuala existență a unui conflict de interese.

Vom face abstracție de respecta așa-numita perioadă de „100 de zile” în care presa oferă credit noului cabinet de miniștri, ocolind întrebări spinoase – o practică prin care presa nu-și exercită funcția de stabilire a agendei publice în cea mai critică perioadă de activitate a unui executiv.

Tratamentul corect al cititorilor

Corectitudinea și imparțialitatea sunt criteriile fundamentale ale jurnalismului. Cititorii trebuie să aibă încredere în integritatea editorială a redacției noastre și că deciziile noastre sunt luate numai pe baza unor motive robuste. Nu vom include în articolele noastre conținut ce aduce ofensă bunului-simț și decenței publice sau care e de natură să instige la dezordine publică și crimă. Vom evita limbajul dur (licențios) ce ar putea jigni cititorii, cu excepția cazurilor când acesta justifică interesul pentru autenticitate.

În cazul citării parțiale a unei persoane nu vom denatura mesajul persoanei date.

Vom obține informații în mod deschis și transparent. Folosirea tehnicilor speciale de investigație este justificată atunci când informațiile de interes public nu pot fi obținute în alt mod. E bine ca cititorii să fie informați despre faptul că am utilizat tehnici speciale de colectare a informațiilor.

În cazul scrisorilor venite din partea cititorilor, vom fi corecți și echilibrați în selectarea acestora, nefavorizând un anumit punct de vedere exprimat de aceștia. În timpul alegerilor, vom publica scrisori de susținere dacă vom avea cel puțin 3 scrisori în favoarea a trei concurenți electorali diferiți.

Versiunile on-line

Vom aplica aceleași norme tuturor materialelor on-line plasate fie pe paginile de internet ale ziarelor noastre, fie pe pagina API sau alte pagini electronice. Vom plasa on-line doar materialele în varianta finală și nicidecum materiale în stadiu de redactare și aprobare editorială.

Materiale puse la dispoziție

Vom aplica aceleași norme etice în raport cu materialele puse la dispoziție de organizații naționale și internaționale, folosite în materialele redacției sau reproduse.

Anexa 1

GHID DE BUNE PRACTICI PRIVIND RELATĂRILE DESPRE COPII

Acest capitol rezumă și dezvoltă, în context local și național, principiile etice în relatările despre copii, elaborate de Fondul Internațional pentru Copii al Națiunilor Unite (UNICEF), și le integrează în bunele practici existente în jurnalism. În același timp, textul este un angajament în favoarea unui jurnalism nuanțat și echilibrat, cu o perspectivă umană și de ansamblu asupra lucrurilor, având o puternică apropiere față de reușitele și problemele copiilor. Un asemenea jurnalism poate aduce beneficii tuturor – copiilor, comunităților, publicului –, servind nevoii oamenilor de a ști mai multe, fără însă a prejudicia drepturile și demnitatea copiilor.

Cu mijloacele pe care le au la îndemână – cuvântul scris și vorbit, și imagini – și cu puterea pe care o exercită asupra minții oamenilor de rând și asupra deciziilor persoanelor cu funcții înalte, reporterii și editorii se află într-o poziție potrivită pentru a oferi cuvântul celor neauziți, pentru a lupta personal cu violența împotriva copiilor ori pentru a restabili adevărul și echilibrul, atunci când lipsa acestora afectează cel mai mult copiii.

Copiii în termeni neutri

Cum numim copiii? În fiecare caz, copilul este „o persoană”, „o ființă umană” și are nevoie, pentru a crește cu demnitate, de o atitudine demnă, exprimată inclusiv de mass-media, în termeni neutri. Deci, pentru a scrie despre copii, vom folosi cuvinte neutre, ce încurajează dezvoltarea și independența copiilor – „copil”, „adolescent”, „tânăr”, „elev”, nu „micuț”, nu „copilaș”, nu „pici”.

Cum nu trebuie să-i numim pe copii? Copiii nu sunt nici „*odrasle*” și nici „*progenituri*”. Ne-ar plăcea, oare, să se vorbească în acești termeni despre copiii noștri? Copiii nu sunt nici „*îngerăși*” și nici „*împielițați*”. Prin urmare, nu trebuie să tratăm copiii și tinerii – în cuvinte și atitudini – „*ca pe niște porțelanuri, dar nici ca pe arici*”.

Copiii nu sunt „*minori*”. În limbajul curent, acest cuvânt are o conotație negativă: numaidecât unei minore i s-a întâmplat ceva rău sau un minor a comis un delict. Simpla menționare a comisiilor pentru minori sau a inspectoratelor pentru minori creează deja un context negativ și o atitudine negativă. Astfel, chiar dacă terminologia juridică face referiri, de exemplu, la „*persoane minore*” sau la „*legislația privind munca minorilor*”, vom alege să le spunem acestor persoane „*copii*” și să evităm cuvântul „*minor*”.

Copiii nu sunt așa cum îi descriu diminutivele. Acestea diminuează statutul copilului ca persoană. O „*fetiță micuță*”, îmbrăcată în „*hăinuțe*”, „*cu ochisorii mereu triști*”, care „*locuiește, sărmănică, în niște condiții dezastruoase*” și este o „*făptură nevinovată și greu încercată de suferință*”, are nevoie, la vârsta ei de 14 ani, nu de mila cititorilor, a celor din jur, ci de înțelegere, de sprijin și de intervenția serviciilor sociale. Jurnalismul nu trebuie să trezească milă, ci acțiune. Nu vom spune că s-a creat o situație dramatică ori că acest lucru este fantastic sau extraordinar. Vom arăta asta. Iar dramatismul situației și faptul că ceva este fantastic ori extraordinar pot fi povestite în ansamblu, prin descrierea unui detaliu.

Copiii în prim-plan

Un jurnalism care transformă evenimentele vieții locale cotidiene în știri sau relatări, ușor de citit și captivante, va reuși să îmbine nevoia de a plasa copiii în prim-plan și obligativitatea de a nu publica articole și fotografii care riscă să-l plaseze pe copil, pe frații și surorile lui sau prietenii lui în situații de risc, chiar dacă este schimbată ori nu este folosită identitatea acestora.

Denumirea proiectelor, numele complete ale instituțiilor, funcțiile oficiale ale persoanelor, evoluția situației etc. – toate aceste elemente necesare pentru a contura un subiect multidimensional le vom menționa după primul alineat. În contextele ce vizează copiii, vom folosi cu moderație abrevierile, statisticile etc., astfel pentru *CNSPSRGMPPF*, de exemplu, vom alege un loc potrivit pentru descifrarea *Centrul Național Științifico-Practic de Sănătate a Reproducerii, Genetică Medicală și Planificare Familială*, fără să eclipsăm protagoniștii. Altfel spus, vom plasa copiii în centru, în prim-plan, într-o perspectivă demnă, iar celelalte – în plan secund.

Atitudinea potrivită: „cuvintele atrag realitatea”

Mass-media, oficialitățile, cetățenii – oricare ar fi statutul lor – nu au voie să pună etichete și să restrângă orizonturile pentru copii. Titlul „*Copiii plasați în instituțiile rezidențiale nu au viitor*” și atitudinile exprimate prin afirmațiile „*copiii noștri sunt încă fricoși, închiși în sine, nu vor să comunice*” sunt dovezi ale unui tratament de marginalizare și excludere, aplicat de maturi. Dacă spunem că „*nu au viitor*”, ei chiar nu vor avea. Vom reține: cuvintele atrag realitatea, o materializează. Totodată, copiii nu au ales să fie „*fricoși, închiși în sine*”, așa i-au făcut adulții, poate, inclusiv, cei care afirmă că sunt astfel.

Atitudinea potrivită în presă față de copii, mai ales față de copiii aflați în situații de risc, trebuie să fie, așadar, una care deschide uși, care oferă perspective, nu una care stinge lumina. Vom relata faptele, dar nu vom insista doar pe cele negative. Vom vorbi și despre speranțe, posibilități, succese.

Și perspectiva umană poate fi senzațională

Bunele practici ale jurnalismului modern îmbină perspectiva umană cu un „*senzaționalism*” nou, căruia i se adaugă o formă și un conținut, obținute după ce „*săpăm mai adânc și țintim mai departe*”. Este mai senzațional faptul că „*o tânără din Lăpușna a formulat, în Scoția, recomandări pentru liderii lumii*” decât că la Iurceni „*un tânăr este omorât de propria țigară*”. Este mai demn de atenția publicului că „*o resursă de comunicare între copiii și părinții afectați de migrație, elaborată în Moldova, este tradusă și utilizată în Franța*” decât că „*un adolescent din Anenii Noi ajunge la spital, călcat pe mână de roata unui automobil*”...

Clișeul „*Cu cât știrile sângerează mai mult, cu atât se vând mai bine*” exprimă succint o fixație a unor mass-media pe tragedii personale, pierderi, accidente, crime sau acte de violență. O întrebare mai veche a unui profesionist media ne ajută să tragem linia dintre ceea ce poate fi publicat și difuzat în cazul unor fapte de violență și ceea ce nu poate fi prezentat public: „*Ți-ar plăcea ca aceste texte și imagini să fie văzute de copiii tăi în ziar sau la televizor atunci când luați împreună micul dejun înainte de școală?*”. Într-un subiect de presă axat, spre exemplu, pe problema violenței împotriva copiilor sunt doi eroi centrali – copilul care este supus violenței și copilul care poate citi sau privi aceste relatări. Aici vom urma practicile bune, care sugerează jurnaliștilor realizarea materialelor astfel încât acestea să nu dăuneze nici unora, nici celorlalți. Altfel spus, profesionalism înseamnă etică și responsabilitate. Unii directori de televiziuni din Europa au recunoscut că le-au interzis propriilor copii să privească știrile pe care le produc. Așadar, vom publica știri despre copii, care sunt demne de noi și demne de atenția publicului.

O abordare inedită a drepturilor copilului: perspectivă locală și regională

Mediile locale și regionale pot oferi o abordare unică, dintr-o perspectivă personalizată, a subiectelor despre copii. Mai întâi, pentru că tot ce i se întâmplă sau nu i se întâmplă unui copil are loc în comunitate, iar mediile locale și regionale sunt cel mai aproape de aceste succese, dificultăți sau situații dramatice. Fiecare al cincilea locuitor al Moldovei este un copil, astfel, o pagină din cinci cu relatări pentru sau despre copii este tocmai proporția potrivită a spațiului afectat copiilor în ziar sau revistă.

Iată o listă scurtă cu subiecte vizând situația copiilor din R. Moldova, care ne ajută să oferim mai mult spațiu copiilor:

- Copiii și familia: „singur acasă”
- Copiii și munca
- Copiii și educația
- Copiii cu nevoi speciale
- Sănătatea și bunăstarea copiilor
- Copiii din instituțiile rezidențiale
- Violența împotriva copiilor
- Copiii în conflict cu legea
- Responsabilitățile guvernului, autorităților locale și ale adulților pentru situația copiilor etc.

Copiii și cifrele

Într-un subiect consacrat consumului de droguri într-o capitală europeană, reporterul cita cifra înregistrată oficial a numărului de utilizatori de droguri: 30.000 de persoane. Și adăuga: „*Asta-i ca și cum la meciul de ieri seară dintre liderii campionatului, toți spectatorii din tribune ar fi fost consumatori de droguri*”. Să găsim asemenea „*imagini*” pentru puținele cifre, pe care le vom integra în text. **Acum câțiva ani, în Republica Moldova, cele 75 de publicații școlare existente aveau un număr total de 44.941 de cititori – era ca și cum fiecare locuitor al raionului Dondușeni, inclusiv nou-născuții, ar citi presa școlară.**

Pentru a fi relevante, cifrele au nevoie de context. 4,5 este mult sau puțin? Să-i întrebăm pe adolescenții în conflict cu legea, pentru că durata medie a timpului petrecut de ei în pre-detenție a fost de 4,5 luni în anul 2008. Vom crea, prin urmare, un context pentru cifrele-cheie din știre sau relateare.

Un bun reporter este, deopotrivă, curios și sceptic. Cifrele trebuie tratate și ele cu rezerve. Eroul unui film mai vechi afirma chiar în primele imagini: *„Dacă nu ar exista statistica, nu am ști cât de bine trăim”*.

Exprimarea cifrelor trebuie unificată, ca să putem compara mai ușor cele 45,5 procente dintre copiii de până la 6 luni din Moldova care în 2005 erau alăptați în exclusivitate la sân, cu aproape fiecare al doilea, anul următor. În același timp, folosirea cifrelor comparative nu este suficientă pentru un subiect reușit. Un jurnalist profesionist explică semnificația acestora și le transformă în istorii umane. *„În ultimii ani Moldova a pierdut câte un sat la doua luni”. „În Moldova ar fi un raion de bolnavi mintal”*. Ce istorii extraordinare se află în spatele acestor titluri cu cifre! În ultimii zece ani, populația Moldovei a scăzut în medie cu 8000 de persoane anual, ceea ce constituie echivalentul a șase sate cu 1,3 mii locuitori fiecare. Iar numărul persoanelor cu tulburări mintale și de comportament din Republica Moldova este egal cu numărul de locuitori al unui raion relativ mic, cum ar fi Ialoveni.

Menționarea și prezentarea naționalității, statutului etc.

Vom menționa naționalitatea, statutul de persoană cu dizabilități (nu de invalid, de șchiop, orb, surd – pentru toate acestea există echivalente ce indică deficiențe motorii, de văz, de auz) sau de persoană afectată de HIV/SIDA, doar dacă acestea sunt relevante pentru textul articolului sau relatării. De multe ori nu sunt. Dacă un copil cu dificultăți de vorbire participă, la Chișinău, la Primul Festival artistic al copiilor cu dizabilități, și scopul declarat al festivalului este *„de a descoperi și promova abilitățile creative”* ale acestor copii, menționarea dizabilității este relevantă. Nu însă și atunci când copilul participă la o campanie de colectare de fonduri pentru o cauză ce nu are vreo relație cu dizabilitățile sale. Articolul nostru poate fi despre personalitatea copilului, despre ceea ce a reușit, nu despre ceea ce nu poate să facă. Iar atunci când îl interviuăm pe acest copil, nu ne vom comporta de parcă dizabilitatea se poate transmite ca o maladie.

De asemenea, în cazul copiilor bolnavi, răniți sau cu dizabilități, vom evita difuzarea imaginilor care, prin caracterul lor senzațional, exploatează persoana. Jurnalismul este mai degrabă o chestiune de protecție, decât de exploatare.

A interviua un copil

„A pune pune întrebări revelatoare, reliefând doar esențialul din răspunsurile primite și mergând direct la aspectele cele mai umane ale poveștii” – astfel punctează un scriitor celebru, Garcia Marquez, reperiile unui interviu re-

ușit. Principiul director pentru interviurile cu copiii, promovat de UNICEF, este în consonanță cu „*a nu dăuna*”. Iar principala provocare pentru un reporter în subiectele vizând copiii o reprezintă interviul cu un copil, a cărui stare de bine este afectată.

Mai multe argumente pentru a intervieva un copil

Copilul are dreptul să spună ceea ce crede și ce simte atunci când este vorba de persoana lui sau situațiile care îl privesc. Potrivit Convenției privind Drepturile Copilului, libertatea de exprimare a copilului trebuie să fie realizată doar în interesul lui superior și fără a încălca drepturile altora.

Vom intervieva copiii nu pentru a ne amuza că ei „*spun lucruri trăsnite*”, nu pentru a umple rubricile de „*curiozități*” și „*perle*”. Vom intervieva copiii pentru „*a da cuvântul celor neauziți*”. Dacă violența se consumă undeva în spatele unor uși închise, a intervieva un copil supus violenței înseamnă a face ca soarta lui invizibilă să fie cunoscută de public. Și interviul realizat de un jurnalist poate fi, uneori, singura oportunitate pentru copil de a-și face cunoscută istoria.

Există mai multe argumente pentru a intervieva copiii:

- Cuvintele spuse de copii sunt credibile pentru public
- Copiii povestesc lucruri proaspete și interesante
- Copiii oferă o perspectivă asupra realității diferită de cea a adulților
- Unele subiecte – precum abuzul asupra copiilor, educația, jocul – afectează mai mult copiii decât adulții, iată de ce ei trebuie să spună ce cred despre acestea
- Un interviu îi oferă copilului sentimentul propriei valori, sporindu-i încrederea în propriile forțe și abilități.

Trei argumente pentru a NU intervieva un copil

A intervieva un copil supus violenței sau aflat în altă situație de risc este un lucru delicat și chiar riscant pentru noi. Există cel puțin trei argumente pentru a NU intervieva un copil:

- Copilul re trăiește o trauma psihică
- Copilul ar putea fi hărțuit, mai târziu, de abuzator
- Copilul ar putea oferi informații inexacte.

Dacă un copil care răspunde la întrebările jurnalistului trăiește din nou momentele traumatizante și suferă din această cauză, atunci și acțiunea reporterului poate fi calificată drept abuz. În cazul în care subiectul dezvăluie identitatea copilului și mărturiile lui pot fi privite ca acuzații, copilul ar putea fi urmărit de agresor și supus altor acte de violență. Nu vom uita asta în munca noastră de reporteri.

Atunci când jurnalistul caută informații veridice, copilul nu este singura sursă relevantă. Atunci când un jurnalist îndeamnă copilul: „*Spune ce s-a întâmplat!*”, aceasta sună pentru copil ca un ordin al unui adult. Oare este vorba de o decizie conștientă, matură a copilului de a răspunde la întrebări? Nu, mai degrabă este vorba de un raport de putere dintre un adult și un copil. Iar acesta este un abuz.

Nu este ilegal să intervievăm un copil sub 16 ani, dar de cele mai multe ori nu este etic. Este vorba despre ceea ce se numește consimțământ informat.

La fel, nu vom fotografia un copil, nici în cadrul privat, nici în cel public, fără permisiunea părinților, a tutorei sau a unui reprezentant legal. Excepție sunt situațiile în care surprindem că acest copil este agresat, este implicat într-un accident sau i se încalcă drepturile. Și vom folosi aceste poze dozat, fără ca acest copil să fie recunoscut, doar pentru a restabili demnitatea copilului, drepturile lui, pentru a genera discuții publice asupra unor fenomene îngrijorătoare sau periculoase, și nu în calitate de produs mediatic.

IMPORTANT! Ce vom face pentru ca interviul să nu fie o experiență traumatizantă pentru copil?

- Vom cere permisiunea persoanei responsabile de copil (părinte, tutore)
- Vom intervieva copilul în prezența unui adult în care el are încredere
- Vom urmări starea psihologică a copilului pe toată durata interviului
- Vom renunța la interviu, dacă retrăirea traumei îl face pe copil să sufere.

Cum îi cerem copilului un interviu?

Îi spunem de ce avem nevoie. Și nu uităm să-i comunicăm pentru ce avem nevoie de acest interviu. Îi vom oferi timp să analizeze, împreună cu adulții

responsabili de soarta lui, consecințele cu care se va confrunta după ce discuția va fi difuzată. Nu ne folosim de oameni!

Dacă refuză, nu ne descurajăm. Găsim pe altcineva din această comunitate care să ne vorbească. Schimbăm perspectivele din care analizăm situația și vom realiza subiectul! Puține lucruri se compară cu sentimentul că ne-am descurcat ca un profesionist, reușind în același timp să protejăm copilul.

Vom folosi metode corecte, deschise și simple pentru a obține interviuri și imagini. Atunci când este posibil, acestea trebuie să fie obținute conștient și cu acceptul copilului sau al unui adult responsabil, tutore sau asistent social. Nu vom plăti copiilor, părinților ori tutorilor copiilor pentru materialul referitor la copil, cu excepția cazului în care aceasta este într-adevăr în interesul copilului.

Vom evita să dăm bomboane și, mai ales, speranțe deșarte! Nu este mandatul nostru să ajutăm direct, nu suntem asistent social și nu avem pregătire profesională pentru a consilia copilul. Suntem siguri că vom avea timp pentru a urmări în continuare evoluția situației lui? Că ne putem implica pentru a-l ajuta moral și material? Nu dăm speranța că îi oferim dragoste, susținere morală, ajutor, relații la problema lui. Sarcina jurnalistului este să relateze. Ne facem doar munca: onest și profesionist.

Atunci când îi spunem copilului despre interviu, vom adapta informația la vârsta copilului și la nivelul lui de înțelegere, Aceasta trebuie să includă:

- Scopul interviului
- Unde va fi difuzat, în ce ziar, la ce post de radio sau televiziune
- Despre ce vom vorbi
- Care va fi rezultatul interviului, ce ar putea urma după interviu
- Vorbim despre confidențialitate
- Niciodată nu vom încuraja fals (cu scop ascuns) un copil
- Niciodată nu vom promite ceea ce nu vom fi în stare să-i oferim (de exemplu, confidențialitate totală sau să-i găsiți un membru al familiei).

Cum realizăm un interviu?

Vom intervieva copilul în mediul lui obișnuit, dar nu într-un spațiu care are pentru el conotații negative și nici într-un cadru formal: nu în cabinetul directorului de liceu, nu la sectorul de poliție. Copilul trebuie să se simtă în siguranță în timpul discuției.

Vom face interviul cât mai scurt posibil. Pentru aceasta putem afla cât mai multe informații înainte de interviu. Din ce familie provine? Are familie? Ce mediu școlar are? În ce relații se află cu semenii? Cum este privit de adulți? Ce susținere are din partea comunității, lucrătorilor sociali, poliției, profesorilor, medicilor? Înainte de discuție, vom încerca să înțelegem circumstanțele în care a crescut copilul și cum a evoluat viața lui.

În timpul interviului, aflăm, de asemenea, care sunt bucuriile, dorințele lui, activitățile preferate și obiectele îndrăgite, persoanele cu care îi place să comunice. Toate aceste detalii ne vor ajuta să axăm subiectul media pe lucrurile cu adevărat relevante, pe dimensiunea umană: vom vorbi despre copil ca despre o ființă complexă, dintr-o perspectivă pozitivă. Atunci când realizăm interviul, nu uităm de detalii. Ele vor da valoare și culoare relației. *„Magnetofonul este foarte folositor pentru a-ți aminti cuvintele, dar nu trebuie neglijat niciodată chipul interlocutorului, care poate spune mult mai multe decât vocea lui, și uneori tocmai contrazicând vorbele”,* scrie un laureat al Premiului Nobel pentru Literatură.

Într-un interviu cu un copil vom ține cont de: tradiții, prejudecăți, frustrările personale ale copilului și relațiile lui cu cei din jur.

Discuții individuale sau în grup?

Cu excepția cazului în care discutăm despre experiența proprie a copilului, ar fi mai bine să interviuăm copiii în grupuri mici. Astfel, ei se pot simți mai în siguranță, se încurajează reciproc și interviul este mai mult o discuție decât un interogatoriu.

De obicei, copiii sunt influențați, controlați de adulți, și trebuie să facă ceea ce le spun maturii să facă, iată de ce unii copii s-ar putea simți înspăimântați de intervenția unui adult străin, chiar dacă este un jurnalist cunoscut de toți, și nervos vizavi de ceea ce dorește reporterul de la el.

Reguli pentru un interviu

- Înregistrăm totul și, în același timp, notăm reperele importante ale discuției
- Vom încerca să nu ne implicăm emoțional
- Nu vom da speranțe deșarte
- Vom încerca să înțelegem copilul, dar nu vom lua în nici un fel atitudine. Doar îl ascultăm. Aici ne vor ajuta răbdarea și interjecțiile: *„A-a-a..., într-adevăr..., da..., înțeleg..., trebuie să fie greu...”*
- Vom fi atenți și respectuoși

- Nu este treaba noastră să ajutăm direct. Doar vom relata și vom solicita intervenții
- Vom păstra contactul vizual – calm
- Vom respecta intimitatea și viața privată a interlocutorilor
- Îi vom permite copilului „să conducă” interviul
- Vom aștepta răspunsul la întrebări, nu ne vom grăbi să-l formulăm în locul copilului
- Nu vom interpreta spusele copilului.

IMPORTANT: Vom evita să adresăm copilului aflat în stare de risc întrebarea „Cum te simți?”. Cercetările spun că astfel de întrebări sunt contraproductive și pot face rău copilului.

Reacțiile psihologice ale copilului în timpul interviului

- Copilul poate fi speriat și poate refuza să acorde interviuri. Vom respecta această alegere a copilului.
- Retrăirea evenimentelor traumatizante în timpul interviului poate avea un impact negativ asupra stării psihologice a copilului.

Jurnalistul trebuie să fie conștient și pregătit să răspundă la nevoia de siguranță psihică a copilului în timpul interviului. Interviul trebuie întrerupt, dacă devine prea dureros din punct de vedere emoțional pentru copil, atunci când:

- copilul începe să plângă,
- își frământă sau îi tremură mâinile,
- își acoperă gura și fața cu palmele,
- transpiră,
- evită privirea în timpul discursului,
- se joacă nervos cu obiecte mici.

Întrebările trebuie să fie clare

Întrebările jurnalistului îl pot ajuta pe copil să-și amintească pe parcurs mai multe informații decât a fost în stare să-și amintească imediat. De asemenea, prin întrebările noastre putem influența copilul să dea informații, să conducem copilul spre un răspuns așteptat.

Interviurile repetate, cu întrebări sugestive, pot conduce la o situație în care copilul oferă răspunsuri false și confirmă lucruri pe care intervievatorul dorește să le obțină. Iată de ce deseori copiii care trebuie să depună mărturie pentru un proces sunt înregistrați cu camera video și nu sunt expuși presiunii interogatoriului „pe viu” de către avocați sau procurori în timpul ședințelor de judecată. O asemenea practică există deja și în Republica Moldova și este promovată de Centrul Național de Prevenire a Abuzului față de Copii. Iar profesioniștii în domeniu au propriul Ghid de audiere legală a copiilor victime/martori ai abuzului și neglijării.

Răspunsurile copilului într-o discuție pentru presă trebuie să fie înregistrate cu acuratețe, iar jurnalistul nu trebuie să le influențeze în niciun fel.

Principii directe privind reportajele despre copii

Nu vom accentua stigmatizarea copilului; în calitatea noastră de jurnaliști și de oameni, vom evita să etichetăm copiii și să descriem maniera în care au fost expuși represiunilor, inclusiv violențelor fizice și psihice sau discriminării, ori excluderii din comunitățile lor. Vom descrie întotdeauna contextul exact al articolului sau imaginii ce implică un copil.

Vom schimba întotdeauna numele, ne vom asigura că astfel nu transferăm situația asupra unui alt copil ce poartă numele schimbat și nu vom dezvălui vizual identitatea copiilor care apar în următoarele situații:

- copii victime ale abuzului sau exploatării sexuale
- copii autori ai abuzului sexual sau actului de violență fizică
- copii persoane infectate cu HIV, persoane care trăiesc cu SIDA sau copii care au decedat de boli asociate SIDA, chiar dacă copilul, părintele sau îngrijitorul au autorizat aceasta de o manieră informată
- persoane acuzate sau culpabile de crimă.

În anumite situații, atunci când un copil riscă să devină victimă a represiunilor, vom omite numele, nu vom dezvălui vizual identitatea copilului și vom sonoriza afirmațiile lui cu vocea altui copil.

Experiențe personale, de interes public

O experiență personală, trăită de autori sau de oamenii apropiați, în spitale, în grădinițe, în școli ori în contactele cu autoritățile, merită să ajungă pe paginile ziarelor sau în relatările radio și tv. Cu condiția ca aceasta să fie bazată pe dovezi și mărturii, să facă parte dintr-un fenomen, dintr-o practică comună a mai multor persoane și să fie de interes public, nu să urmărească o răzbunare individuală.

O privire asupra Convenției privind Drepturile Copilului

O simplă parcurgere a celor 54 de articole ale Convenției privind Drepturile Copilului poate oferi profesioniștilor din mass-media cel puțin tot atâtea ocazii de a adresa întrebări autorităților, a căuta răspunsuri și a urmări astfel interesul public major și interesul superior al copilului. Cum implementează Guvernul și autoritățile publice locale Convenția privind Drepturile Copilului? Ce evoluții există după formularea ultimelor Observații finale ale Comitetului pentru Drepturile Copilului de la Geneva despre respectarea Convenției privind Drepturile Copilului în Republica Moldova? Sunt primele întrebări ce ne pot plasa la începutul unui drum în căutarea răspunsurilor ce aduc beneficii pentru copii, pentru comunități și pentru mass-media.

Resurse pentru documentare

UNICEF PRINCIPLES FOR ETHICAL REPORTING ON CHILDREN.

http://www.unicef.org/media/media_tools_guidelines.html

MASS-MEDIA ȘI DREPTURILE COPILULUI. O resursă pentru jurnaliști scrisă de jurnaliști.

MediaWise, UNICEF Moldova. Chișinău, 2005.

http://www.cnpac.org.md/fileuri/Mass-media_si_Drepturile_Copilului_UNICEF_2005.pdf

VIOLENȚA ÎMPOTRIVA COPILOR: CE ȘI CUM RELATĂM. Ghid de bune practici pentru mass-media.

Centrul Național de Prevenire a Abuzului față de Copil, UNICEF Moldova. Chișinău, 2006.

http://www.cnpac.org.md/fileuri/Ghid_Mass_Media_Violenta_Copii.pdf

INTERVIEWING CHILDREN. A guide for journalists and other, Save the Children, 2003.

КАК ИНТЕРВЬЮИРОВАТЬ ДЕТЕЙ: руководство для журналистов и других.

Москва, 2000. <http://www.eartist.narod.ru/text16/068.htm>

OMUL, MAI ALES. Ghid de bune practici în domeniul jurnalismului pentru dezvoltare umană. Universitatea de Stat din Moldova, Centrul Independent de Jurnalism, UNICEF Moldova. Chișinău, 2005.

ЧЕЛОВЕК, ПРЕЖДЕ ВСЕГО. Практическое руководство по журналистике в области человеческого развития". Государственный университет Республики Молдова, Независимый центр журналистики, Представительство ЮНИСЕФ в Молдове. Кишинэу, 2005.

www.library.cjes.ru/files/pdf/human-above-all.pdf

ÎN SPATELE GRATIILOR, CU FAȚA SPRE LUME. TINERII ÎN CONFLICT CU LEGEA. Ghid mass-media privind relațiile în domeniul justiției juvenile. Centrul Media pentru Tineri, UNICEF Moldova. Chișinău, 2006.

IMAGINEA TINERILOR. Ghid pentru jurnaliști și alți profesioniști. Centrul Media pentru Tineri, UNICEF Moldova. Chișinău, 2005.

PRESA TINERILOR ÎN REPUBLICA MOLDOVA. Ghid 2003-2004. Centrul Independent de Jurnalism, Centrul Tănărului Journalist, UNICEF Moldova. Chișinău, 2004.

GHID DE BUNE PRACTICI PRIVIND RELATAREA DESPRE HIV/SIDA. PNUD, UNAIDS. Chișinău, 2004. <http://www.aids.md/ro/information/library/d722/>

Anexa 2

RECOMANDĂRI PENTRU UN DISCURS MEDIA ECHILIBRAT DIN PUNCT DE VEDERE AL GENULUI

În societatea contemporană, a exploziei comunicării, mass-media joacă un rol esențial în formarea imaginilor publice, a interacțiunilor particulare, menținând sau schimbând reguli, reprezentări, stiluri de viață, presupuziții ideologice. Prin utilizarea unui discurs conservator de gen în conștiința publică se perpetuează modele deformate de reprezentare a femeilor și bărbaților, precum ar fi cel al masculinității raționale și feminității emoționale care derulează activități pe potrivă. De aceea este important să ne autosesizăm asupra stereotipurilor, distorsiunilor și prejudecăților de gen din universul mediatic printr-o informare corectă asupra problemei culturii și socializării de gen echitabile, pentru a nu aborda tendențios și tradițional multiplele realități de gen.

Ce înseamnă egalitatea de șanse pentru femei și bărbați?

Femeile și bărbații au aceleași drepturi, obligații și posibilități cu privire la:

- a avea un loc de muncă, care să le asigure independența economică;
- a se implica în gospodărie și creșterea copiilor;
- a participa la viața politică, sindicală, culturală, la activitățile comunitare.

Ce este discriminarea de gen?

Orice diferențiere, excludere sau restricție bazată pe sex, care are ca efect sau scop împiedicarea sau anularea recunoașterii, beneficiului sau exercitării de către femei, indiferent de statutul lor matrimonial, pe baza egalității

dintre bărbați și femei, a drepturilor omului și libertăților fundamentale, în domeniile politic, economic, social, cultural, civil sau în orice alt domeniu (Convenția privind eliminarea tuturor formelor de discriminare împotriva femeilor, 1994).

Egalitatea de șanse în mass-media de jure

Din *Legea cu privire la egalitatea de șanse dintre bărbați și femei*, art. 8:

(1) Mass-media contribuie la promovarea principiului egalității între femei și bărbați în societate prin elaborarea de programe și materiale de depășire a stereotipurilor gender.

(2) Orice discursuri și materiale publice care prezintă imaginea femeilor sau a bărbaților în manieră de umilință a demnității lor se consideră inadmisibile și se contracarează în conformitate cu prezenta lege.

“Lentile de gen” pentru o presă sensibilă la gen

Pornind de la premisa că media comunică despre viața publică/privată a celor două genuri sociale – femei și bărbați -, ne vom asigura că în politica redacțională, precum și în toate etapele muncii jurnalistice (documentare, identificarea surselor, elaborarea informației, utilizarea imaginilor) se va ține cont de dimensiunea de gen și abordarea integratoare a problematicii de gen. Indiferent de rigorile economiei de piață, orice ziar, radio și TV își va revizui politica redacțională în ceea ce privește reflectarea echitabilă a prezenței și contribuției fiecărui gen în societate.

Așadar, vom utiliza „lentile de gen” ori de câte ori este cazul la toate etapele muncii jurnalistice.

Stabilirea grilei tematice

Vom cuantifica câte rubrici, teme și care dintre ele se adresează auditoriului de femei/bărbați sau ambelor genuri, precum și natura, domeniul abordat în aceste teme. De regulă, pentru femei tematica este predominant privată sau din sfera socială, iar pentru bărbați – publică, cu accent pe politic, economic, armată.

Documentare

Vom consulta tratatele internaționale și documentele naționale ce se referă la problematica de gen și, după caz, statistică dezagregată pe gen.

Vom identifica mereu noi surse informaționale - experți sau reprezentanți ai instituțiilor statului, societății civile - și femei, și bărbați, oricând acest lu-

cru este posibil, pentru a nu prezenta realitatea unilateral, din perspectivă pur feminină sau pur masculină a unora și acelorași actori „deja consacrați și omniprezenți” și în mass-media scrisă, și în cea audio-vizuală, cum se atestă frecvent.

Vom stabili contacte cu ONG-urile care activează în domeniul promovării echității și parteneriatului de gen și-i vom consulta atunci când avem nevoie. Îi vom încuraja să ne informeze în cazul în care ei dispun de anumite noutăți în domeniu, despre care ar trebui să cunoaștem și noi, jurnaliștii.

Elaborarea informației

Vom tinde să asigurăm un echilibru între „vocale” femei/bărbați și alternativele unora sau altora în relatările din știri, opinii, sondaje etc., pentru a nu întări supoziția că liderii de opinie sunt, de obicei, bărbații. Aceasta nu înseamnă că bărbații sau, în special, femeile (deoarece anume ele lipsesc adesea din abordările media pe probleme de natură politică, economică) trebuie să constituie un aspect artificial, obligatoriu al materialului, ci mai degrabă o posibilitate pentru ele/ei să-și exprime punctul de vedere.

În ultimii 30 de ani, a crescut considerabil numărul femeilor jurnaliste (peste 50%), dar în schimb a crescut extrem de lent, aproape imperceptibil, numărul femeilor intervievate în știri. *„Știrile sunt adesea prezentate de femei, dar rareori despre femei” (Global Media Monitoring Project 1995, pag. 10).* Le vom scoate pe femei din anonimul public, iar pe bărbați – din cel privat. Îi vom valorifica, ca persoane cu roluri, nevoi și responsabilități comune, dar și diferite și în aceste sfere.

Ne vom strădui ca raportul dintre „actorii” evenimentului prezentat să nu fie de-balansat – datele statistice spun că 88% din actori sunt bărbați și doar 12% sunt femei. Femeile apar deseori în roluri de victime ale dominației forței masculine: viol, tratament brutal (*„Doi indivizi și-au ucis mama cu bestialitate”*) sau criminale (*„O femeie și-a înjunghiat soțul cu cuțitul de bucătărie”, „Criminala și-a ținut 4 zile la balcon soțul ucis”*); vedete ale aparenței decorative: top modele sau vedete ale show business-ului și sportului; soții ale unor persoane publice).

Nu vom trata unilateral problemele care abordează fenomene grave precum prostituția, violența, traficul uman etc. (*„Graviditatea și pericolul de a fi ucise nu împiedică prostituatele să facă trotuarul”, „Peste 80% dintre basarabence se întorc din străinătate cu boli venerice”).* Ne vom referi și la al doilea actor al spectacolului vieții – bărbatul și nu vom prezenta tehnici ale actelor violente, nu vom blama victima.

Dacă materialul este despre o femeie profesionistă, vom încerca să facem aceleași referințe generale pe care le-am face unui bărbat profesionist și vi-

ceversa. Dacă nu practicăm, în general, să descriem stilul vestimentar, viața privată ale unui politician bărbat/manager, nu facem aceste referiri față de o politiciană/manageră. O vom aborda în interviuri ca pe o profesionistă, care cunoaște problemele din activitatea pe care o prestează și are și soluții. Nu vom deplasa accentele discursului pe fizicul său, impedimentele de la serviciu din partea colegilor sau secretul îmbinării reușite a responsabilităților de familie cu cele publice.

În cazul în care considerăm că este relevantă informația și despre viața privată a persoanei publice, aceasta trebuie s-o regăsim și în materialele despre bărbați. Viața lor de familie este, de obicei, omisă sau doar consemnată, printre altele. Ei, însă, pe lângă rolul profesional, public, mai au și rolul de tată al unor copii, de care trebuie să se îngrijească și să le cunoască problemele ca și mamele lor. Totodată, bărbații sunt și soți, parteneri ai unor femei, care, în marea lor majoritate, au o carieră profesională, cu ale căror preocupări, priorități, reușite trebuie să fie la curent și să le susțină, precum obișnuiesc și ele.

Vom specifica profesia nu numai pentru bărbați, ci și pentru femei, pentru a nu întări în continuare prejudecata puternic înrădăcinată a lipsei de importanță a carierei feminine.

Vom fi atenți în a face anumite supoziții în materialele cu subiecți numai femei sau numai bărbați, prin care „multiplicăm”, de fapt, aceeași schemă de abordare operând cu aceleași clișee. Nu toate femeile sunt interesate de modă, bucătărie, interioare, cumpărături, bărbați asigurați, precum nu toți bărbații sunt ahtiați de fotbal, mașini luxoase, femei top model. Vom încerca să identificăm femei/bărbați care se conduc de alte valori și principii, care acceptă și alte roluri de gen decât cele prestabilite de cultura noastră patriarhală, chiar dacă acestea vin în contradicție cu percepțiile generale de gen.

Vom evita stereotipurile de gen prezente și în mediul organizațional, impunând atitudini, valori, comportamente, precum ar fi *“bărbații sunt obiectivi, agresivi, stăpâni pe sine, reci, ambițioși, competitivi, dominanți, independenți și raționali”*. În schimb, *“femeile sunt subiective, orientate spre sentiment, grijă, aspect exterior, dependență”*.

În rubricile sportive, le vom face vizibile și pe sportive. Nu vom face referire la ele doar în materiale de genul *“Cele mai sexy sportive de la Olimpiadă”* transferând accentul pe ideea tot mai frecvent întreținută că valoarea femeilor este dată de corpul lor și de câtă grijă erotico-menajeră au ele de corp.

Formularea mesajului

Ne vom strădui să promovăm mai intens mesajele pozitive în privința parteneriatului de gen în viața privată și publică, a participării sociale a femeilor și implicării mai evidente a bărbaților în viața privată.

Vom evita titluri senzaționale cu caracter de verdict de genul „Bărbații casnici – risc mai mare de atac cardiac” și vom comenta suplimentar rezultatele unor studii care se referă la schimbări de roluri tradiționale: *„În rândul bărbaților care au fost casnici în cea mai mare parte a vieții lor adulte, s-a constatat o rată a mortalității mai mare cu 82 la sută decât în rândul celor care au muncit în exterior, timp de zece ani, pe durata studiului. În schimb, femeile care își asumă slujbe de înaltă responsabilitate sunt de trei ori mai expuse riscului de a suferi de o boală de inimă decât cele care ocupă posturi cu responsabilități mai scăzute. Aceste rezultate par să arate că persoanele care își asumă o muncă sau un rol social nepotrivit, din punct de vedere tradițional, altul decât ceea ce era social de așteptat, sunt mai expuse bolilor cardiace, și în rândul lor mortalitatea este mai mare. Acesta este rezultatul unui studiu realizat în SUA.”*

Vom reprezenta și comenta obiectiv și nepărtinitor participarea femeilor și bărbaților în actul politic pentru a asigura apărarea intereselor ambelor genuri. Subreprezentarea femeilor în politică în general nu face decât să sprijine tendința ca deciziile politice să rămână prerogativa bărbaților.

Vom explica prezența slabă a femeilor la putere astăzi nu atât prin existența unor discriminări majore, explicite, cât prin teoria acumulării dezavantajelor de natură culturală, economică, mediatică care se regăsesc în viața privată, public/politică.

Vom scoate în evidență, cu orice prilej, care este câștigul implicării femeilor în structurile decizionale. Experiențele reușite - nu numai cele care sunt senzaționale prin scandal, destituiri, probleme din viața privată, de genul articolului „*Primărița nefericită din Roșcani*” - despre primarele și consilierile locale sau raionale, deputate, viceministre, șefe de departament etc., care există totuși, trebuie făcute publice mai intens.

Imaginile de gen

Vom utiliza imagini echilibrate de gen.

Dacă informația vizează statutul profesional al protagonistei, vom plasa o fotografie din mediul ei public, și nu privat, împreună cu copiii, cățelul, în curte, la bucătărie etc.

Interviurile care vizează și viața privată a protagonistului e bine să conțină și poze din care derivă rolul de tată, soț, bunic al acestuia.

Pe ultima pagină, vom întreține rubrici nu doar pentru femei, ci și pentru bărbați, pentru a valoriza și corpul masculin.

Vom plasa nu doar imaginea victimei, ci și a agresorului/agresoarei.

Vom manifesta precauție în plasarea publicității cu o imagistică sexistă și discriminatoare, referențială fiind cea a femeii “sex object”, promovată de inflația publicității și presiunile economiei de piață.

Limba orientat spre gen

Vom evita conservatorismul lingvistic în utilizarea profesiilor și a pozițiilor publice prestigioase doar la masculin („dnă decan”, „dnă deputat”, „dnă secretar general”, „contabil”, „merceolog” etc.). Vom utiliza și femininul, deoarece limba română îl permite în majoritatea cazurilor. Spre exemplu: „Laura Grunberg este socioloagă, scriitoare, profesoară și activistă în feminism în România. Licențiată în matematică, a obținut doctoratul în sociologie. Actualmente este specialistă în sociologia genului și sociologia organizațiilor, și este coordonatoare de programe la Centrul European UNESCO pentru Învățământ Superior”, dar și „Comunista Postoico critică AIE”.

Nu vom utiliza sintagme de genul „femeie-jurist”, „femeie-șofer” sau „femeie-ministru”, cu excepția situațiilor când indicarea apartenenței de gen este obligatorie. Vom evita asemenea sintagme și vis-a-vis de bărbați („bărbat-doctor”).

Vom evita sufixele feminine (spre exemplu: *doctoriță, șoferiță, primăriță* etc.), care diminuează statutul femeilor și creează o imagine dublă. Atunci când limba română nu permite forma de feminin, vom utiliza termenii comuni și pentru bărbați, și pentru femei (*medic, chirurg, pretor ș.a.*).

Limba utilizată trebuie să reflecte un respect egal pentru femei și bărbați. Vom evita termenii și frazele care minimalizează și simplifică demnitatea femeilor. Or, manifestarea nerespectului față de femei prin limbaj (în articolul „Farmecul femeilor urâte”, publicat într-un ziar de la Chișinău, atestăm apelative precum „Miorița Ivanovna”, „Joienica Petrovna” sau „vacă Încălțată”) poate să-i inducă cititorului o percepție confuză sau chiar să-i lezeze demnitatea.

Vom evita expresiile care evidențiază apartenența sexuală („delegații conferinței împreună cu soțiile”), cum gândesc sau arată femeile („logică feminină”).

Glosar de termeni de gen

Gen social (în engl. „gender”) - concept care se referă la diferențele sociale între femei și bărbați care au fost învățate, sunt modificabile în timp și sunt diferite în interiorul culturilor și între culturi (feminitate/masculinitate).

Sex - caracteristicile biologice prin care ființele umane se disting ca femei și ca bărbați.

Egalitate de gen - concept conform căruia toate ființele umane sunt libere să-și dezvolte capacitățile personale și să aleagă fără limitări impuse de roluri stricte de gen.

Echitate de gen - corectitudinea tratamentului în funcție de gen, care poate fi un tratament egal sau un tratament diferit, dar considerat echivalent în ceea ce privește drepturile, obligațiile și oportunitățile.

Sensibilitate la gen - recunoașterea diferențelor și inechităților existente între nevoile, rolurile, responsabilitățile și identitățile bărbaților și ale femeilor.

Echilibru de gen - participarea unui număr egal de femei și bărbați într-o activitate sau organizație.

Perspectivă de gen – atenția și considerația acordată, în orice activitate sau domeniu, diferențelor de gen.

Analiza impactului de gen - examinarea propunerilor de politici/strategii pentru a vedea dacă vor afecta femeile și bărbații în mod diferit, în scopul de a le adapta pentru a neutraliza efectele discriminatorii și a promova egalitatea de gen.

Limbaș sexist – limbaș care conține nu doar expresii care exclud, jignesc sau trivializează femeile, ci și un vocabular cu aceleași efecte în cazul bărbaților.

Sexism - ideologia supremației bărbătești, cu întreaga mulțime de credințe care o alimentează.

Stereotipuri de gen - sisteme de credințe și opinii în legătură cu caracteristicile femeilor și bărbaților, precum și despre calitățile presupuse ale masculinității și feminității. Stereotipurile ne spun nu numai cum sunt femeile și bărbații, dar și cum ar trebui ei să fie.

Discriminare de sex: a) **directă** - când o persoană este tratată mai puțin favorabil din cauza sexului său; b) **indirectă** - când o lege, regulă, politică sau practică, aparent neutră are un impact disproporționat asupra persoanelor de un anumit sex, cu excepția diferenței de tratament care poate fi justificată de factori obiectivi.

Violență domestică - orice formă de violență fizică, sexuală sau psihică care supune unui risc siguranța întregii familii sau a unui membru și/sau folosirea forței fizice sau emoționale, inclusiv violența sexuală în familie, abuzul copilului, incest, abuzul sexual al soției sau orice abuz asupra unui membru al familiei.

Hărțuire sexuală - comportament nedorit de natură sexuală, bazat pe afectarea demnității femeii/bărbatului la locul de muncă, din partea colegilor și superiorilor.

Androcentrism - practica de a considera masculinul și experiențele masculine ca normă pentru comportamentul și realizările umane. Experiențele femeilor, ca de altfel tot ceea ce ține de femeiesc și feminin, sunt văzute ca deviații sau excepții de la norma universal masculină.

Misoginism (ura față de femei) – atitudine caracteristică pentru unii bărbați care constă dintr-un complex de idei și sentimente, stări, care exprimă ură și dispreț față de tot sexul feminin. Printre cele mai tipice învinuiri aduse femeilor sunt următoarele caracteristici: *superficialitatea, nesocotința, inerția, lipsa intereselor spirituale, hâțrenia, perfidia (viclenia), cupiditatea (lăcomia) ș.a.*

Misandrie (ura față de bărbați) - o manifestare la fel de detestabilă prin agresivitatea și subiectivismul său ca și **misoginismul**. Practic sunt invocate aceleași trăsături negative care li se atribuie bărbaților.

Patriarhat - dominarea bărbaților; un anume tip de relații sociale, bazate pe dominația masculină și poziția de supunere, secundară a femeilor.

Feminism – mișcarea femeilor pentru egalitatea în drepturi cu bărbații în toate domeniile vieții.

„Femocrație”- birocrăția feminină din structurile de stat. Este caracteristică pentru o serie de țări europene cu un nivel ridicat de participare feminină la treburile de stat.

Resurse pentru documentare

1. Анжихина Н., *Гендерные стереотипы в современных масс-медиа*, „Гендерные исследования”, № 5, С. 261-273
2. *Aspecte privind stereotipurile de gen în mass media românești*, Societatea de analize feministe AnA, 2005
3. *Barometrul de gen. Republica Moldova. Rezultate și studii în baza sondajului de opinie*, Centrul “Parteneriat pentru Dezvoltare”, Edit. „Arc”, Chișinău, 2006
4. Beauvoir, Simone, *Al doilea sex*, vol.I și II, trad. de Diana Bolcu și Delia Verdeș, Editura „Univers”, București, 1998
5. Bissell K. , *What do these messages really mean? Sports media exposure, sports participation, and body image distortion in women between the ages of 18 and 75*. Journalism and Mass Communication Quarterly. Columbia: Spring Vol.81, Iss. 1; pg. 108, 16 pgs
6. Bourdieu, Pierre, *La domination masculine*, Seuil, coll.“Liber”, Paris, 1998
7. Beauchamp, Collette, *Le silence des médias*, Montréal, Ed. „Rémue mènes”, 1987
8. Bradeanu A., Dragomir O., Frumusani D., Surugiu R, *Femei, cuvinte și imagini. Perspective feministe*, Editura „Polirom”, Iași, 2002.

9. Creedon, Pamela J.(editor), *Women in Mass Communication*, California, Sage Publications, 2006
10. Dines, G. & Humez, J., *Gender, race, and class in media: a text-reader*, 2nd ed. Sage Publications, Inc., 2003
11. Douglas, Susan J., *Where the Girls Are: Growing Up Female with the Mass Media*, New York, Three Rivers Press, 1995
12. Dragomir, O., Miroiu, M., (edit.), *Lexicon feminist*, Editura „Polirom”, Iași, 2002
13. Fiske, John, *Television Culture*, London, Methuen, 1987
14. Frunză, Mihaela, *Imaginea femeii în mass-media și film. Perspective feministe, în „Echinox Notebooks”* (3/2002)
15. Gauntlett, David, *Media, Gender and Identity*, London & New York, Routledge, 2002
16. Гендер в СМИ // http://www.gender-az.org/shablon_ru.shtml?doc/ru/education/acrg/1
17. Gesuato, Sara, Baider, Fabienne H., *Masculinist Metaphors, Feminist Research* <http://www.gfljournal.de/52003>
18. Gheorghe, Virgiliu, *Revrăjirea lumii sau de ce nu mai vrem să ne desprindem de televizor*, București, Editura Prodromos, 2006
19. Gill, Rosalind, *Gender And the Media*, Malden, USA, Polity Press, 2006
20. Gunter, Barrie, *TV and Sex Role Stereotyping*, John Libbey, London, Paris, 1986
21. Handrabura, L., *Gen și mass media*, Studiu. Pentru o presă sensibilă la gen, Ch., 2007, 72 p.
22. Handrabura, L., *Stereotipuri de gen în mass-media*, în *Didactica Pro...*, Chișinău, nr. 2 (24), 2004, p. 53-55 (I parte) și nr. 5-6 (27-28), 2004, p. 114-126 (partea a II-a)
23. Hoggart Richard, *Mass Media in a Mass Society: Myth and Reality*, London, Continuum International Publishing Group, 2004
24. Kitch, C., *The Girl on the Magazine Cover: The Origins of Visual Stereotypes in American Mass Media*. The University of North Carolina Press, 2001
25. Koller, Veronica, *Metaphor and Gender in Business Media Discourse: A Critical Cognitive Study*, London, Palgrave Macmillan, 2004
26. Lakoff, Robin, *Talking Power*, Basic Books, 1990
27. Lipovetsky, Gilles, *La troisième femme*, Paris, Gallimard, 1997

28. *Mass media despre sexe. Aspecte privind stereotipurile de gen în mass media din România*, [coord.Laura Grunberg], Editura Tritonic, 2005
29. Мисонжников Б.Я., *СМИ как субъект моделирования гендерных отношений// Женщина в массовой коммуникации: штрихи к социокультурному портрету*, 1998, С. 122
30. Nicolaescu, M., "Naked but demure: Western representation of female bodies in women's magazines", in *Fashioning Global Identities: Romanian Women in the Post-Socialist Transition*, București: Editura Universității din București, 2001
31. Pamela (ed.), *Women in Mass Communication*, London, Sage Publications, 1992
32. Saharneau, M., Ungureanu L., Ghețu E., *Imaginea femeii și a bărbatului în presa scrisă*, Ch., 2007, 222 p.
33. Radu A., *Femeile și bărbații în presa scrisă*, UNIFEM, octombrie-noiembrie 2007
34. Roventa Frumusani, Daniela, *Images of women in the media*, 1999
35. *Роль СМИ в разрушении традиционных полоролевых моделей и семейных ценностей // <http://www.pravoverie.ru/kolybel/modules.php?op=modload&name=News&file=article&sid=45&mode=thread&order=0&thold=0>*
36. Рябова Т.Б., *Гендерные стереотипы и гендерная стереотипизация: методологические подходы// <http://www.ivanovo.ac.ru/win1251/library/text/konf/006.pdf>*
37. *The Gender&Media Handbook*, Mediterranean Institute of Gender Studies, ...; *Reporting Diversitz Manual*, Media Diversity Institute, London, 2002
38. *The role iof mass media in (re)distribution of power*, Center for Gender Studie, University of latvia, 2004
39. Yaguello, Marina, *Les mots et les femmes*, Paris, Plon, 1992
40. Воронина О., *Свобода слова и стереотипный образ женщины в СМИ// <http://magazines.russ.ru/znamia/1999/2/voronina-pr.html>*
41. Забадыкина Е., *Сексизм в средствах массовой информации // Все люди сестры. Бюллетень/ПЦГИ. СПб, 1994. № 3 С. 20-27. <http://www.a-z.ru/women/texts/zabadyk2r.htm> Задабыкина Е. Сексизм в СМИ// <http://www.a-z.ru/women/texts/zadabyk2r.htm>.*

Anexa 3

GHID DE DESIGN ȘI PAGINARE

„În materie de design al ziarelor, calitatea prezentării nu valorează nimic dacă aceasta nu redă informația complet și instantaneu. Cititorii nu au nici timp, nici răbdare să „surmonteze” manoperele designerului pentru a extrage informația. Lucrul designerilor de ziare se rezumă la misiunea de a facilita viața cititorilor, nu de a o complica”.

Michel A. Carter, expert al Agenției Informaționale a SUA

Un design reușit este capabil să confere conținutului unic al ziarului o anumită finalitate, să o prezinte de o manieră atractivă. Cititorul are mai mare încredere într-un ziar îngrijit și ordonat, decât în unul dezlânat și haotic. Un design bun este mai degrabă funcțional decât decorativ; acesta niciodată nu „sacrifică” conținuturile utile doar în favoarea unei mai bune prezentări a ziarului.

Am ordonat mai jos niște reguli și sugestii pentru crearea unei publicații cu un design modern, de care ar trebui să țină cont în primul rând redactorii-șefi, designerii și paginatorii, dar și reporterii. Recomandările pot fi utilizate la crearea ghidului de stil al propriei publicații, indicând în ea și niște parametri concreți.

Fonturi

Alegeți un singur font (garnitură) pentru textele de bază. În aceste texte vor fi aplicate garniturile „obișnuite”, „de lucru”. Fonturile decorative sunt inoportune, deoarece conțin mai multe elemente adiționale care complică lectura. Astfel de fonturi sunt indicate pentru materiale publicitare sau pe

paginile despre cultură, creația poeților, pictorilor și scriitorilor, viața privată a VIP-urilor, pe paginile cu dedicații și cele de umor.

Ochiul nostru percepe cel mai ușor fonturile de tip "serif", adică caracterele care au la finele fiecărei litere mici ornamente, nu pe cele "sans-serif", care sunt lipsite de aceste mici ornamente. (Exemple de fonturi "serif": Times New Roman, Georgia, Courier New etc., la categoria "sans-serif" se referă: Arial, Verdana, Tahoma etc.). Este recomandabil ca într-un ziar să nu fie utilizate mai mult de două fonturi. Totodată, unul dintre acestea, adică cel de bază, trebuie să fie de tip „serif”, iar cel adițional să fie din categoria „sans-serif”. Fonturile alese trebuie aplicate și pentru titlurile rubricilor de știri. Pentru titluri este mai indicat să utilizăm fonturi "sans-serif".

Fontul unic va fi utilizat pentru tot textul materialului. Este inadmisibil ca o parte din text să fie redată cu un font, iar cealaltă – cu altul. La nivel de subconștient, cititorul deprins cu anumite caractere ale știrilor va înțelege că citește anume știrile, dar nu altceva.

Niciodată nu vom aplica acest font și pentru publicitate. Nu trebuie să derutăm cititorii noștri, încălcând această regulă. Același lucru este valabil și pentru articolele publicitare.

Vom utiliza caracterele suficient de mari ale fontului ales, pentru ca textul să fie ușor de lecturat. Pentru textul de bază sunt recomandabile caractere de 9-10 puncte, dar nu mai mici de 8. Pentru anunțuri și programele TV nu vor fi alese caracterele mai mici de 7 puncte.

Nu se poate de îngustat (șmăluit) sau de lărgit fonturile. Fonturile nu au fost elaborate întâmplător într-un mod anumit. Dacă într-adevăr aveți nevoie de un font foarte îngust (șmal), atunci e mai bine să-l selectați pe cel care a fost conceput inițial anume așa.

Intervalul dintre litere trebuie să fie același pe parcursul întregului articol, dar cel mai bine pentru întregul ziar. Dacă textul nu se încadrează în dimensiunile prestabilite, este mai indicat să se recurgă la prescurtarea acestuia, cu atât mai mult cu cât, așa cum ne-o confirmă uzul, acest lucru este posibil întotdeauna. Vom evita să abuzăm de opțiunile "tracking" și „kernig” ale programelor de paginare, or, textul înșirat pe alocuri și înghesuit în alte locuri arată dezordonat și trădează lipsa de profesionalism, făcând totodată mai dificilă perceperea textului.

Vom respecta un interval egal (interlinie/interliniaj) și între rânduri. Nu se admite ca pe unele pagini distanța dintre rânduri pe orizontală să fie egală cu 10 puncte, iar pe cea de alături – de 12. Acest lucru face ca pagina să arate dezordonată și, în plus, complică perceperea textelor de către cititor. Intervalul între rânduri mărit într-o măsură potrivită face textul mai ușor de asimilat, mai ales când rândurile sunt lungi. Este bine să stabilim un standard propriu, care va fi aplicat mai apoi întotdeauna. Nu trebuie să

mărim intervalul dacă articolul e prea mic și nici să-l micșorăm dacă textul este destul de mare.

În procesul de paginare sunt indicate evidențierile pentru a accentua un cuvânt sau un fragment din text. În acest scop vor fi aplicate caracterele grase sau negre (**bold**) și cursivul (*italic*). Lizibilitatea cu astfel de caractere este redusă, însă pentru fragmente mici de text acestea sunt potrivite. Cu caractere grase vor fi redată lead-urile, iar cu cele cursive, citatele nu prea mari.

Nu se recomandă categoric aplicarea sublinierii (underline). Acest mijloc de evidențiere este o „moștenire” din epoca mașinilor de scris, fiind considerat apogeul prostului-gust în domeniul tipografiei.

Pentru a scoate lead-ul în evidență, va fi ales un anumit procedeu pentru întreg ziarul. Metoda cea mai simplă este paginarea cu caractere bold. Uneori lead-urile sunt prezentate aplicând un corp de literă ceva mai mare decât textul de bază. La fel, în cazul lead-urilor vom recurge și la letrine, precum și la alinierea stânga, astfel încât marginea din dreaptă să rămână „zdrențuită”. Din contul acestui procedeu textul devine mai „aerisit”.

Fonturile pentru titluri

Rămân valabile aceleași abordări și reguli ca și pentru textul de bază: va fi aplicat un singur font sau două. Pentru titlurile materialelor ce au legătură cu știrile va trebui ales un font unic.

Alt font poate fi ales pentru titlurile articolelor din alte compartimente ale ziarului (cele care nu au legătură cu știrile). Însă pentru astfel de materiale urmează a fi utilizat un singur font cu variațiuni. Procedeu propus va servi la fel drept un reper pentru cititori. Aceștia vor realiza că materialele care au titlurile tipărite cu un font sunt știri, iar cele tipărite cu font diferit se referă la alte compartimente ale publicației.

În titluri trebuie aplicate majuscule și minuscule. Cercetările au demonstrat că pentru a citi și percepe cuvintele tipărite doar cu majuscule oamenii au nevoie de un interval de timp mult mai mare decât pentru cele tipărite cu majuscule și minuscule. Același lucru este aplicabil și pentru publicitate. În cazuri excepționale, este admisibil să se utilizeze pentru titlul articolului de fond doar majuscule. În acest caz, dimensiunea corpului de literă va fi mărită în așa fel ca să fie eliminate toate impediamentele de lizibilitate generate de majuscule.

Odată elaborat designul fontului (garnitura, corpul de literă, interlinia/interliniajul), acesta va fi aplicat succesiv pe toate paginile publicației.

Lățimea și numărul coloanelor

Pentru textul de bază lățimea optimă a coloanelor este de cca 4-5 cm, aceasta însemnând 6-10 cuvinte sau 35-60 de semne. Textul mai înghesuit, adică șmăluit, devine mai puțin lizibil. În procesul lecturii, ochiul efectuează o mișcare în zigzag. Dacă colonița este îngustă, ochiul „aleargă” dintr-o parte în alta. Mișcărilor nu mai sunt ritmice. Când colonița este aliniată centrat, mai multe cuvinte trebuie trecute dintr-un rând în altul, astfel că lungimea rândului se schimbă radical. Dacă rândurile sunt exagerat de lungi, ochiul se plictisește și mișcărilor încetinesc. Să găsești începutul rândului nou este chiar foarte greu. Respectivul procedeu este aplicat pentru a crea o anumită dispoziție. Un text despre business, unul energetic, cum ar fi textul știristic, este de obicei încadrat într-o coloniță rezonabil de îngustă și dinamică, pe când în monografii și buclele pretențioase și scumpe designerul optează pentru rânduri lungi și „statice”.

Cea mai lată coloniță nu va avea mai mult de 10-12 cm. Este dificil de a citi colonițele mai late, de aceea procesul de percepție va fi mult mai lent. Cititorul va fi nevoit să cuprindă cuvinte separate, nu grupuri de cuvinte concomitent.

Este inadmisibil să desparți colonițele prin linii (bara dintre coloane), decât în cazurile când aceasta e neapărat necesar pentru a delimita materialele din pagină. Liniile dintre coloane aglomerează pagina, mai indicate fiind spațiile albe dintre coloanele textului de bază. Vom ține cont de același principiu și în cazul liniilor de separare orizontale.

Liniile textului din coloanele diferite de pe aceeași pagină se vor situa la același nivel orizontal. În partea de jos liniile tuturor coloanelor trebuie să coincidă. Dacă aceasta se întâmplă (și nu ați modificat interlinierea stabilită de machetă) toate liniile se află la nivelul necesar.

Pe pagină nu vor rămâne „linii suspendate”, așa-numitele „văduve” sau „orfani”. Aceasta înseamnă că sfârșitul textului nu poate fi trecut în cealaltă coloană dacă ocupă un rând sau două. În următoarea coloană, putem trece un fragment de text doar dacă acesta ocupă nu mai puțin de trei rânduri.

Pentru ca textul să nu pară prea anost și monoton, acesta va fi despărțit prin alineate. Dar și în acest caz simțul măsurii va fi indicat: când sunt prea multe alineate, aceste elemente de text arată prea mărunte, iar fiind prea puține ele par exagerat de masive și voluminoase.

Vom urmări ca pe pagină să nu fie doar text. Astfel de pagini sunt numite de către gazetari „cărămizi”, or, o cărămidă nu are nimic atractiv, cu atât mai mult cu cât paginile lipsite de elemente grafice prezintă dificultăți de lizibilitate.

Elementele articolului

Coloanele

Toate materialele articolului vor fi plasate cu grijă în blocuri dreptunghiulare. Este indicată diversificarea formei și a dimensiunii materialelor și ilustrațiilor. Formatul și locul vor corespunde priorității materialului. Nu este admisibilă paginarea textului în formă de „L” sau în formă de imagine în oglindă a literei „L”. În redacții, respectivul procedeu este numit „cizmă” sau „ciubotă”.

Divizând textul cu fotografii, infografică sau inserturi, le vom plasa în așa fel încât ochiul să poată desluși ușor și firesc continuarea textului. Privirea cititorului trebuie să surprindă instantaneu începutul textului și să nu-l caute nici pe parcursul lecturii respectivului material. Iată de ce fotografiile, infografica sau inserturile nu vor diviza un text integru. Este mai indicat ca respectivele elemente să fie plasate între părțile sau blocurile articolului separate între ele de intertitluri sau letrine (drop cap), adică litere cu corp mare plasate la începutul unui alineat.

Vom urmări echilibrul dintre dimensiunile titlului și ale textului. Toate textele diferă, astfel că și dimensiunile titlurilor vor fi diferite. Titlul nu trebuie să pară nici prea mare, dar nici prea mic. Materialele mai voluminoase cu fotografii și titlu mari trebuie plasate în partea de sus a paginii. Cu cât materialul este mai mic ca dimensiune, cu atât mai jos se va situa. Firește, cel mai mare titlu va însoți anume cel mai mare material și respectiv cel mai mic titlu va avea materialul cel mai mic.

Pentru a facilita percepția textelor prea mari la nivel vizual se recomandă de a recurge la letrine. În aceleași scopuri mai pot fi utilizate intertitlurile la fragmentele articolului.

Pentru edițiile de tip tabloid este recomandat un număr de 5-6 coloane. Dacă sunt mai puține coloane, rândurile vor fi prea lungi, iar în caz contrar – prea scurte. În colonițe mai înguste putem încadra conținuturile rubricilor de anunțuri și programele TV.

Distanța dintre elementele conexe ale paginii va fi aceeași, egală cu distanța dintre coloanele textului de bază. Aceeași distanță va separa: a) titlul de începutul articolului; b) titlul de fotografie; c) legenda la fotografie de fotografia propriu-zisă; d) o fotografie de alta; e) toate elementele conexe.

Distanța care separă elementele nelegate unele de altele va fi de două ori mai mare. Acesta este un alt reper pentru cititor. Astfel, cititorului îi sunt oferite indicii clare privind elementele care sunt legate între ele, fotografiile ce se referă la articol, titlurile ce se raportează la acesta etc.

Machetele pentru prima pagină și paginile interioare ale publicației întotdeauna se vor deosebi.

În procesul de paginare este indezirabil abuzul de ornamente în formă de rame sofisticate, fonturi decorative și ilustrații de prost-gust.

O tendință indiscutabil proastă și care se manifestă în special la ziarle mici și medii este inversarea culorilor (fundal închis și culoarea textului deschisă). Această modalitate este cea mai dificilă pentru lectură, potrivit unor studii. Dacă astfel de procedee sunt aplicate totuși, acestea urmează să fie reduse la minimum, spre exemplu, pentru evidențierea unor anumite elemente (titlurile articolelor, rubrici).

Pentru macheta unui ziar modern va fi benefică reducerea numărului de fonturi, stiluri și culori utilizate și mărirea dimensiunilor titlurilor și ilustrațiilor. Grație utilizării discrete a fonturilor, culorilor etc., vom putea evidenția mai bine elementele mai importante ale paginii, adică fotografiile, ilustrațiile, prezentarea grafică. Or, anume aceste elemente fac ziarul mai atractiv sub aspect vizual, iar dacă ne axăm pe acestea, „înzorzonarea” nu mai este necesară.

Infografica

Pentru vizualizarea știrilor se recomandă a utiliza grafica cu caracter informativ – hărți, tabele, diagrame, rating-uri, scheme etc. Cele mai simple elemente grafice cunoscute demult sunt hărțile care informează cititorul despre locația evenimentului la care se face referire în articol. Majoritatea articolelor mari se pretează la soluții grafice, cum ar fi tot felul de scheme. De exemplu, într-un material despre literatura pentru copii poate fi scoasă în evidență o listă a cărților recomandate pentru lectura copiilor. Ca să evităm repetiția, este mai indicat ca lista să fie separată de articol, să fie tipărită cu alte caractere, să i se dea un titlu ce poate fi încadrat într-o ramă.

La crearea infograficii, va avea prioritate caracterul informativ, nu cel artistic. O grafică sofisticată este inutilă dacă aceasta nu explică și nu completează articolul. Totodată, utilizarea diferitelor diagrame trebuie să fie diversă, în caz contrar, în loc de un design gazetăresc ne vom pomeni cu o prezentare specifică revistelor științifice, ceea ce va plictisi cititorul.

Inserturile

Un fragment mai important de text sau o frază relevantă culeasă cu caractere mai mari și prezentată în forma unui bloc de text independent, aplicându-se cadrarea sau marcarea cu ajutorul opțiunii „highlight”, care dă evidențierea cu ajutorul liniilor, se numește **insert**. Insertul este recomandat mai ales în cazul articolelor care ocupă o pagină întreagă sau chiar

două. Acesta va fi plasat în interiorul textului; un insert „descarcă” un text masiv. Insertul joacă rolul unui lead și incită cititorul să lectureze textul. Insertul poate fi evidențiat adițional cu o pereche stilizată de ghilimele sau cu ghilimele simple.

Spațiul alb

Spațiile albe în pagină reprezintă unul dintre cele mai utile elemente. Spațiile albe ajută să creăm un ziar cu prezentare atractivă. Pentru separarea elementelor din pagină vom utiliza spațiile albe în loc de liniile negre. Trăsând în pagină linii negre, designerul distruge spațiile albe făcând pagina mai aglomerată.

Plasând materialul în pagină, vom urmări ca toate petele albe să fie dispuse în jurul textului. Însă această regulă are și o excepție. În ultimul timp, în mai multe ziare de peste hotare, un spațiu alb echivalează cu 2-3 volume de spațiu dintre coloane și este plasat în cadrul articolului, ceea ce arată stilat și fresh. Destul de bine dă și spațiul dintre coloane suprapus cu un insert în formă de citat în partea de sus a unei coloane goale.

Fotografiile în ziar

Pe fiecare pagină, ar trebui să existe o fotografie principală. Dimensiunile fețelor din fotografii nu vor fi mai mici decât o monedă de 25-50 de bani. Când fețele sunt prea mici, vom mări fotografiile. Este necesar să ne preocupăm și de echilibrul materialului ilustrativ din pagină. Cititorului trebuie să-i fie clar la ce material se referă imaginea.

Fotografiile trebuie să fie însoțite de text aproape întotdeauna. Excepție ar putea fi imaginile ilustrative fără legendă din materialele de divertisment, din textele publicitare, din programele TV etc. La fel o inscripție nu este neapărat necesară când este publicată o fotografie extrem de relevantă care uneori poate înlocui chiar un articol întreg, de exemplu, o fotografie mare de la executarea lui Saddam Hussein. Un prim-plan al feței și ochilor lui Saddam Hussein cu ștreangul la gât nu mai necesită comentarii. Însă astfel de fotografii relevante sunt extrem de rare.

Legenda la fotografie trebuie să sugereze expres: de ce a fost publicată poza, cine sunt persoanele din imagine, dacă poza conține ceva interesant și important pe care cititorul ar putea să nu-l observe. Textul care însoțește fotografia este redactat la timpul prezent, fiind plasat cu litere mai mari decât textul de bază. La fel se recomandă de a utiliza caracterele grase (bold). Dacă la text a fost utilizat un font “serif”, atunci pentru legendă vom alege un “sans-serif”. Nu sunt prea indicate legendele plasate chiar pe fotografie, căci acestea, în primul rând, acoperă o parte din imagine, iar în al doilea

rând, nu sunt prea lizibile, mai ales că la noi în țară calitatea poligrafiei nu este prea bună.

E bine să urmărim ca sub fiecare fotografie sau alături de aceasta să fie indicat autorul și sursa de unde a fost preluată. Dacă imaginea a fost selectată din Internet, este bine să se precizeze de pe ce site a fost preluată. Când este publicată o fotografie din arhivele ziarului sau din colecția unei persoane, este necesar de precizat: „Fotografie din arhiva ziarului” sau „Fotografie din colecția...” etc.

Dacă pentru ilustrare nu au fost utilizate fotografii originale sau regizate, acest lucru va fi indicat sub fotografie sau alături, recurgându-se la caractere mai mici decât cele pentru legendă. În aceste cazuri se va preciza: „fotografie ilustrativă” sau „fotografie regizată”. Dacă articolul este ilustrat de un colaj, vom informa cititorul despre acest lucru, indicând și numele autorului respectivului colaj.

Odată aleasă amplasarea semnăturilor la fotografii, a autorilor care le-au realizat și a inscripțiilor de tipul „fotografie ilustrativă” sau „fotografie regizată”, aceasta va fi aplicată pentru toate paginile publicației. Este interzis ca pe anumite pagini inscripțiile să fie plasate pe fotografie, pe unele – sub fotografie, iar pe altele – într-o parte și vertical. Același lucru va fi respectat și la textele care însoțesc fotografia.

La rubricile de știri și reportaje vor fi realizate filmări de la eveniment. Astfel de imagini trebuie să demonstreze ceea ce a avut loc în realitate, iată de ce orice simulare în acest caz este contraindicată.

Pentru publicarea interviurilor, portretelor jurnalistice sau pentru familiarizarea cu autorii celor mai importante materiale sunt recomandate fotografiile de tip „portret”. Acestea pot fi individuale sau de grup. În ultimul caz, poza va fi mărită pentru ca cititorul să deslușească bine persoanele din imagine.

Pentru a ilustra articolele și a le conferi mai multă credibilitate, vor fi utilizate reproducțiile foto, adică copiile scanate ale documentelor, fragmentelor din articole din ziare și reviste.

Pentru schițele fotografice nu se recomandă să se utilizeze mai puțin de trei fotografii care redau filmul unui eveniment. Este necesar ca fotografii să redea povestea destul de captivant și viu fără a uita însă și de detalii, altfel riscând să prezinte doar o serie plictisitoare de imagini dispartate.

Periodic, ziarele vor publica și imagini realizate cu camerele telefoanelor mobile, dacă subiectul este inedit, relevant, interesant și senzațional, în cazul când redacția nu dispune de alte imagini de la respectivul eveniment.

În astfel de situații, putem face anumite concesii la capitolul calitatea imaginii. Uneori o calitate mai proastă a imaginii face poza mai veridică, însă și în acest caz nu trebuie să exagerăm.

Dacă redacția nu dispune de imagini realizate chiar în cadrul evenimentului, ar putea fi folosite fotografiile post-eveniment care reflectă consecințele acestuia. La fel putem utiliza imaginile realizate de martori oculari sau fotografiile regizate ce reconstituie evenimentul.

Pentru a diversifica paginarea, redacția trebuie să dispună de fotografii de la eveniment realizate din unghiuri diferite, în plan orizontal și vertical.

Imaginea va reda mișcarea; persoanele din imagine nu trebuie să pozeze. Fotografia trebuie să redea dispoziția, emoțiile.

Compoziția foto va fi compactă, fără viduri. În imagine va exista doar un centru compozițional, altfel atenția privitorului se dispersează. Grație asimetriei, imaginea este percepută mai bine.

Numărul de persoane din imagine trebuie limitat dacă nu dorim să creăm un efect de mulțime. 3-4 persoane sunt mai indicate decât 10-12.

Aproape pe fiecare imagine vor fi prezente și persoane, altfel vom obține un cadru numit în limbajul de specialitate al redacțiilor „peisaj selenar”.

Uneori este indicat să întoarcem camera, adică să filmăm nu doar acțiunea, dar și reacția la această acțiune, de exemplu, suporterii.

Imaginea va transmite un mesaj, nu doar va ilustra textul; sunt necesare cadre relevante, care „vorbesc”. Atenția cititorului întotdeauna este captată de imaginile cu copii, animale, vedete și VIP-uri, pozele mai haioase, fotografiile de gen.

Lățimea fotografiei va fi divizibilă la lățimea coloanei, asta înseamnă că o fotografie trebuie să ocupe una, două sau trei și mai multe coloane, dar nu 1,5 sau 2,3 din lățimea coloanei. Se mai întâmplă cazuri când fotografia „nimerește” parțial în coloana de alături, însă astfel de situații sunt inadmisibile. Sunt permise ca excepție doar cazurile când fotografia este tăiată după contur și se „izbește” de text, iar textul în acest caz îl „învaluiе”.

O fotografie frumoasă trebuie să fie elementul dominant al paginii. Este necesar să ținem cont de amplasarea fotografiei sau a fotografiilor la paginarea materialelor și ilustrațiilor. O pagină este montată în jurul fotografiei. Se recomandă să elaborăm designul paginii ținând cont de faptul că cititorul observă în primul rând fotografia.

Dacă redacția dispune de o fotografie bună, ea va fi plasată la dimensiune mare. Aceasta va atrage atenția cititorului asupra paginii și, implicit, asupra articolului. O fotografie frumoasă va fi momentul-cheie în prezentarea paginii realizate de designer.

Fotografiile vor fi cadrate, nu publicate în forma lor inițială. În acest caz chiar și o fotografie ordinară poate fi transformată în una bună dacă-i vor fi tăiate reușit marginile. Este esențial să găsim cea mai importantă parte a imaginii, să accentuăm acțiunea, să eliminăm tot ce este inutil, mai ales spațiile „goale”. Pentru a concentra atenția asupra acțiunii putem chiar decupa mâinile sau picioarele cuiva.

Este recomandabil de a prezenta fotografiile în formă de dreptunghi maxim (orizontal) sau profund (vertical). Forma pătrată este anostă. Cu cât mai mult ne vom detașa de pătrat cu atât mai interesantă va fi fotografia.

Dacă într-o pagină sunt mai multe fotografii, acestea trebuie să se deosebească în funcție de dimensiune și formă. Ca excepție poate fi paginarea unei serii de fotografii ce amintește de o peliculă cinematografică, precum și punerea în pagină a unor mini-interviuri cu mai multe persoane, pe o anumită temă, însoțite de portretele acestora.

Cele mai bune fotografii vor fi rezervate pentru pagina întâi. Este mai bine să plasăm respectivele poze pe prima pagină, chiar dacă respectivul articol este inserat pe una dintre paginile interioare. În inscripția care însoțește fotografia putem îndemna cititorul să deschidă pagina respectivă pentru a citi materialul. Aceeși fotografie, însă de dimensiuni mai mici, poate fi repetată și în interiorul ziarului.

Când plasăm câteva fotografii conexe într-o schiță fotografică, evidențiem una dintre ele ca principala. Aceasta trebuie să fie tipărită de două ori mai mare ca celelalte. Toate fotografiile vor fi plasate în pagină în așa fel încât să se atingă. Impactul fotografiilor este mai mare în acest caz, reducându-se când imaginile sunt dispersate în pagină și sunt divizate de text.

Înainte de publicare, vom identifica „linia de forță” a fotografiei. În majoritatea cazurilor fețele din imagini sunt orientate spre stânga sau spre dreapta. Când fotografia redă o mișcare, aceasta are o anumită direcție; în cazul portretului sau al „fotografiei capului” direcția este sugerată de ochi și umeri. Stabilind direcția, vom crea designul paginii așa ca toate fotografiile „să privească” în interiorul paginii, nu în exteriorul ei. Fotografiile vor fi orientate spre articolul pe care-l însoțesc, nu în sens invers. Când grupăm imagini pentru schița fotografică, acestea trebuie să fie orientate unele spre altele, nu în direcții opuse.

Este indicat de a desena fotografiilor un contur utilizând o linie foarte subțire. Astfel putem evidenția fotografia în pagină, îi putem imprima mai mult dramatism. Un atare procedeu permite să se perfecționeze calitatea tuturor fotografiilor din ziarul dvs. La fotografiile cu fundal alb linia este imperios necesară, pentru ca imaginea să nu se contopească cu fundalul alb al paginii. Linia care evidențiază fotografia va fi trasată exact pe conturul imaginii. Vom evita spațiile albe între fotografie și linia de contur, însă regula aceasta nu este o dogmă, deoarece mai multe publicații de calitate nu recurg la cadrarea imaginilor.

Anexa 4

SELECȚIE DIN LEGISLAȚIA ÎN VIGOARE A REPUBLICII MOLDOVĂ

Constituția Republicii Moldova

Articolul 21. Prezumția nevinovăției

Orice persoană acuzată de un delict este prezumată nevinovată pînă cînd vinovăția sa va fi dovedită în mod legal, în cursul unui proces judiciar public, în cadrul căruia i s-au asigurat toate garanțiile necesare apărării sale.

Articolul 28. Viața intimă, familială și privată

Statul respectă și ocrotește viața intimă, familială și privată.

Articolul 29. Inviolabilitatea domiciliului

(1) Domiciliul și reședința sînt inviolabile. Nimeni nu poate pătrunde sau rămîne în domiciliul sau în reședința unei persoane fără consimțămîntul acesteia.

Articolul 30. Secretul corespondenței

(1) Statul asigură secretul scrisorilor, al telegramelor, al altor trimiteri poștale, al convorbirilor telefonice și al celorlalte mijloace legale de comunicare.

Articolul 32. Libertatea opiniei și a exprimării

- (1) Oricărui cetățean îi este garantată libertatea gândirii, a opiniei, precum și libertatea exprimării în public prin cuvânt, imagine sau prin alt mijloc posibil.
- (2) Libertatea exprimării nu poate prejudicia onoarea, demnitatea sau dreptul altei persoane la viziune proprie.
- (3) Sînt interzise și pedepsite prin lege contestarea și defăimarea statului și a poporului, îndemnul la război de agresiune, la ură națională, rasială sau religioasă, incitarea la discriminare, la separatism teritorial, la violență publică, precum și alte manifestări ce atentează la regimul constituțional.

Articolul 33. Libertatea creației

- (1) Libertatea creației artistice și științifice este garantată. Creația nu este supusă cenzurii.
- (2) Dreptul cetățenilor la proprietatea intelectuală, interesele lor materiale și morale ce apar în legătură cu diverse genuri de creație intelectuală sînt apărute de lege.

Articolul 34. Dreptul la informație

- (1) Dreptul persoanei de a avea acces la orice informație de interes public nu poate fi îngădit.
- (2) Autoritățile publice, potrivit competențelor ce le revin, sînt obligate să asigure informarea corectă a cetățenilor asupra treburilor publice și asupra problemelor de interes personal.
- (3) Dreptul la informație nu trebuie să prejudicieze măsurile de protecție a cetățenilor sau siguranța națională.
- (4) Mijloacele de informare publică, de stat sau private, sînt obligate să asigure informarea corectă a opiniei publice.
- (5) Mijloacele de informare publică nu sînt supuse cenzurii.

Articolul 117. Caracterul public al dezbaterilor judiciare

În toate instanțele judecătorești ședințele de judecată sînt publice. Judecarea proceselor în ședință închisă se admite numai în cazurile stabilite prin lege, cu respectarea tuturor regulilor de procedură.

Legea presei

Articolul 1. Libertatea presei

- (1) În Republica Moldova libertatea presei constituie un drept fundamental, consfințit de Constituție. Statul garantează tuturor persoanelor dreptul la exprimarea liberă a opiniilor și ideilor, la informare veridică asupra evenimentelor din viața internă și cea internațională prin intermediul publicațiilor periodice și al agențiilor de presă, care își desfășoară activitatea în condițiile pluralismului politic, precum și respectarea legislației cu privire la drepturile de autor.
- (2) Cenzura de orice fel asupra publicațiilor periodice și agențiilor de presă, imixtiunea în activitatea lor de pregătire și de difuzare a informației sînt interzise.

Articolul 16. Aprobarea difuzării informației

- (1) Fiecare număr al publicației periodice și fiecare informație a agenției de presă pot fi difuzate numai după ce redactorul (redactorul-șef), conducătorul agenției sau persoana investită cu acest drept aprobă ieșirea de sub tipar a numărului sau difuzarea informației, respectîndu-se drepturile și interesele legitime ale autorilor și ale fondatorului (cofondatorilor). În cazul preluării informației din altă publicație, se indică denumirea, numărul și data apariției publicației.

Articolul 18. Nedivulgarea sursei de informație

Publicațiile periodice și agențiile de presă nu sînt în drept să divulge sursa de informație sau pseudonimul autorului, fără consimțămîntul lor. Sursa de informație sau pseudonimul autorului pot fi divulgate doar în cazul în care materialul difuzat întrunește elementele constitutive ale infracțiunii și doar la decizia instanței de judecată.

Articolul 20. Drepturile și obligațiile jurnalistului

- (1) În scopul exercitării atribuțiilor profesionale, jurnalistul are dreptul:
 - a) să obțină și să difuzeze informații;
 - b) să fie primit în audiență de persoane oficiale;
 - c) să facă imprimări audiovizuale, să filmeze și să fotografieze;
 - d) să asiste la ședințele publice ale instanțelor de judecată de orice nivel;

- e) să aibă acces în zonele calamităților naturale, să asiste la mitinguri, demonstrații și la alte manifestații publice;
 - f) să se adreseze oricărei instituții pentru a verifica faptele și circumstanțele vizate în anumite materiale;
 - g) să renunțe la pregătirea și semnarea unui material, dacă acesta vine în contradicție cu convingerile sale;
 - h) să-și retragă semnătura de sub un material al cărui conținut, după părerea sa, a fost denaturat în procesul redactării;
- (2) Confiscarea notițelor jurnalistului este interzisă. Mijloacele lui tehnice pot fi ridicate numai în cazul în care servesc drept probă într-o cauză penală.
 - (3) Statul garantează apărarea onoarei și demnității jurnalistului, îi ocrotește sănătatea, viața și bunurile.
 - (4) Obligațiile jurnalistului decurg din legislația în vigoare, din prezenta lege și din etică profesională.

Articolul 27. Exonerarea

Fondatorii, redactorii, jurnaliștii nu sînt responsabili pentru difuzarea informației, dacă aceasta:

- a) este cuprinsă în documentele și comunicatele oficiale ale autorităților publice;
- b) reproduce textual discursurile publice sau rezumatul lor adecvat.

Legea privind accesul la informație

Articolul 6. Informațiile oficiale

- (1) În sensul prezentei legi, informații oficiale sînt considerate toate informațiile aflate în posesia și la dispoziția furnizorilor de informații, care au fost elaborate, selectate, prelucrate, sistematizate și/sau adoptate de organe ori persoane oficiale sau puse la dispoziția lor în condițiile legii de către alți subiecți de drept.

Articolul 7. Informațiile oficiale cu accesibilitate limitată

- (1) Exercițarea dreptului de acces la informație poate fi supusă doar restricțiilor reglementate prin lege organică și care corespund necesităților:

- a) respectării drepturilor și reputației altei persoane;
 - b) protecției securității naționale, ordinii publice, ocrotirii sănătății sau protecției moralei societății.
- (2) În conformitate cu alineatul (1) al prezentului articol, accesul la informațiile oficiale nu poate fi îngădit, cu excepția:
- a) informațiilor ce constituie secret de stat, reglementate prin lege organică și calificate ca informații protejate de stat, în domeniul activității militare, economice, tehnico-științifice, de politică externă, de recunoaștere, de contrainformații și activității operative de investigații, a căror răspîndire, divulgare, pierdere, sustragere poate periclită securitatea statului;
 - b) informațiilor confidențiale din domeniul afacerilor, prezentate instituțiilor publice cu titlu de confidențialitate, reglementate de legislația privind secretul comercial, și care țin de producție, tehnologie, administrare, finanțe, de altă activitate a vieții economice, a căror divulgare (transmitere, scurgere) poate atinge interesele întreprinzătorilor;
 - c) informațiilor cu caracter personal, a căror divulgare este considerată drept o imixtiune în viața privată a persoanei, protejată de legislație, accesul la care poate fi admis numai cu respectarea prevederilor articolului 8 din prezenta lege;
 - d) informațiilor ce țin de activitatea operativă și de urmărire penală a organelor de resort, dar numai în cazurile în care divulgarea acestor informații ar putea prejudicia urmărirea penală, interveni în desfășurarea unui proces de judecată, lipsi persoana de dreptul la o judecare corectă și imparțială a cazului său, ori ar pune în pericol viața sau securitatea fizică a oricărei persoane - aspecte reglementate de legislație;
 - e) informațiilor ce reflectă rezultatele finale sau intermediare ale unor investigații științifice și tehnice și a căror divulgare privează autorii investigațiilor de prioritatea de publicare sau influențează negativ exercitarea altor drepturi protejate prin lege.
- (5) Nimeni nu poate fi pedepsit pentru că a făcut publice anumite informații cu accesibilitate limitată, dacă dezvăluirea informațiilor nu atinge și nu poate să atingă un interes legitim legat de securitatea națională sau dacă interesul public de a cunoaște informația depășește atingerea pe care ar putea să o aducă dezvăluirea informației.

Articolul 8. Accesul la informația cu caracter personal

- (1) Informația cu caracter personal o constituie datele ce se referă la o persoană privată identificată sau identificabilă, a cărei dezvăluire ar consti-

tui o violare a intimității persoanei, face parte din categoria informației confidențiale despre persoane. În sensul prezentei legi, nu constituie informație confidențială datele ce țin exclusiv de identificarea persoanelor (date ce se conțin în buletinele de identitate).

Articolul 10. Drepturile solicitanților

- (3) Orice persoană care solicită acces la informații în conformitate cu prezenta lege este absolvită de obligația de-a-și justifica interesul pentru informațiile solicitate.

Legea cu privire la protecția datelor cu caracter personal

Articolul 4. Noțiunile principale

În prezenta lege sînt utilizate următoarele noțiuni de bază:

date cu caracter personal - date despre o persoană fizică, ce permit identificarea ei directă sau indirectă;

Articolul 7. Prelucrarea categoriilor speciale de date cu caracter personal

- (1) Datele cu caracter personal referitoare la originea rasială sau etnică, la convingerile politice, religioase, datele cu caracter personal privind starea de sănătate sau viața intimă, precum și cele privind condamnările penale constituie categorii speciale de date cu caracter personal.
- (4) Fără consimțămîntul subiectului datelor cu caracter personal, se permite prelucrarea categoriei speciale de date cu caracter personal în cazurile în care:
- a) datele cu caracter personal sînt accesibile publicului larg;

Legea privind drepturile copilului

Articolul 1. Baza juridică

- (2) În conformitate cu prezenta lege, o persoană este considerată copil din momentul nașterii pînă la vîrsta de 18 ani.

Articolul 7. Dreptul la apărarea demnității și onoarei

Fiecare copil are dreptul la apărarea demnității și onoarei. Atentatul la onoarea și demnitatea copilului se pedepsește în conformitate cu legislația.

Legea privind dreptul de autor și drepturile conexe

Articolul 3. Noțiuni principale

În prezenta lege se utilizează următoarele noțiuni:

operă derivată – produs al creației intelectuale bazat pe altă operă (traducere, adaptare, înscenare, prelucrare etc.);

valorificare – publicare (apariție), comunicare publică, demonstrare publică, interpretare publică, imprimare, închiriere, reproducere, emisie, retransmisie sau alte acțiuni privind utilizarea sub orice formă și în orice mod a obiectelor dreptului de autor și drepturilor conexe, precum și a expresiilor folclorice;

Articolul 6. Obiectele dreptului de autor

(1) Dreptul de autor se extinde asupra operelor literare, de artă sau științifice exprimate în formă:

- a) scrisă (manuscris, dactilografie, note muzicale etc.);
- d) de imagine (desen, schiță, tablou, plan, desen tehnic, cine-, tele-, video- sau fotocadru etc.);

(2) Obiecte ale dreptului de autor sînt:

- a) operele literare (cărți, broșuri, articole, programe pentru computer etc.);
- i) operele fotografice și operele obținute printr-un procedeu analogic fotografiei;
- k) operele derivate și integrante (traducerile, adoptările, prelucrările și orice alte prelucrări ale operelor literare, de artă, științifice, aranjamentele operelor muzicale, precum și enciclopediile, antologiile, culegerile, bazele de date etc.). Operele derivate și alcătuite sînt ocrotite de dreptul de autor, indiferent de faptul dacă operele pe baza cărora acestea au fost create sau pe care le includ sînt sau nu obiecte ale dreptului de autor;

Articolul 7. Creațiile care nu constituie obiecte ale dreptului de autor

- (1) Nu constituie obiecte ale dreptului de autor:
- a) documentele oficiale (legile, hotărârile judecătorești, alte documente), precum și traducerea lor oficială;
 - b) simbolurile și semnele statului (drapelele, stemele, ordinele, semnele monetare etc.);
 - c) expresiile folclorice;
 - d) noutățile zilei și faptele cu caracter de simplă informație.
- (2) Protecția dreptului de autor se extinde asupra formei de exprimare și nu asupra ideilor, proceselor, metodelor de funcționare sau asupra concepțiilor matematice ca atare.

Articolul 8. Recunoașterea paternității. Presumția paternității. Înregistrarea operei

- (1) Paternitatea aparține persoanei (persoanelor), sub al cărei nume a fost publicată opera, dacă nu există alte dovezi.

Articolul 9. Drepturile personale (morale)

- (1) Autorul operei beneficiază de următoarele drepturi personale (morale):
- a) la paternitate – dreptul de a se considera autor și de a cere o atare recunoaștere, inclusiv prin indicarea numelui său pe fiecare exemplar de operă publicată sau la interpretarea în public a operei, dacă așa ceva este posibil;
 - b) la nume – dreptul autorului de a decide cum va figura numele său în timpul valorificării operei (numele adevărat, pseudonimul sau anonim);
 - c) la integritatea operei;
 - d) la stima reputației – la apărarea operei împotriva oricărei denaturări, schimonosiri sau altei modificări a operei, care poate prejudicia onoarea și demnitatea autorului;
 - e) de a da publicității opera sa sau de a permite (interzice) publicarea ei în orice formă, inclusiv dreptul la retragerea ei. Retragerea operei din rețeaua de comercializare în legătură cu schimbarea convingerilor autorului se permite cu condiția că acesta va acoperi în prealabil pagubele deținătorului dreptului de folosință a operei.

- (2) Drepturile personale (morale) ale autorului nu pot fi înstrăinate și sînt imprescriptibile în caz de cedare a drepturilor patrimoniale.

Articolul 22. Valorificarea liberă a operelor

- (1) Se permite fără consimțămîntul autorului sau al altui titular al dreptului de autor și fără plata remunerației de autor, dar cu indicarea obligatorie a numelui autorului, a cărui operă este valorificată, și a sursei de împrumut:
- a) citarea din originalul și din traducerea operelor publicate legal în articole și lucrări critice, polemice, didactice, științifice, informative, în trecerile în revistă ale presei, programelor de radio și televiziune. Citarea fără plata remunerației de autor se permite în volumele:
- un fragment (proză) pînă la 400 de cuvinte;
 - cîteva fragmente din aceeași operă: proză – pînă la 300 de cuvinte în fiecare fragment, însă nu mai mult de o coală de autor; poezie – pînă la 40 versuri, cu condiția că acest fragment nu constituie mai mult de o pătrime din opera în versuri citată;
- b) reproducerea în original și în traducere în presă, în programele de radio și televiziune cu scop informativ a unor fragmente din operele publicate (dacă o astfel de reproducere constituie o parte a reportajului), din discursurile și rapoartele ținute în public, precum și din articolele publice vizînd problemele economice, politice, sociale religioase actuale. Totodată, organizațiile de difuziune pot imprima aceste opere numai pentru valorificarea lor pe termen scurt (pînă la șase luni);

Legea cu privire la publicitate

Articolul 3. Sfera de aplicare a legii

- (1) Prezenta lege se aplică pe teritoriul Republicii Moldova în toate sferile de activitate în domeniul publicității, cu excepția publicității politice și informațiilor ce nu țin de activitatea de întreprinzător.

Articolul 4. Dreptul de autor asupra publicității

- (1) Publicitatea poate fi, total sau parțial, obiect al dreptului de autor al persoanelor fizice și juridice, drept protejat în conformitate cu legislația.

Articolul 8. Cerințe generale

- (1) Publicitatea trebuie să fie loială și onestă.
- (3) Publicitatea nu trebuie să inducă în eroare, nici să prejudicieze interesele consumatorilor.
- (4) În mass-media, publicitatea trebuie să fie în mod clar identificabilă de celelalte programe și materiale prin mijloace poligrafice, video, audio, combinate sau prin comentarii. De regulă, publicitatea se difuzează grupat.
- (8) Publicitatea mascată este interzisă.
- (9) Se interzice publicitatea mărfurilor (serviciilor) pasibile de certificare (licențiere) în cazul în care certificatul (licența) lipsește, precum și publicitatea mărfurilor (serviciilor) interzise pentru producere și comercializare în conformitate cu legislația în vigoare.
- (10) Nu se permite publicitatea cu folosirea neautorizată a simbolicii de stat, a denumirilor sau a abrevierilor de firme, companii, întreprinderi, instituții și organizații.
- (11) Publicitatea nu trebuie:
 - b) să incite la acțiuni ce încalcă legislația privind protecția mediului înconjurător;
 - c) să conțină informații care nu sînt autentice;
 - d) să conțină elemente ce pot provoca panică, instiga la violență, la agresiune sau la acțiuni periculoase ce pot prejudicia sănătatea sau amenința securitatea oamenilor;
 - e) să conțină, fără temeiuri de ordin instructiv sau social, imagini vizuale sau descrieri ale unor acțiuni periculoase cu neglijarea măsurilor de securitate.
- (12) Informația despre programele audiovizuale nu este considerată publicitate și se difuzează în mass-media gratuit.

Articolul 14. Publicitatea în presa periodică

Publicitatea în publicațiile periodice finanțate de la bugetul de stat, altele decît cele specializate în informații și materiale cu caracter publicitar, nu trebuie să depășească 30% din volumul unui număr al ediției.

Articolul 31. Dezmințirea

(1) În cazul în care instanța judecătorească a constatat încălcarea legislației privind publicitatea, contravenientul este obligat să sisteze publicitatea respectivă integral sau parțial, să dezmințe materialul publicitar neadecvat în termenul stabilit de instanța judecătorească. Contravenientul suportă cheltuielile pentru dezmințire în volum deplin.

(2) Dezmințirea se difuzează prin aceleași mijloace de informare, folosindu-se aceleași caracteristici de durată, spațiu și ordine ca și în publicitatea neadecvată. Conținutul dezmințirii se coordonează cu organul de stat care a constatat încălcarea.

Codul electoral

Articolul 35. Asigurarea mijloacelor necesare pentru desfășurarea alegerilor

(7) Mijloacele de informare în masă finanțate de la buget publică gratuit declarațiile și materialele prezentate de consiliile electorale, programele preelectorale ale concurenților electorali și alte materiale referitoare la alegeri, inclusiv cele ce țin de educația civică și de informarea alegătorilor despre alegeri.

Articolul 46. Drepturile garantate ale concurenților electorali

(1) Concurenții electorali participă, pe bază de egalitate, la campania electorală, beneficiază de drepturi egale în folosirea mijloacelor de informare în masă, inclusiv a radioului și televiziunii, finanțate de la buget.

Articolul 47. Agitația electorală

(1) ... Agitația electorală în favoarea concurentului electoral se admite numai după înregistrarea acestuia de către organul electoral.

(5) Răspunderea pentru conținutul materialelor electorale publicitare, difuzate sau publicate, o poartă concurentul electoral. Fiecare material publicitar trebuie să includă denumirea concurentului electoral, data tipăririi, tirajul materialului și denumirea tipografiei care l-a tipărit.

(8) În ziua alegerilor, mijloacele de informare în masă, pînă la închiderea secțiilor de votare, nu vor difuza rezultatele chestionării alegătorilor privind votarea "pentru" sau "contra" sau nevotarea concurenților electorali.

(9) Refuzul de a difuza sau publica, în condițiile prezentei legi, publicitatea electorală, contra plată sau gratuit, poate fi contestat în instanța de judecată.

(14) În ziua alegerilor și cea precedentă ei nu se admite nici un fel de agitație.

(15) Publicitatea electorală în rețeaua internet și prin intermediul telefoniei mobile este asimilată publicității electorale în presa scrisă.

Articolul 64. Reflectarea alegerilor în mijloacele de informare în masă

(1) În perioada electorală, mijloacele de informare în masă reflectă desfășurarea alegerilor conform regulamentului aprobat în acest scop de către Comisia Electorală Centrală.

(2) Reprezentanții mijloacelor de informare în masă se bucură de aceleași drepturi ca și observatorii acreditați.

(3) În perioada electorală, orice sondaje de opinie privind preferințele politice ale alegătorilor pot fi efectuate numai cu condiția înștiințării prealabile a Comisiei Electorale Centrale. Rezultatele acestor sondaje pot fi date publicității cel târziu cu 5 zile înainte de ziua alegerilor. În ziua alegerilor, pînă la închiderea secțiilor de votare, se interzice a da publicității în mijloacele de informare în masă materiale, inclusiv interviuri cu alegătorii, despre numărul de voturi întrunite de concurenții electorali pe parcursul zilei și despre șansele lor, inclusiv rezultatele exit-poll-urilor. Organizațiile calificate care intenționează să organizeze exit-poll-uri își vor coordona activitatea cu Comisia Electorală Centrală, care va elabora regulile generale în domeniu.

(4) Mijloacele de informare în masă vor difuza, la solicitarea Comisiei Electorale Centrale, spoturi sociale și de educație civică și electorală, vor desfășura campanii de informare a alegătorilor despre procedura de vot și despre alte particularități ale votării.

Legea cu privire la combaterea terorismului

Articolul 2. Noțiunile principale

În sensul prezentei legi, se utilizează următoarele noțiuni principale:

terorism – ideologia violenței și practica de a influența prin violență luarea unor decizii de către autoritățile publice sau organizațiile internaționale, însoțite de intimidarea populației și/sau de alte acțiuni violente ilegale;

Articolul 12. Regimul juridic în zona de desfășurare a operației anti-teroriste

(2) Activitatea reprezentanților mijloacelor de informare în masă în zona de desfășurare a operației antiteroriste este dirijată de conducătorul grupei operative.

Articolul 14. Informarea opiniei publice asupra actelor teroriste

(1) În timpul desfășurării operației antiteroriste, informarea opiniei publice asupra unui act terorist se face în modul și în măsura stabilite de conducătorul grupei operative sau de reprezentantul acesteia responsabil pentru relațiile cu publicul.

(2) Nu se admite difuzarea informației care:

a) destăinuie procedeele tehnice speciale și tactica desfășurării operației antiteroriste;

b) poate să stingherească desfășurarea operației antiteroriste și să periclitaze viața și sănătatea persoanelor surprinse în zona de desfășurare a operației antiteroriste sau aflate în afara acestei zone;

c) propagă sau justifică terorismul și extremismul;

d) se referă la colaboratorii structurilor specializate pentru combaterea terorismului, la membrii grupei operative, precum și la persoanele care își dau concursul la desfășurarea operației.

(3) În activitatea de informare a opiniei publice se va asigura respectarea prevederilor legislației cu privire la secretul de stat, precum și la protecția adecvată a surselor secrete de informații.

Legea privind combaterea activității extremiste

Articolul 1. Noțiuni principale

În sensul prezentei legi, noțiunile de mai jos au următoarele semnificații:

extremism – atitudinea, doctrina unor curente politice, care, pe bază de teorii, idei sau opinii extreme, caută, prin măsuri violente sau radicale, să impună programul lor;

materiale cu caracter extremist – documente ori informații pe un alt suport, inclusiv anonime, destinate să fie făcute publice, având scopul de a îndemna la desfășurarea activității extremiste, de a argumenta sau a justifica necesitatea desfășurării unei asemenea activități ori de a justifica practica

comiterii unor crime de război sau a unor alte crime întru nimicirea totală sau parțială a vreunui grup etnic, social, rasial, național sau religios.

Articolul 7. Răspunderea mijlocului de informare în masă pentru difuzarea materialelor cu caracter extremist și desfășurarea activității extremiste

- (1) În Republica Moldova se interzice difuzarea prin mijloace de informare în masă a materialelor cu caracter extremist și desfășurarea de către acestea a activității extremiste.
- (5) În scopul neadmiterii continuării difuzării de materiale cu caracter extremist, instanța de judecată poate suspenda comercializarea numărului respectiv al publicației periodice ori a tirajului înregistrărilor audio sau video ale programului respectiv ori lansarea programului audiovizual respectiv, în modul prevăzut pentru adoptarea de măsuri în vederea asigurării acțiunii.
- (6) Hotărîrea instanței de judecată constituie temei pentru confiscarea părții necomercializate a tirajului producției mijlocului de informare în masă ce conține materiale cu caracter extremist din locurile de păstrare, din unitățile de comerț cu ridicata și cu amănuntul.

Articolul 9. Contracurarea difuzării materialelor cu caracter extremist

- (1) Pe teritoriul Republicii Moldova se interzice editarea sau difuzarea materialelor tipărite, audiovizuale și a altor materiale cu caracter extremist.
- (2) Constatarea caracterului extremist al materialului informațional se face de către instanța de judecată, în temeiul sesizării procurorului.
- (3) Hotărîrea instanței de judecată privind constatarea caracterului extremist al materialului informațional constituie temei pentru confiscarea părții necomercializate a tirajului.

Codul penal al Republicii Moldova

Articolul 64. Amenda

- (2) Amenda se stabilește în unități convenționale. Unitatea convențională de amendă este egală cu 20 de lei.

Articolul 140. Propaganda războiului

- (1) Propaganda războiului, răspîndirea de informații tendențioase ori inventate, instigatoare la război sau orice alte acțiuni orientate spre declanșarea unui război, săvîrșite verbal, în scris, prin intermediul radioului, televiziunii, cinematografului sau prin alte mijloace,

se pedepesc cu amendă în mărime de pînă la 500 unități convenționale sau cu închisoare de pînă la 6 ani, în ambele cazuri cu privarea de dreptul de a ocupa anumite funcții sau de a exercita o anumită activitate pe un termen de pînă la 5 ani.

Articolul 177. Încălcarea inviolabilității vieții personale

- (1) Culegerea ilegală sau răspîndirea cu bună-știință a informațiilor, ocrotite de lege, despre viața personală ce constituie secret personal sau familial al altei persoane fără consimțămîntul ei

se pedepsește cu amendă în mărime de pînă la 300 unități convenționale sau cu muncă neremunerată în folosul comunității de la 180 la 240 de ore.

- (11) Culegerea ilegală a informațiilor menționate la alin.(1), fără consimțămîntul persoanei, cu utilizarea mijloacelor tehnice speciale destinate pentru obținerea ascunsă a informației,

se pedepsește cu amendă în mărime de la 200 la 400 unități convenționale sau cu muncă neremunerată în folosul comunității de la 200 la 240 de ore.

- (2) Răspîndirea informațiilor menționate la alin.(1):

- a) într-un discurs public, prin mass-media;
- b) prin folosirea intenționată a situației de serviciu

se pedepsește cu amendă în mărime de la 200 la 500 unități convenționale sau cu privarea de dreptul de a ocupa anumite funcții sau de a exercita o anumită activitate pe un termen de 1 an, sau cu muncă neremunerată în folosul comunității de la 180 la 240 de ore, cu amendă, aplicată persoanei juridice, în mărime de la 1000 la 2000 unități convenționale.

Articolul 179. Violarea de domiciliu

- (1) Pătrunderea sau rămînerea ilegală în domiciliul sau în reședința unei persoane fără consimțămîntul acesteia ori refuzul de a le părăsi la cererea ei, precum și perchezițiile și cercetările ilegale,

se pedepsesc cu amendă în mărime de pînă la 300 unități convenționale sau cu muncă neremunerată în folosul comunității de la 100 la 200 de ore, sau cu închisoare de pînă la 2 ani.

Articolul 185¹. Încălcarea dreptului de autor și a drepturilor conexe

- (1) Însușirea dreptului la paternitate (plagiatul) sau altă violare a dreptului de autor și/sau a drepturilor conexe, dacă valoarea drepturilor violate sau valoarea exemplarului licențiat de operă, de program de computer, de bază de date, de interpretare, de fonogramă, de emisiune, care formează obiectul dreptului de autor sau al drepturilor conexe, este de proporții mari, aceasta fiind săvîrșită prin:
- a) reproducerea integrală sau parțială, modificarea sub orice formă a obiectului protejat de dreptul de autor sau de drepturile conexe;
 - b) comercializarea, închirierea, importarea, exportarea, transportarea, depozitarea sau publicarea obiectului protejat de dreptul de autor sau de drepturile conexe;
 - c) comunicarea publică a unei opere cinematografice sau a unei opere audiovizuale pe cale radioelectrică sau prin cablu în regim interactiv, inclusiv prin Internet ori prin alt procedeu similar;
 - d) demonstrarea publică a originalului sau a unui exemplar de operă;
 - e) interpretarea publică a operei sau a fonogramei;
 - f) transmiterea simultană sau retransmiterea operei, fonogramei, interpretării sau emisiunii pe cale radioelectrică sau prin cablu, prin alt procedeu similar ori în localurile unde intrarea este cu plată;
 - g) fixarea pe suport material a operei audiovizuale, emisiunii sau interpretării în săli de concerte, cinematografe, precum și în alt loc public, fără acordul titularului de drepturi asupra operei, emisiunii sau interpretării;
 - h) permiterea accesului public la bazele de date din computer care conțin sau constituie opere protejate de dreptul de autor;
 - i) traducerea, publicarea în culegeri, adaptarea sau transformarea operei, precum și prelucrarea, aranjamentul acesteia,

se pedepsește cu amendă în mărime de la 800 la 1000 unități convenționale sau cu muncă neremunerată în folosul comunității de la 180 la 240 de ore, iar persoana juridică se pedepsește cu amendă în mărime de la 2000 la 4000 unități convenționale cu privarea de dreptul de a exercita o anumită activitate pe un termen de la 1 la 5 ani.

Articolul 204. Divulgarea secretului adopției

Divulgarea secretului adopției contrar voinței adoptatorului, săvârșită de o persoană obligată să păstreze faptul adopției ca un secret profesional sau de serviciu,

se pedepsește cu amendă în mărime de la 200 la 500 unități convenționale sau cu muncă neremunerată în folosul comunității de la 100 la 240 de ore, sau cu închisoare de pînă la 6 luni, în toate cazurile cu (sau fără) privarea de dreptul de a ocupa anumite funcții sau de a exercita o anumită activitate pe un termen de 2 ani.

Articolul 279². Instigarea în scop terorist sau justificarea publică a terorismului

(1) Instigarea în scop terorist, adică distribuirea sau punerea în alt mod la dispoziția publicului a unui mesaj cu intenția de a instiga sau cunoscînd că un astfel de mesaj poate instiga la comiterea unei infracțiuni cu caracter terorist,

se pedepsește cu amendă în mărime de la 300 la 600 unități convenționale sau cu muncă neremunerată în folosul comunității de la 180 la 240 de ore, sau cu închisoare de pînă la 5 ani, în toate cazurile cu (sau fără) privarea de dreptul de a ocupa anumite funcții sau de a exercita o anumită activitate pe un termen de pînă la 5 ani, cu amendă, aplicată persoanei juridice, în mărime de la 1000 la 3000 unități convenționale cu privarea de dreptul de a exercita o anumită activitate pe un termen de la 2 la 5 ani sau cu lichidarea persoanei juridice.

(2) Justificarea publică a terorismului, adică distribuirea sau punerea în alt mod la dispoziția publicului a unui mesaj despre recunoașterea unei ideologii sau practici de comitere a infracțiunilor cu caracter terorist ca fiind justă, care necesită a fi susținută sau este demnă de urmat,

se pedepsește cu amendă în mărime de la 200 la 500 unități convenționale sau cu muncă neremunerată în folosul comunității de la 140 la 200 de ore, sau cu închisoare de pînă la 4 ani, în toate cazurile cu (sau fără) privarea de dreptul de a ocupa anumite funcții sau de a exercita o anumită activitate pe un termen de pînă la 5 ani, cu amendă, aplicată persoanei juridice, în mărime de la 800 la 2000 unități convenționale cu privarea de dreptul de a exercita o anumită activitate pe un termen de la 2 la 5 ani sau cu lichidarea persoanei juridice.

(3) Acțiunile prevăzute la alin.(1) sau (2), săvârșite:

a) prin intermediul unui mijloc de informare în masă;

b) cu folosirea situației de serviciu,

se pedepsesc cu amendă în mărime de la 500 la 1000 unități convenționale sau cu închisoare de la 2 la 5 ani, în ambele cazuri cu privarea de dreptul de a ocupa anumite funcții sau de a exercita o anumită activitate pe un termen de la 2 la 5 ani, cu amendă, aplicată persoanei juridice, în mărime de la 3000 la 5000 unități convenționale cu (sau fără) privarea de dreptul de a exercita o anumită activitate pe un termen de la 3 la 5 ani sau cu lichidarea persoanei juridice.

Articolul 315. Divulgarea datelor urmăririi penale

(1) Divulgarea datelor urmăririi penale contrar interdicției persoanelor care efectuează urmărirea penală

se pedepsește cu amendă în mărime de pînă la 300 unități convenționale sau cu muncă neremunerată în folosul comunității de la 180 la 240 de ore.

Articolul 346. Acțiunile intenționate îndreptate spre ațîțarea vrajbei sau dezbinării naționale, rasiale sau religioase

Acțiunile intenționate, îndemnurile publice, inclusiv prin intermediul mass-media, scrise și electronice, îndreptate spre ațîțarea vrajbei sau dezbinării naționale, rasiale sau religioase, spre înjosirea onoarei și demnității naționale, precum și limitarea, directă sau indirectă, a drepturilor ori stabilirea de avantaje, directe sau indirecte, cetățenilor în funcție de apartenența lor națională, rasială sau religioasă,

se pedepsesc cu amendă în mărime de pînă la 250 unități convenționale sau cu muncă neremunerată în folosul comunității de la 180 la 240 de ore, sau cu închisoare de pînă la 3 ani.

Codul de procedură penală al Republicii Moldova

Articolul 6. Termeni și expresii utilizate în prezentul cod

Termenii și expresiile utilizate în prezentul cod au următorul înțeles, dacă nu este o mențiune deosebită:

- 40) *reținere* – măsură luată de organul competent de a priva de libertate o persoană pe un termen de pînă la 72 de ore;
- 41) *rude apropiate* – copii, părinți, înfietori, înfiați, frați și surori, bunici, nepoți;

- 47) *persoană minoră* – persoană care nu a împlinit vârsta de 18 ani;
49) *timpul nopții* – interval de timp cuprins între orele 22.00 și 6.00;

Articolul 8. Presumția nevinovăției

- (1) Persoana acuzată de săvîrșirea unei infracțiuni este prezumată nevinovată atîta timp cît vinovăția sa nu-i va fi dovedită, în modul prevăzut de prezentul cod, într-un proces judiciar public, în cadrul căruia îi vor fi asigurate toate garanțiile necesare apărării sale, și nu va fi constatată printr-o hotărîre judecătorească de condamnare definitivă.
- (2) Nimeni nu este obligat să dovedească nevinovăția sa.

Articolul 10. Respectarea drepturilor, libertăților și demnității umane

- (1) Toate organele și persoanele participante la procesul penal sînt obligate să respecte drepturile, libertățile și demnitatea persoanei.
- (5) Prejudiciul cauzat drepturilor, libertăților și demnității umane în cursul procesului penal se repară în modul stabilit de lege.
- (6) În cazul cînd un minor este victimă sau martor în fața instanței de judecată, se va acționa pentru respectarea intereselor acestuia.

Articolul 14. Secretul corespondenței

- (1) Dreptul la secretul scrisorilor, al telegramelor, al altor trimiteri poștale, al convorbirilor telefonice și al celorlalte mijloace legale de comunicare este asigurat de stat. În cursul procesului penal, nimeni nu poate fi lipsit sau limitat în acest drept.
- (2) Limitarea dreptului prevăzut la alin.(1) se admite numai în baza unui mandat judiciar emis în condițiile prezentului cod.

Articolul 18. Publicitatea ședinței de judecată

- (1) În toate instanțele judecătorești ședințele sînt publice, cu excepția cazurilor prevăzute de prezentul articol.
- (2) Accesul în sala de ședință poate fi interzis presei sau publicului, prin încheiere motivată, pe parcursul întregului proces sau al unei părți din proces, în interesul respectării moralității, ordinii publice sau securității naționale, cînd interesele minorilor sau protecția vieții private a părților în proces o cer, sau în măsura considerată strict necesară de către in-

stanță când, datorită unor împrejurări speciale, publicitatea ar putea să prejudicieze interesele justiției.

- (21) În procesul în care un minor este victimă sau martor, instanța de judecată va asculta declarațiile acestuia într-o ședință închisă.
- (4) În toate cazurile, hotărârile instanței de judecată se pronunță în ședință publică.

Articolul 63. Bănuitul

- (1) Bănuitul este persoana fizică față de care există anumite probe că a săvârșit o infracțiune pînă la punerea ei sub învinuire. ...

Articolul 65. Învinuitul, inculpatul

- (1) Învinuitul este persoana fizică față de care s-a emis, în conformitate cu prevederile prezentului cod, o ordonanță de punere sub învinuire.
- (2) Învinuitul în privința căruia cauza a fost trimisă în judecată se numește inculpat.
- (3) Persoana în privința căreia sentința a devenit definitivă se numește:
- 1) condamnat, dacă sentința este, parțial sau integral, de condamnare;
 - 2) achitat, dacă sentința este integral de achitare.
- (4) Persoana nu are calitatea de învinuit din momentul când în privința ei a fost încetat procesul penal sau ea a fost scoasă de sub urmărire penală.

Articolul 90. Martorul

- (1) Martorul este persoana citată în această calitate de organul de urmărire penală sau de instanță, precum și persoana care face declarații, în modul prevăzut de prezentul cod, în calitate de martor. Ca martori pot fi citate persoane care posedă informații cu privire la vreo circumstanță care urmează să fie constatată în cauză.
- (3) Nu pot fi citați și ascultați ca martori:
- 5) jurnalistul – pentru a preciza persoana care i-a prezentat informația cu condiția de a nu-i divulga numele, cu excepția cazului în care persoana benevol dorește să depună mărturie;
- (4) Persoanele menționate la alin.(3) pct.5) și 7) pot fi citate și ascultate ca martori numai în cazul când această informație este absolut necesară

pentru prevenirea sau descoperirea infracțiunilor deosebit de grave sau excepțional de grave.

Articolul 133. Sechestrarea corespondenței

- (1) În cazul în care există temeieri rezonabile de a presupune că corespondența poștală, primită sau expediată de către bănuیت, învinuit, poate conține informații ce ar avea importanță probatorie în cauza penală pe una sau mai multe infracțiuni grave, deosebit de grave sau excepțional de grave și dacă prin alte procedee probatorii nu pot fi obținute probe, organul de urmărire penală este în drept să sechestreze corespondența poștală a persoanelor indicate.
- (2) La corespondența poștală care poate fi sechestrată se referă următoarele obiecte: scrisori de orice gen, telegrame, radiograme, banderole, colete, containere poștale, mandate poștale, comunicări prin fax și prin poșta electronică.

Articolul 212. Confidențialitatea urmăririi penale

- (1) Materialele urmăririi penale nu pot fi date publicității decât cu autorizația persoanei care efectuează urmărirea penală și numai în măsura în care ea consideră că aceasta este posibil, cu respectarea prezumției de nevinovăție, și ca să nu fie afectate interesele altor persoane și ale desfășurării urmăririi penale.

Articolul 316. Publicitatea ședinței de judecată

- (3) Președintele ședinței poate permite reprezentanților mass-media, în cazurile în care cauza prezintă interes public, să efectueze înregistrări audio, video și să fotografieze unele secvențe de la deschiderea ședinței în măsura în care acestea nu perturbază desfășurarea normală a ședinței și nu aduc atingere intereselor participanților la proces.
- (4) Președintele ședinței de judecată poate limita accesul publicului la ședință, ținând seama de condițiile în care se judecă cauza.

Codul contravențional al Republicii Moldova

Articolul 52. Agitația electorală în ziua imediat anterioară zilei votării ori în ziua votării

Continuarea agitației electorale sau a agitației pentru susținerea referendumului în ziua imediat anterioară zilei votării ori în ziua votării

se sancționează cu amendă de la 10 la 20 de unități convenționale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 40 la 50 de unități convenționale aplicată persoanei cu funcție de răspundere sau candidatului electoral.

Articolul 54. Încălcarea legislației cu privire la cultele religioase

(2) Intoleranța confesională manifestată prin acte care stînjenesc liberul exercițiu al unui cult religios, recunoscut de stat, propagarea urii religioase

se sancționează cu avertisment sau cu amendă de la 10 la 20 de unități convenționale.

Articolul 69. Injuria

(1) Injuria adusă în public, vorbele sau faptele care înjosesc onoarea și demnitatea persoanei

se sancționează cu amendă de la 20 la 60 de unități convenționale sau cu muncă neremunerată în folosul comunității de pînă la 60 de ore.

(2) Injuria adusă în mass-media

se sancționează cu amendă de la 50 la 100 de unități convenționale sau cu muncă neremunerată în folosul comunității de pînă la 60 de ore.

Articolul 70. Calomnia

Calomnia, adică răspîndirea cu bună știință a unor scorniri mincinoase ce defăimează o altă persoană, însoțită de învinuirea de săvîrșire a unei infracțiuni deosebit de grave sau excepțional de grave ori soldată cu urmări grave

se sancționează cu amendă de la 80 la 120 de unități convenționale aplicată persoanei fizice sau cu muncă neremunerată în folosul comunității de la 20 la 60 de ore, sau cu arest contravențional de pînă la 15 zile, cu amendă de la 120 la 250 de unități convenționale aplicată persoanei cu funcție de răspundere cu privarea de dreptul de a deține anumite funcții sau de dreptul de a desfășura anumite activități pe un termen de la 3 luni la un an.

Articolul 71. Încălcarea legislației privind accesul la informație și cu privire la petiționare

(1) Încălcarea de către persoana cu funcție de răspundere a dispozițiilor legale privind accesul la informație și cu privire la petiționare

se sancționează cu amendă de la 40 la 50 de unități convenționale.

(2) Prezentarea, la solicitare, a unui răspuns cu date vădit eronate

se sancționează cu amendă de la 45 la 55 de unități convenționale aplicată persoanei cu funcție de răspundere.

Articolul 75. Divulgarea informației confidențiale privind examenul medical de depistare a contaminării cu virusul imunodeficienței umane (HIV) ce provoacă maladia SIDA

Divulgarea informației confidențiale despre examenele medicale de depistare a contaminării cu virusul imunodeficienței umane (HIV) ce provoacă maladia SIDA de către personalul medical sau de către alte persoane care, în virtutea obligațiilor de serviciu, dețin astfel de informații

se sancționează cu amendă de la 50 la 70 de unități convenționale.

Articolul 96. Încălcarea dreptului de autor și a drepturilor conexe

(1) Confecționarea, difuzarea sau altă valorificare ilegală a operelor, fonogramelor, interpretărilor, a emisiunilor organizațiilor de difuziune; încălcarea condițiilor de valorificare a operelor și/sau fonogramelor, a interpretărilor, a emisiunilor organizațiilor de difuziune, protejate de dreptul de autor și de drepturile conexe, sau indicarea pe exemplarele de opere sau de fonograme a unei informații false despre apartenența și limitele exercitării dreptului de autor și a drepturilor conexe, precum și a unei alte informații care poate induce în eroare beneficiarul; modificarea, înlăturarea de pe exemplarele de opere sau de fonograme a simbolurilor și semnelor de protecție a dreptului de autor și a drepturilor conexe indicate de titularul drepturilor respective; reproducerea pe suport material a operei audiovizuale, a emisiunii sau interpretării ori a unui alt obiect al dreptului de autor protejat în săli de concert, în cinematografe, precum și în alte locuri publice, fără acordul titularului de drepturi; înlăturarea de pe exemplarele de opere sau de fonograme a informației despre administrarea dreptului de autor și a drepturilor conexe; înlăturarea de pe exemplarele de opere sau de fonograme a mijloacelor tehnice de protecție a dreptului de autor și a drepturilor conexe, precum și comercializarea sau oferirea spre comercializare, darea în chirie, importul sau depozitarea de echipamente tehnice sau de componente ale acestora pentru facilitarea accesului la emisiunile organizațiilor de difuziune ce comunică condiționat prin eter, cablu, satelit în regim interactiv, inclusiv prin Internet; comercializarea, darea în chirie, exportul, schimbul, depozitarea ori altă valorificare a exemplarelor de opere sau de fonograme, în orice mod și sub orice formă, fără marcaj de control și fără a deține, la momentul controlului, contractele de autor încheiate cu

titularii de drepturi asupra lor; aplicarea necorespunzătoare a marcajelor de control altele decât cele pentru suporturile materiale specificate în anexe la cererea de eliberare a marcajelor de control pentru exemplare de operă ori fonograme valorificate fără consimțământul titularului de drepturi, însușirea paternității ori constrângerea la copaternitate

se sancționează cu amendă de la 10 la 30 de unități convenționale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 30 la 70 de unități convenționale aplicată persoanei cu funcție de răspundere.

Articolul 107. Obținerea sau divulgarea informațiilor care constituie secret comercial sau fiscal

- (1) Obținerea fără consimțământul titularului a informațiilor care constituie secret comercial sau fiscal în scopul divulgării sau folosirii lor ilegale

se sancționează cu amendă de la 20 la 40 de unități convenționale aplicată persoanei fizice, cu amendă de la 30 la 40 de unități convenționale aplicată persoanei cu funcție de răspundere.

Articolul 353. Ultragierea colaboratorului organelor de ocrotire a normelor de drept, opunerea de rezistență

- (1) Ultragierea colaboratorului organelor de ocrotire a normelor de drept, adică jignirea premeditată a onoarei și demnității procurorului, ofițerului de urmărire penală, ofițerului de informații și securitate, colaboratorului organelor afacerilor interne, altei persoane, aflată în exercițiul funcțiunii sau al datoriei obștești de asigurare a securității statului, de menținere a ordinii publice și de combatere a criminalității, exprimată prin acțiune, verbal sau în scris,

se sancționează cu amendă de la 10 la 25 de unități convenționale sau cu arest contravențional de la 10 la 15 zile.

Articolul 364. Încălcarea legislației cu privire la publicitate

- (3) Amplasarea sau difuzarea publicității produselor și a serviciilor supuse certificării sau licențierii în cazul în care producătorii lor nu dispun de certificat sau de licență, precum și amplasarea sau difuzarea publicității produselor și a serviciilor interzise producerii și comercializării

se sancționează cu amendă de la 20 la 300 de unități convenționale.

- (4) Amplasarea sau difuzarea publicității produselor și a serviciilor cu folosirea neautorizată a simbolurilor statului

se sancționează cu amendă de la 20 la 300 de unități convenționale.

- (5) Prezentarea, producerea sau difuzarea fără autorizație a publicității ședințelor medicale în masă cu folosirea metodelor de influență psihică se sancționează cu amendă de la 20 la 300 de unități convenționale.

Articolul 375. Presumția de nevinovăție

- (1) Persoana acuzată de săvârșirea unei contravenții se consideră nevinovată atâta timp cât vinovăția sa nu este dovedită în modul prevăzut de prezentul cod.
- (2) Nimeni nu este obligat să dovedească nevinovăția sa.

Codul civil al Republicii Moldova

Articolul 16. Apărarea onoarei, demnității și reputației profesionale

- (1) Orice persoană are dreptul la respectul onoarei, demnității și reputației sale profesionale.
- (2) Orice persoană este în drept să ceară dezmințirea informației ce îi lezează onoarea, demnitatea sau reputația profesională dacă cel care a răspândit-o nu dovedește că ea corespunde realității.
- (3) La cererea persoanelor interesate, se admite apărarea onoarei și demnității unei persoane fizice și după moartea acesteia.
- (4) Dacă informația care lezează onoarea, demnitatea sau reputația profesională este răspândită printr-un mijloc de informare în masă, instanța de judecată îl obligă să publice o dezmințire la aceeași rubrică, pagină, în același program sau ciclu de emisiuni în cel mult 15 zile de la data intrării în vigoare a hotărârii judecătorești.
- (5) În cazul în care un document emis de o organizație conține informații care lezează onoarea, demnitatea și reputația profesională, instanța de judecată o obligă să înlocuiască documentul.
- (6) În alte cazuri decât cele prevăzute la alin.(4) și (5), modalitatea de dezmințire a informațiilor care lezează onoarea, demnitatea și reputația profesională se stabilește de către instanța de judecată.
- (7) Persoana lezată în drepturile și interesele sale, ocrotite de lege, prin publicațiile unui mijloc de informare în masă, este în drept să publice replica sa în respectivul mijloc de informare în masă pe contul acestuia.

- (8) Orice persoană în a cărei privință a fost răspîndită o informație ce îi lezează onoarea, demnitatea și reputația profesională este în drept, pe lângă dezmințire, să ceară repararea prejudiciului material și moral cauzat astfel. Cuantumul despăgubirilor pentru prejudiciul moral trebuie să fie rezonabil și să se determine ținîndu-se cont de:
- caracterul informațiilor răspîndite;
 - sfera de răspîndire a informațiilor;
 - impactul social asupra persoanei;
 - gravitatea și întinderea suferințelor psihice sau fizice cauzate persoanei vătămate;
 - proporționalitatea între acordarea despăgubirilor și gradul în care reputația a fost lezată;
 - gradul de vinovăție al autorului prejudiciului;
 - măsura în care această compensare poate aduce satisfacție persoanei vătămate;
 - publicarea rectificării, replicii sau dezmințirii pînă la pronunțarea hotărîrii judecătorești;
 - alte circumstanțe relevante pentru cazul dat.
- (9) Dacă identificarea persoanei care a difuzat informația ce lezează onoarea, demnitatea și reputația profesională a unei alte persoane este imposibilă, aceasta din urmă este în drept să adreseze în instanță de judecată o cerere în vederea declarării informației răspîndite ca fiind neveridică.

Articolul 267. Termenul general de prescripție extintivă

- Termenul general în interiorul căruia persoana poate să-și apere, pe calea intentării unei acțiuni în instanță de judecată, dreptul încălcat este de 3 ani.
- Acțiunile privind apărarea drepturilor personale nepatrimoniale se prescriu numai în cazurile expres prevăzute de lege.

Articolul 1422. Reparația prejudiciului moral

- În cazul în care persoanei i s-a cauzat un prejudiciu moral (suferințe psihice sau fizice) prin fapte ce atentează la drepturile ei personale nepatrimoniale, precum și în alte cazuri prevăzute de legislație, instanța de

judecată are dreptul să oblige persoana responsabilă la reparația prejudiciului prin echivalent bănesc.

- (2) Prejudiciul moral se repară indiferent de existența și întinderea prejudiciului patrimonial.
- (3) Reparația prejudiciului moral se face și în lipsa vinovăției autorului, faptei ilicite în cazul în care prejudiciul este cauzat prin condamnare ilegală, atragere ilegală la răspundere penală, aplicare ilegală a arestului preventiv sau a declarației scrise de a nu părăsi localitatea, aplicarea ilegală în calitate de sancțiune administrativă a arestului, muncii nere-munerate în folosul comunității și în alte cazuri prevăzute de lege.

Articolul 1423. Mărimea compensației pentru prejudiciu moral

- (1) Mărimea compensației pentru prejudiciu moral se determină de către instanța de judecată în funcție de caracterul și gravitatea suferințelor psihice sau fizice cauzate persoanei vătămate, de gradul de vinovăție al autorului prejudiciului, dacă vinovăția este o condiție a răspunderii, și de măsura în care această compensare poate aduce satisfacție persoanei vătămate.
- (2) Caracterul și gravitatea suferințelor psihice sau fizice le apreciază instanța de judecată, luând în considerare circumstanțele în care a fost cauzat prejudiciul, precum și statutul social al persoanei vătămate.

Articolul 1424. Termenul de prescripție

- (1) Acțiunea în reparare a prejudiciului se prescrie în termen de 3 ani începând cu momentul în care persoana vătămată a cunoscut sau trebuia să cunoască existența prejudiciului și persoana obligată să-l repare.
- (2) În cazul în care persoana obligată să repare prejudiciul și persoana prejudiciată negociază asupra prejudiciului care urmează să fie reparat, cursul prescripției se suspendă pînă cînd una din părți nu va renunța la negociere.
- (3) În cazul în care persoana obligată să repare prejudiciul a dobîndit ceva, în urma faptei ilicite, din contul persoanei prejudiciate, prima este obligată, chiar și după expirarea termenului de prescripție, să restituie, în conformitate cu normele privind îmbogățirea fără justă cauză, ceea ce a dobîndit.

Codul de procedură civilă al Republicii Moldova

Articolul 23. Caracterul public al dezbaterilor judiciare

- (1) În toate instanțele, ședințele de judecată sînt publice. În ședința de judecată nu se admit minorii de pînă la vîrsta de 16 ani dacă nu sînt citați în calitate de participant la proces sau de martor.
- (2) Pot avea loc ședințe închise numai în scopul protejării informației ce constituie secret de stat, taină comercială ori a unei alte informații a cărei divulgare este interzisă prin lege.
- (3) Instanța de judecată poate dispune judecarea pricinii în ședință secretă pentru a preveni divulgarea unor informații care se referă la aspectele intime ale vieții, care lezează onoarea, demnitatea sau reputația profesională ori la alte circumstanțe care ar putea prejudicia interesele participanților la proces, ordinea publică sau moralitatea.
- (4) Ședința poate fi declarată secretă pentru întregul proces sau numai pentru efectuarea unor anumite acte procedurale.
- (9) Hotărîrile ședinței secrete se pronunță public.

Articolul 133. Persoanele care nu pot fi audiate ca martori în judecată

Nu pot fi citați în judecată și audiați în calitate de martori:

- d) persoanele care, în virtutea funcției profesionale, au participat la pregătirea, executarea sau răspîndirea publicațiilor periodice, emisiunilor televizate sau radiodifuzate referitor la personalitatea autorului, executorului sau alcătuitorului de materiale ori documente, la informația parvenită de la aceștia în legătură cu activitatea lor, dacă materialele și documentele sînt destinate redacției;

Articolul 146. Înregistrările audio-video

- (1) Persoana care prezintă o înregistrare audio-video pe un suport electronic sau de altă natură ori solicită reclamarea unor astfel de înregistrări este obligată să indice persoana care a efectuat înregistrarea, timpul și condițiile înregistrării.
- (2) Nu poate servi ca probă înregistrarea audio-video ascunsă dacă nu este permisă prin lege.

Cuprins

Prefață	2
STILUL JURNALISTIC	3
Limbajul jurnalistic	3
Scrierea cu â sau cu î	3
Abrevieri	4
Adjective	4
Clișee și cuvinte parazit	4
Diateza activă vs. diateza pasivă	5
Eufemisme	5
Expresii din limbi străine	6
Ghilimele	7
Jargon	7
Majuscula	7
Mărci și alți termeni specifici	8
Nume străine	8
Ritm	9
Titluri de cărți, tablouri, filme etc.	9
Titlurile persoanelor (de noblețe, academice, grade militare etc.)	9
Citate	10
Legende la fotografii	10
Prima frază și primul paragraf (lead-ul)	11
Titluri	11
Incorect - corect	12
ETICA JURNALISTICĂ	18
Acuratețea și verificarea faptelor	18
Rectificările	20
Fotografiile	21
Identificarea suspecților	23
Identificarea și tratamentul victimelor	23
Prezumția nevinovăției	24
Obiectivitate / Corectitudine	25
Separarea faptelor de opinii	26
Sursele (și sursele anonime)	26
Viața privată / intimitate	28
Publicitatea	31
Reflectarea sondajelor de opinie	31
Toleranță și nediscriminare	32

Dreptul de autor.....	35
ALTE NORME DE CONDUITĂ PROFESIONALĂ.....	36
Respectarea drepturilor omului.....	36
Conflictul de interese.....	36
Neapartenența la partidele politice, relațiile cu autoritățile publice	37
Tratamentul corect al cititorilor	38
Versiunile on-line.....	38
Materiale puse la dispoziție.....	38
ANEXA 1. GHID DE BUNE PRACTICI PRIVIND RELATĂRILE DESPRE COPII	39
Copiii în termeni neutri.....	39
Copiii în prim-plan	40
Atitudinea potrivită: „cuvintele atrag realitatea”.....	41
Și perspectiva umană poate fi senzațională.....	41
O abordare inedită a drepturilor copilului: perspectivă locală și regională.....	42
Copiii și cifrele	42
Menționarea și prezentarea naționalității, statutului etc.....	43
A intervieva un copil	43
Mai multe argumente pentru a intervieva un copil	44
Trei argumente pentru a NU intervieva un copil	44
Cum îi cerem copilului un interviu?	45
Cum realizăm un interviu?	46
Discuții individuale sau în grup?	47
Reguli pentru un interviu	47
Reacțiile psihologice ale copilului în timpul interviului	48
Întrebările trebuie să fie clare	49
Principii directe privind reportajele despre copii	49
Experiențe personale, de interes public	50
O privire asupra Convenției privind Drepturile Copilului	50
Resurse pentru documentare.....	50
ANEXA 2. RECOMANDĂRI PENTRU UN DISCURS MEDIA ECHILIBRAT DIN PUNCT DE VEDERE AL GENULUI	52
Ce este discriminarea de gen?.....	52
Egalitatea de șanse în mass-media de jure.....	53
“Lentile de gen” pentru o presă sensibilă la gen.....	53
Stabilirea grilei tematice.....	53
Documentare.....	53
Elaborarea informației.....	54
Formularea mesajului.....	55
Imaginile de gen?.....	56
Limbajul orientat spre gen	56

Glosar de termeni de gen	57
Resurse pentru documentare	59

ANEXA 3. GHID DE DESIGN ȘI PAGINARE..... 62

Fonturi	62
Fonturile pentru titluri.....	64
Lățimea și numărul coloanelor.....	65
Elementele articolului	66
Fotografiile în ziar.....	68

ANEXA 4. SELECȚIE DIN LEGISLAȚIA ÎN VIGOARE A REPUBLICII MOLDOVA..... 73

Constituția Republicii Moldova.....	73
Legea presei.....	75
Legea privind accesul la informație.....	76
Legea cu privire la protecția datelor cu caracter personal.....	78
Legea privind drepturile copilului	78
Legea privind dreptul de autor și drepturile conexe.....	79
Legea cu privire la publicitate	81
Codul electoral	83
Legea cu privire la combaterea terorismului	84
Legea privind combaterea activității extremiste.....	85
Codul penal al Republicii Moldova.....	86
Codul de procedură penală al Republicii Moldova.....	90
Codul contravențional al Republicii Moldova	93
Codul civil al Republicii Moldova	97
Codul de procedură civilă al Republicii Moldova	100

GHID DE STIL CU NORME ETICE PENTRU JURNALIȘTI
ediția a II-a, revăzută și completată

Editat de Asociația Presei Independente (API)
cu suportul Civil Rights Defenders (Suedia) și UNICEF-Moldova.

La completarea și adaptarea ghidului au contribuit:

Alexandru-Brăduț **Ulmanu**

Ioana **Avădani**

Liliana **Vițu-Eșanu**

Petru **Macovei**

Rodica **Mahu**

Igor **Nagacevschi**

Igor **Guzun**

Loretta **Handrabura**

Eugeniu **Rîbca**

Ana **Butnariuc**

Olesea **Hâncu**

Tudor **Iașenco**

Slava **Perunov**

Alina **Radu**

Machetare computerizată și copertă:

Andrei **Ichim**

Tipar:
Casa Editorial-Poligrafică „Bons Offices”
Tel. 500-895, 500-577