



GHID

de bune practici
pentru presa online



Reeditat de Centrul pentru Jurnalism Independent în cadrul proiectului „Dezvoltarea capacităților mass media din Republica Moldova, inclusiv din UTA Gagauz-Yeri”, implementat în perioada ianuarie-septembrie 2012.

Ediție actualizată de Petru Macovei

Machetare și copertă de Angela Ivanesi



Acest ghid a fost publicat cu suportul financiar al organizației Civil Rights Defenders din Suedia. Acest suport nu prevede aprobarea de către donator a conținutului, prezentării grafice sau a modului de expunere a informației și opiniilor ce se conțin în publicație.

GHID

de bune practici pentru presa online

Ediția a II-a, revăzută și actualizată

Chișinău, 2012

Introducere

Recomandările de mai jos sunt rezultatul a două cursuri organizate de Media Centar Sarajevo în 2006 și 2008. Cursurile au fost alcătuite din sesiuni directe de lucru la începutul și la sfârșitul câtorva luni de activitate online. Participanții au fost selectați de finanțatorul programului, Rețeaua Sud-Est Europeană pentru Profesionalizarea Presei – SEENPM, și au reprezentat 12 țări din regiune.

Recomandările au fost elaborate de participanți, care au analizat practicile pozitive din diferite părți ale lumii și au adaptat principiile de bază specificului regional. Scopul ghidului este să le ofere jurnaliștilor instrumentele necesare navigării printre dilemele etice complexe care apar într-un proces jurnalistic onest, destinat informării corecte a publicului.

Recomandările de mai jos, care privesc acuratețea, diversitatea, bunul-gust, decența, corectitudinea, dreptul la viața privată, ofensa, consimțământul și participarea publicului, se bazează pe regulile fundamentale ale jurnalismului: echilibrul, imparțialitatea, integritatea și independența.

Echilibrul și imparțialitatea

Imparțialitatea este esențială dacă o instituție mediatică vrea să câștige încrederea publicului.

Conținutul trebuie:

- să reflecte toate aspectele relevante ale unei povești, de câte ori este posibil;
- să aibă un ton general echilibrat, chiar dacă nu toate știrile sunt echilibrate;
- să reprezinte corect și imparțial puncte de vedere contrare;
- să dea posibilitatea publicului să tragă propriile concluzii pe baza faptelor prezentate;
- să facă o distincție clară între fapte și opinii.

Jurnaliștii trebuie:

- să se asigure că sunt reflectate toate punctele de vedere și să includă voci relevante astfel încât toate opiniile să ajungă la public;
- să fie echidistanți; opiniile unui jurnalist nu trebuie să transpară în articolele sale;
- să fie pregătiți pentru relatarea unui singur punct de vedere, doar după ce au făcut demersuri susținute pentru a obține și alte opinii, în special când este vorba de un subiect controversat; totodată, dacă prezintă un singur punct de vedere, jurnalistul trebuie să explice de ce nu sunt disponibile opiniile tuturor părților implicate în conflict;
- să se asigure că, atunci când o știre nu poate oferi toate punctele de vedere, vor reveni la aceasta imediat ce vor fi disponibile și celelalte perspective.

Integritatea și independența

O instituție mediatică trebuie să păstreze integritatea și independența editorială pentru a-și servi publicul cu onestitate. Cei care urmăresc știrile produse de o organizație mediatică trebuie să poată avea încredere că deciziile editoriale nu sunt influențate de presiuni economice, politice sau de interese personale.

Jurnalistul trebuie:

- să reziste oricăror influențe și să își facă treaba în conformitate cu standardele profesionale;
- să nu accepte niciodată daruri, favoruri sau bani pentru a prezenta un subiect așa cum își dorește o parte interesată;
- să evite conflictul de interese; de exemplu, un jurnalist nu trebuie să facă un articol despre o companie de care îl leagă o relație comercială, de muncă sau personală;
- să folosească metode transparente de colectare a informațiilor, dar să protejeze sursele când este necesar;
- să-și recunoască greșelile și să publice erate;
- să ofere întotdeauna linkul la sursa originală de informații când citează declarații oficiale sau comunicate de presă – astfel de materiale ar trebui găzduite pe serverul instituției mediatică, când este posibil (după obținerea aprobării sursei);
- să nu permită ca munca sa lui fie folosită ca instrument de manipulare și să fie mereu atent la încercările de manipulare;
- să se asigure că nicio poveste publicată nu este legată de interese de afaceri ale patronului sau ale altor oameni din companie;
- să nu se folosească de poziția sa profesională pentru a obține prestigiu personal sau influență;
- să reziste cenzurii și autocenzurii;
- să reziste presiunilor și influenței oricărui alt departament din companie, inclusiv ale celor de publicitate, marketing și PR;
- să evite manipularea sau influența din partea persoanelor direct implicate;
- să fie independent de interesele autorităților și oamenilor de afaceri;
- să nu lase niciodată ca jurnalismul să fie folosit ca unealtă de propagandă;
- să menționeze clar relația comercială a companiei cu o persoană citată, dacă este cazul;
- să nu exploateze niciodată conținutul editorial pentru a crește veniturile din publicitate;
- să nu includă niciodată materiale publicitare în conținutul editorial;
- să semnaleze clar conținutul publicitar, astfel încât publicul să nu creadă că citește un conținut editorial independent;
- să includă informații despre o companie și produsele ei numai dacă este vital pentru conținutul informațional al unui articol și dacă servește interesului public;
- să includă informații despre beneficiile sau pericolele unui produs sau serviciu comercial numai dacă poate să susțină afirmațiile cu documente oficiale sau cercetări de calitate.

Managerii trebuie să se asigure că jurnaliștii sunt plătiți decent și au toate condițiile de lucru, pentru a reduce riscul de corupție.

Reglementarea și autoreglementarea presei sunt necesare pentru a stabili regulile relației profesionale dintre media și public.

Acuratețea

Publicarea unor informații incorecte sau false poate distruge credibilitatea jurnalistului și a instituției de presă pentru care lucrează. Acuratețea este întotdeauna mai importantă decât rapiditatea. E mai bine să fii al doilea și să dai informația corectă, decât să fii primul și să oferi o informație greșită.

Acuratețea pe scurt

- știrile trebuie să fie adevărate, bazate pe verificări și dovezi;
- zvonurile nu sunt știri – singurul lor rol este de a-l îndemna pe jurnalist să investigheze un subiect;
- titlurile și șapourile trebuie să reflecte faptele prezentate;
- toate informațiile trebuie să fie verificate cu atenție înainte de publicare – verifică încă o dată, dacă ai dubii;
- fii sincer în privința lucrurilor pe care nu le știi despre cauzele sau implicațiile evenimentelor;
- nu publica niciodată presupuneri; dacă presupui că s-a întâmplat ceva, cercetează și verifică toate faptele înainte de publicare;
- editorii trebuie să citească toate articolele cu atenție pentru a le verifica acuratețea;
- verificarea informațiilor la sursa originală trebuie să fie o normă pe care o respectă toată redacția;
- caută întotdeauna două surse pentru a-ți confirma fiecare fapt; mai puțin în cazul în care ai fost martor (sursa primară); dacă oferi informație bazată pe o singură sursă, menționează acest lucru;
- asigură-te că sursele se bazează pe dovezi, nu pe zvonuri;
- e mai bine să fii în contact direct cu sursa, față în față sau la telefon, decât să comunici prin email;
- folosește surse anonime numai în condiții excepționale și numai după ce le-ai verificat autenticitatea și validitatea;
- folosește-te de surse pentru a clarifica orice situație politică, economică sau legală complicată, pentru a fi sigur că înțelegi ce scrii și pentru a prezenta informațiile într-un limbaj clar și exact;
- când se fac erate, asigură-te că și informația originală este disponibilă online (mai puțin atunci când este ilegală) – orice schimbare trebuie marcată clar, pentru ca cititorii să știe ambele versiuni;
- eratele care conțin materiale ilegale nu trebuie să fie disponibile prin intermediul motoarelor de căutare;
- când situația o cere, este recomandat ca eratele să fie însoțite de scuze;
- toate erorile trebuie recunoscute și corectate cât de repede posibil;

- nu uita niciodată că internetul este o arhivă și are efect de multiplicare după publicarea informației;
- chiar dacă informația pare să vină de pe un site credibil, verific-o din surse pe care le cunoști, pentru că site-urile pot fi copiate și adresele de internet pot fi falsificate;
- folosește citatele numai în contextul în care au fost menționate;
- când folosești un citat tradus, străduiește-te să ai o traducere corectă;
- evită orice formă de interpretare;
- toate citatele trebuie atribuite persoanei citate, și nu trebuie confundate cu fapte verificate.

Acuratețea

Acuratețea este piatra de temelie a sistemului de valori al unei redacții. Toate informațiile prezentate publicului trebuie să fie corecte, oneste, transparente și formulate într-un limbaj clar și precis, fără speculații nefondate. Pentru a oferi informații corecte, jurnalistul trebuie întotdeauna să le verifice înainte de publicare, pentru a se asigura că sunt adevărate. Jurnalistul trebuie să obțină confirmări din cel puțin două surse independente și fiecare sursă trebuie privită obiectiv și critic. Este recomandabilă folosirea surselor primare de câte ori este posibil.

Credibilitatea surselor

Jurnaliștii trebuie să fie dispuși să accepte informații din orice sursă, dar să decidă singuri dacă informația este validă sau nu. Sursele trebuie să fie verificate, în special dacă sunt folosite pentru prima oară. Verificarea se poate face la telefon sau în cadrul unei întâlniri cu oamenii care oferă informația. Trebuie evitată însă verificarea prin email, mesagerie instant sau orice altă formă de comunicare virtuală, cu excepția cazului în care există o modalitate de necontestat pentru a determina identitatea sursei și credibilitatea informațiilor pe care le oferă. Când un jurnalist primește informații dubioase, el trebuie să găsească o altă sursă, care să confirme sau să infirme acele informații. Lucrul cu sursele, ca orice alt aspect al activității jurnalistice, necesită timp și răbdare.

Sursele anonime

Toate sursele de informare trebuie să fie disponibile publicului, mai puțin când acestea cer să le fie protejat anonimul. Dar jurnalistul trebuie să știe întotdeauna cine sunt și să le verifice credibilitatea.

Zvonurile

Un zvon nu poate servi drept bază pentru un articol. Jurnaliștii trebuie să se bazeze pe fapte. Orice zvon reprezintă informație ce necesită o verificare. Zvonurile pot fi utile ca punct de pornire pentru articole dacă, după ce au fost verificate, se dovedesc a fi adevărate. În caz contrar, zvonurile nu pot fi privite drept fapte și nu trebuie mediatizate.

Corectarea greșelilor

Toate greșelile trebuie recunoscute și corectate de îndată ce sunt identificate. Publicarea online a unei erate este diferită față de publicarea ei în mass-media tradițională. O greșală mică (de

punctuație, ordine a cuvintelor etc.) poate fi corectată simplu, prin înlocuirea cu varianta corectă. Dacă este o informație greșită sau ceva care alterează sensul articolului, trebuie publicată o erată completă care indică eroarea. Acest lucru poate fi făcut adăugând un link la articolul în care a fost comisă greșeala, lângă erată. Uneori este recomandat ca erata să fie însoțită de scuze, dacă eroarea aparține jurnalistului sau instituției mediatice. Când există două versiuni contradictorii și jurnalistul nu știe dacă a greșit sau nu, o soluție poate fi publicarea ambelor variante.

Interpretarea și traducerea

Un reporter trebuie să evite interpretarea informațiilor pe care le oferă. El este obligat să verifice faptele, pentru că rolul său este să informeze publicul, nu să manipuleze opiniile. Dacă un jurnalist vrea să-și expună punctul de vedere, poate să scrie un editorial și să îl marcheze ca atare. O grijă deosebită trebuie acordată traducerii informațiilor.

Rapiditate versus acuratețe

Rapiditatea nu trebuie să prevaleze niciodată asupra acurateței. E mai bine să fii al doilea și să informezi corect, decât să fii primul și să dezinformezi.

Plagiatul

Jurnalistul trebuie să respecte dreptul de autor și să nu admită cazuri de plagiere a altor texte semnate de colegii săi de breaslă. Bunele practici jurnalistice permit preluarea fără cost a materialelor jurnalistice în limita maximă de 500 de semne, dar fără a depăși jumătate din articolul sau știrea preluată. În aceste condiții, este obligatorie citarea sursei de unde a fost preluată informația și a autorului, iar în cazul portalurilor informaționale trebuie indicat și linkul direct la sursă. Preluarea integrală se poate realiza doar în condițiile unui acord încheiat cu deținătorul drepturilor.

Editorul

Editorul este ultimul filtru al informației înainte de publicare. Editorul are datoria de a analiza conținutul și de a nu publica un articol înainte de a clarifica toate aspectele incerte. Dacă jurnalistul nu este sigur de veridicitatea informațiilor, articolul nu trebuie publicat, pentru a evita eventualele greșeli. Niciun material nu trebuie publicat – indiferent de *deadline* – dacă nu a fost verificat de membrii redacției. Editorul trebuie să afle de la autor cum s-a documentat pentru a putea decide în cunoștință de cauză dacă povestea este autentică.

Materialele multimedia

Jurnalismul online este însoțit de obicei de fotografii, înregistrări audio și video și linkuri externe. Este necesar ca toate materialele trebuie să fie autentice, credibile și să fie relevante pentru subiect. Jurnaliștii trebuie să cunoască riscurile pe care le implică modificarea unui material fără marcarea sa ca atare.

Accesul global

Toate materialele publicate de organizațiile de presă online sunt accesibile în întreaga lume și deseori devin surse de informare pentru presă. De aceea este necesară conștientizarea efectului de multiplicare al informațiilor publicate și a faptului că internetul este o arhivă.

Studii de caz regionale

Studiu de caz din Macedonia: Site-ul web al celui mai influent post TV din Macedonia a publicat un material care susținea că primarul din orașul Strumica și cinci consilieri locali au fost arestați sub acuzația de corupție. Site-ul spunea că „Arestații au fost duși la tribunal și urmărirea penală a fost demarată”. În realitate, oamenii fuseseră reținuți de poliție, dar nu arestați.

Recomandare: Fii absolut sigur că înțelegi terminologia – economică, politică, juridică sau din alte domenii – pe care o folosești în relatări. Dacă folosești greșit termenii, dezinformezi audiența și crezi confuzii, ceea ce îți afectează reputația profesională.

Studiu de caz din Moldova: În decembrie 2011, un site web din Moldova a publicat știrea „Concediul de boală plătit a fost redus”, cu următorul conținut: *„A treia și a patra zi a concediului de boală nu vor mai fi plătite. Bolnavul însuși va trebui să și le plătească. O asemenea decizie a fost adoptată la ședința guvernului. Se așteaptă ca noile reguli să intre în vigoare din 2012, după aprobarea de către parlament. La momentul actual, prima zi a concediului de boală și-o plătește bolnavul, ziua a doua – angajatorul (80% din salariul bolnavului). Începând cu ziua a treia, achitățile pentru concediul medical se fac din bugetul asigurărilor sociale”*. Știrea în cauză a vehiculat mai multe informații false. În primul rând, în Republica Moldova plățile pentru concediile medicale se fac exclusiv din bugetul asigurărilor sociale – din prima și până în ultima zi. În al doilea rând, guvernul, într-adevăr, adoptase o hotărâre de avizare a unui proiect de lege, însă reporterul nu a înțeles sensul acestuia (se propunea ca bolnavul să suporte doar cheltuielile primei zile a concediului medical, următoarele două zile fiind plătite de către angajator, iar celelalte – din bugetul asigurărilor sociale). Cu alte cuvinte, site-ul web a afirmat că ceea ce abia s-a propus este deja o realitate, iar guvernul vrea să-i oblige pe angajații care vor intra în concediu medical să suporte din cont propriu și alte zile de boală.

Recomandare: Fii atent când relatezi despre hotărârile adoptate de autorități. Citează exact prevederea la care te referi sau apelează la experți/ specialiști avizați care vor „descifra” sensul hotărârii adoptate. Documentează-te bine, iar dacă ai dubii privind unele informații, consultă colegii care au mai multă experiență în domeniul despre care relatezi. Atenție mare la titluri: un titlu bun trebuie să redea exact ideea știrii și nicidecum să prezinte o propunere ca pe un fapt împlinit, indiferent cine a lansat această propunere.

Studiu de caz din Macedonia: Un site web din Macedonia a anunțat, pe data de 19 iulie 2008, că „Doar magazinele care au licență pentru comercializarea băuturilor alcoolice vor mai avea voie să le vândă, odată ce noua lege intră în vigoare săptămâna viitoare.” De fapt, legea intra în vigoare abia pe data de 1 septembrie 2008, adică peste șase săptămâni.

Recomandare: Verifică de două ori datele. Un reporter trebuie să fie atent când adună informațiile. Dacă prima sursă este orală, verifică dacă informația nu există undeva și în scris sau ia legătura cu un expert în domeniu. Străduiește-te ca tot ce publici să fie adevărat.

Studiu de caz din Serbia: În februarie 2006, majoritatea organelor de presă din fosta Iugoslavie au publicat informația conform căreia generalul Ratko Mladić a fost arestat. Aceasta s-a dovedit a fi o speculație și nicio sursă oficială nu a confirmat afirmațiile presei. Toate redacțiile din Belgrad au publicat materiale similare, dar niciuna nu a menționat vreo sursă. Presa internațională a preluat știrea, citând presa locală drept „sursă neoficială”.

Recomandare: Cu cât pare mai exclusivă și mai importantă o știre, cu atât mai mult e nevoie de verificarea din două surse a tuturor informațiilor pe care le conține. Jurnaliștii nu trebuie să se lase copleșiți de dorința de a da primii o știre. Când subiectul este foarte important, nu există exclusivitate: oricum toată mass-media va scrie despre aceasta. Dar dacă riști și oferi informații false sau inexacte, poți să distrugi credibilitatea instituției și să provoci confuzie și resentimente în rândul publicului.

Studiu de caz din Serbia: Pe data de 11 iulie 2006, un site web cu URL fals, care părea a fi al postului de televiziune B92, a publicat un articol despre o cafenea din Belgrad care trebuia să-și schimbe denumirea actuală – „Osam”a –, pentru că îi jignea pe angajații Ambasadei SUA. Articolul era scris profesionist și părea credibil. Ziarul *Kurir* a fost primul care a verificat povestea și a descoperit că nu exista nicio o cafenea „Osama” în Belgrad. *Kurir* a crezut însă în continuare că materialul fusese postat de B92 și l-a creditat ca atare. Povestea a ajuns cumva pe site-ul de divertisment Ananova.com, după care s-a răspândit rapid în întreaga lume și a fost publicată de câteva instituții mediatice respectate din Balcani, precum și de multe site-uri web, ziare și posturi de radio și TV din lume. Farsa fusese pusă la cale de un grup numit „Ilegalni poslasticari” („Patiserii Ilegali”) pentru a demonstra că media ar publica orice știre oarecum interesantă, fără să o verifice. B92 a revenit asupra subiectului și a dezvăluit farsa. Cu toate acestea, chiar și acum, o căutare web pentru expresia „cafe osama Belgrade” dă multe linkuri către povestea originală, fără nicio indicație că s-a dovedit a fi falsă.

Recomandare: Jurnaliștii trebuie să verifice toate detaliile unei știri pentru a fi siguri că sunt corecte și nu doar să accepte afirmațiile făcute de alte site-uri. Dacă jurnaliștii ar fi verificat povestea originală, ar fi descoperit că era falsă. Jurnaliștii trebuie să știe, de asemenea, că URL-ul (adresa web) unui site poate fi manipulat pentru a crea impresia că aparține unei instituții respectabile. Singurul mod în care un jurnalist poate fi sigur că publică informații corecte este să investigheze singur sau să aibă confirmarea din partea a două surse independente.

Studiu de caz din România: În ianuarie 2008, un tabloid a publicat un articol care pretindea că două femei, mamă și fiică, au fost atacate în casă de propriul câine. Fiica era văduva recentă a unui actor cunoscut. Articolul, care a apărut mai întâi pe site-ul ziarului, nu cita nicio sursă și nu era semnat. O zi mai târziu, ziarul a publicat o erată, de data aceasta cu citate și surse. Câinele nu le atacase pe cele două femei, cum s-a spus inițial, ci doar lătra pentru că stăpâna lui leșinase. Articolul era semnat de data aceasta.

Recomandare: O informație fără sursă credibilă și neverificată poate duce la presupuneri neadevărate. Jurnaliștii trebuie să verifice mereu informațiile din cel puțin două surse și să se asigure că sunt adevărate. Dacă jurnalistul care a publicat prima știre suna familia, ar fi aflat că nu existase niciun atac. Mai bine să fii al doilea și să dai informația corectă decât să fii primul și să publici știri false, cum s-a întâmplat în acest caz. Dacă jurnalistul ar fi așteptat o confirmare, nu s-ar fi făcut de râs publicând o știre neverificată.

Studiu de caz din Moldova: În mai 2012, mai multe instituții mediatice din Moldova, inclusiv câteva portaluri informaționale și site-uri web, au anunțat despre arestarea în Rusia a mamei lui Grigore Petrenco, deputat în parlament din partea Partidului Comuniștilor, și viitoarea extradare a acesteia în Moldova, unde împotriva Mariei Petrenco a fost intentat un dosar penal pentru delapidare de fonduri de la liceul privat pe care îl conducea. Știrea, care făcea trimitere la un comunicat al Centrului de Combatere a Crimelor Economice și Corupției (CCCEC) și care, la rândul său, făcea trimitere la poliția din Rusia, a fost preluată imediat de majoritatea posturilor

de radio din țară. Câteva ore mai târziu, „a apărut” reacția deputatului Petrenco la știrea despre arestarea mamei sale (el a spus că este un fals, pus la cale de CCCEC, iar mama sa nu a fost arestată în Rusia). În după-amiaza zilei, unele instituții mediatice au difuzat interviuri cu Maria Petrenco, care, la fel, a declarat că nu a fost reținută și continuă să-și îngrijească mama bolnavă în orașul Cistopol din Tatastan, Rusia.

Recomandare: Comunicatele de presă nu trebuie preluate orbește. Regula verificării informațiilor din câteva surse independente una de alta, în special când este vorba de subiecte controversate, trebuie aplicată și atunci când sursa informației primare este o structură a statului sau o instituție publică. Astfel, instituția mediatică la care lucrăm nu va putea fi acuzată că ar fi instrument de manipulare a opiniei publice. Este mai bine să dăm știrea cu jumătate de oră mai târziu, timp în care să completăm informația cu poziția persoanei acuzate de autorități. În felul acesta, vom face dovada corectitudinii noastre ca jurnaliști atât față de persoana vizată (s-ar putea ca ea, într-adevăr, să fie victima unei conspirații), cât și față de public, căruia îi vom oferi informația în toată complexitatea ei. În plus, vom transmite o știre echidistantă, ceea ce va fi apreciat de cititori.

Studiu de caz din Bosnia: La începutul lui iulie 2008, portalul Sarajevo-x.com a publicat un articol despre fertilizarea in vitro. Articolul pretindea că prima intervenție de acest tip din Bosnia-Herțegovina a avut loc într-o clinică privată din Gradacac în 2005. Primul copil conceput in vitro în Bosnia-Herțegovina s-a născut însă în Sarajevo pe 2 februarie 2003, iar primul copil in vitro din Republica Srpska s-a născut pe 8 decembrie 2003. Înainte de independență, primul copil s-a născut in vitro în regiunea dată tot în Bosnia, în anii '80. Cititorii au lăsat comentarii care arătau greșeala, dar nimic nu s-a schimbat. S-a dovedit că articolul era publicitate plătită de clinica din Gradacac și avea ca scop promovarea unei conferințe pe tema reproducerii asistate, organizate de clinica respectivă. Articolul conținea și datele de contact pentru înscrierea la conferință.

Recomandare: Orice reclamă, articol sponsorizat sau de PR trebuie să aibă o notă vizibilă care să anunțe publicul că nu este un articol imparțial. Chiar și articolele plătite trebuie să fie însă corecte, fără să pretindă că ceva fals este adevărat. Editorii trebuie să răspundă la plângerile publicului, să verifice erorile semnalate și să clarifice dacă au fost comise inexactități.

Studiu de caz din Albania: Mai multe articole din Albania au vorbit despre apariția, în orașul Devolli, a unui număr mare de deșeuri din material plastic și despre îngrijorarea locuitorilor. Poliția căuta vinovatul. Locuitorii își exprimau temerile că orașul va fi poluat și că plasticul este toxic. Era citat un ofițer de poliție, care spunea că aproape 50 de familii au acuzat o companie de deversarea deșeurilor. Articolele nu conțineau nicio informație în afară de presupusa îngrijorare a locuitorilor și repetarea cuvintelor „toxic”, „deversare ilegală”, „companie ilegală”. După apariția știrii, compania numită în articole a trimis un comunicat de presă în care spunea că plasticul a fost adus pentru a fi reciclat. Articolele au fost scrise fără a cita vreo sursă independentă și fără să prezinte punctul de vedere al companiei. Opinia unei surse academice sau a unei instituții de mediu ar fi lămurit problema și ar fi evitat situația creată, în care jurnaliștii au distribuit un articol emoțional, bazat pe zvonuri și temeri.

Recomandare: Un jurnalist nu trebuie să arate în articolele sale nicio prejudecată personală legată de subiect. Trebuie să fie corect și să prezinte toate aspectele poveștii. Toate sursele relevante trebuie abordate pentru a obține, verifica și compara informații. Jurnalistul trebuie să fie onest când interviuează sursele și reproduce informațiile oferite. Trebuie să abordeze

și să reflecte toate aspectele și punctele de vedere relevante, chiar dacă aceasta înseamnă că povestea se schimbă. Interesul personal nu trebuie să interfereze cu activitatea jurnalistică și ziaristul are datoria să reziste oricăror presiuni, inclusiv celor din partea superiorilor săi. Toate faptele trebuie prezentate echilibrat și toți cei implicați trebuie să fie tratați corect. Rolul jurnalistului este să pună cap la cap informații verificate și să lase publicul să tragă concluzia. Un jurnalist trebuie să păstreze o evidență a activității sale, creând o arhivă cu toate documentele, informațiile și alte surse de informare care au fost folosite în documentarea și scrierea articolului. Jurnalistul trebuie să aloce suficient timp evaluării informațiilor și dovezilor înainte de a realiza materialul jurnalistic. Dar să nu uite că, dacă a promis unei surse confidențialitate, nu trebuie să indice nicio dovadă scrisă sau electronică prin care să fie dezvăluită identitatea sursei.

Studiu de caz din Ungaria: Un marș pentru drepturile persoanelor de orientare sexuală netradițională a fost atacat de extremiștii de dreapta. Atacatorii au aruncat cu ouă în oamenii care luau parte la evenimentul ce se desfășoară anual. Aproximativ 50 dintre atacatori au fost reținuți de poliție. Atacatorii au susținut că libertatea de exprimare le garantează dreptul de a arunca cu ouă și au fost citați în presă. Instanța a decis că libertatea de exprimare nu garantează un astfel de drept și că persoanele reținute au comis și alte acte ilegale, prin care au pus în pericol alte persoane, deși scopul acțiunii lor a fost să-și exercite dreptul la liberă exprimare. Agențiile de știri au relatat despre verdict, dar au scris numai ultima frază, că extremiștii au aruncat cu ouă pentru că făcea parte din dreptul lor la liberă exprimare. Nu au fost date erate.

Recomandare: Citatele trunchiate pot să schimbe semnificativ sensul mesajului persoanei citate. Jurnalistul are datoria să se asigure că citatul este corect și că reproduce ceea ce persoana respectivă intenționa să comunice. Dacă un citat trunchiat poate să inducă în eroare audiența, sensul trebuie clarificat prin context. Regula este că toate citatele parțiale trebuie însoțite de o explicație a ceea ce a fost exclus și de ce. Dacă există o plângere că sensul a fost alterat, jurnalistul trebuie să ofere drept la replică în cazul în care descoperă că a greșit.

Studiu de caz din Macedonia: Un site web din Macedonia l-a acuzat pe primarul din Skopje că neglijează parcurile și grădinile orașului. Nu exista niciun citat, niciun comentariu din partea cetățenilor și nicio opinie de la primărie. Un alt articol acuza o universitate privată că nu le permite studenților să se transfere la alte instituții de învățământ. Nu erau citați studenții, personalul sau administrația. Mai târziu, s-a dovedit că proprietarul site-ului avea conexiuni cu proprietarul unei alte universități private, concurente.

Recomandare: Asigură-te că reflecti poziția tuturor părților implicate într-o dispută.

Studiu de caz din Moldova: Pe data de 1 ianuarie 2012, pe pagina web a săptămânalului de investigații *Ziarul de Gardă*, a fost publicată știrea „Adolescent împușcat de pacificatorii ruși la Vadul lui Vodă. Localnicii ies azi la proteste”, în care se relata despre incidentul produs în dimineața zilei respective la punctul de control de pe podul de la Vadul lui Vodă, în rezultatul căruia un pacificator rus a împușcat mortal un tânăr de 18 ani. În știre se făcea trimitere la afirmația unui locuitor, conform căreia acesta nu e primul caz de agresiune a pacificatorilor împotriva cetățenilor pașnici și oamenii vor ieși să protesteze. Au fost date două citate cu declarațiile acestui localnic. În scurt timp, aceeași știre a fost plasată pe alt site web, cu titlul și textul ușor modificate, în calitate de autor al știrii fiind indicată o colaboratoare a acestui site. Dovadă a plagiatului au servit și cele două citate din știre, identice în ambele texte, inclusiv semnele de punctuație. După intervenția Consiliului de Presă din Moldova (structură națională de autoreglementare jurnalistică), administrația site-ului, a cărui colaboratoare a

preluat neautorizat știrea de pe site-ul săptămânalului de investigații, a recunoscut abaterea deontologică, și-a cerut scuze și a promis s-o pedepsească pe jurnalista care a plagiat.

Recomandare: Plagiatul este cea mai rușinoasă abatere deontologică a jurnaliștilor, fiind egalat cu furtul. Nu prelua fără permisiune texte străine; cu permisiunea autorului/ redacției, poți prelua până la 500 de semne, dar fără a depăși jumătate din articolul sau știrea preluată. Neapărat indică sursa și autorul informației, linkul direct la sursă.

Studiu de caz din Bulgaria: În februarie 2007, a fost publicat un articol despre povestea celor cinci asistente medicale bulgare și a medicului palestinian, închiși de mai mult de opt ani în Libia sub acuzația de infectare deliberată cu HIV a mai multor sute de copii libieni. Articolul se referea la o scrisoare transmisă liderului libian de prim-ministrul slovac. Potrivit presei slovace, premierul a numit cadrele medicale închise „criminali”. Folosind acest cuvânt, prim-ministrul aproba indirect condamnarea la moarte a celor șase. Scrisoarea fusese întocmită în slovacă, ceea ce a determinat cea mai mare confuzie în relatarea acestui eveniment. Oficialii au susținut că *pachatelov*, cuvântul folosit în articol, are mai multe sensuri: atât „criminali” cât și „acuzați”. Ambasadorul slovac la Sofia a trimis o scrisoare presei bulgare, declarând că știrea este o dezinformare. Jurnaliștii au publicat imediat o erată pe site, dar mai târziu, au decis să verifice veridicitatea afirmației ambasadorului. S-a dovedit, conform mai multor dicționare slovace, bulgărești și englezești, că sensul lui *pachatelov* este numai de „criminali”. Pentru „acuzați” se folosește *obzalovany*. Diferența era evidentă. După publicarea rectificării, prim-ministrul slovac și-a cerut scuze de la omologul său bulgar pentru declarațiile din scrisoarea sa.

Recomandare: Asigură-te că știi exact traducerea unui cuvânt din altă limbă. Dacă ai dubii, publică și o notă cu definițiile din dicționar pentru ca cititorul să decidă în cunoștință de cauză.

Diversitatea opiniilor

O instituție mediatică trebuie să cunoască și să înțeleagă publicul căruia i se adresează. Pentru a reuși acest lucru, e important să aibă o redacție cu o componență variată. Jurnaliștii au datoria să înțeleagă lumea din perspective diferite de ale lor. Comunitățile reprezintă un mozaic colorat și media trebuie să reflecte acest lucru, dându-le tuturor posibilitatea să fie auziți.

De reținut

- reflectarea diversității presupune acordarea unui spațiu potrivit și proporțional tuturor părților care o compun;
- oferă posibilitatea de a-și face auzită vocea diferitelor grupuri sociale;
- ai mereu grijă să nu promovezi ura;
- explică întotdeauna contextual, dacă tema este legată de diversitate;
- nu uita că jurnalistul, atunci când relatează despre probleme sociale, trebuie să servească publicul în general și să asculte toate părțile implicate;
- străduiește-te să nu prezinți doar un punct de vedere asupra unui subiect. Dacă acest lucru este inevitabil, asigură-te că nu omiți și nu reflecti în mod incorect punctele de vedere opuse;

- întreabă persianele interviuata cum se identifică și folosește această denumire în relatare;
- identifică-ți propriile stereotipuri și prejudecăți și fii sigur că nu îți afectează relatarea;
- evită expresii precum „după cum se știe” și „e evident că”, pentru că pot confirma prejudecăți și pot agrava anumite atitudini ale publicului;
- când preiei citate din alte surse, precum agenții de știri, nu prelua și comentariile tendențioase;
- parafrazează persoanele interviuate pentru a evita instigarea la ură (*hate speech*) și limbajul tendențios. Dacă citezi cuvinte care ar putea ofensa, menționează că citatul poate fi considerat jignitor (prezintă o informație suplimentară);
- nu uita că toți membrii unei comunități sunt diferiți și au opinii și experiențe diverse;
- nu îl identifica pe reprezentantul unui grup cu întregul grup;
- include subiectul originii etnice în contextul problemelor sociale pe care le abordezi;
- solicită opiniile minorităților și ale femeilor în toate tipurile de știri, nu doar în cele care se axează pe diferența dintre categoriile sociale minoritare și majoritate;
- acordă spațiu de exprimare și membrilor unei comunități, nu doar liderilor acesteia.

Diversitatea de opinie este esențială în jurnalism pentru a garanta reflectarea poziției întregului public. Misiunea jurnalistului este să ofere un serviciu public echilibrat, alcătuit dintr-o paletă largă de subiecte și puncte de vedere. Jurnaliștii au datoria de a reflecta tot spectrul de opinii și să ia în considerație orice curent de gândire, astfel încât nicio parte a comunității să nu fie ignorată.

Societatea în care trăim este caracterizată de diversitate. Poate fi diversitate etnică, de culoare a pielii, de orientare sexuală, de simpatie politică, de educație, de origine socială, de opinie; toți suntem diferiți și prin aceasta creăm personalitatea comunităților în care trăim. Este datoria fiecărui jurnalist să reflecte diversitatea societății despre care scrie.

Reflectarea diversității poate să însemne atât prezentarea unor grupuri care sunt de obicei ignorate, cât și informarea autorităților privitor la opiniile tuturor partenerilor sociali în probleme de interes public. Ca să nu-ți scape ceva, poți să-ți pui următoarele întrebări:

- Cine lipsește din articol?
- Care este publicul tău?
- Care este contextul știrii?
- Cine mai are ceva de spus pe tema asta?
- Când este relevantă menționarea rasei sau etniei unei persoane?
- De ce includem sau excludem anumite informații?
- Cum poate fi reprezentată diversitatea societății, în special grupurile marginalizate și dezavantajate?

Studii de caz regionale

Studiu de caz din Serbia: Un articolul despre drepturile persoanelor cu altă orientare sexuală, publicat imediat după Ziua *Gay Pride*, cuprindea diferite puncte de vedere ale partidelor politice

despre oportunitatea organizării unui marș *gay pride* în Belgrad. Titlul însă includea cuvântul „pederaști”. În afară de titlul agresiv, articolul considera ideea unui marș *gay pride* similară cu cea a unei parade a persoanelor dependente de droguri sau a pedofililor. Părerea reprezentanților organizațiilor de gay nu era reflectată deloc.

Recomandare: Oricare ar fi subiectul, jurnalistul trebuie să ceară opinia tuturor părților implicate. Numai așa poți avea un articol echilibrat. Desigur, excepții se pot face când una sau mai multe părți promovează un discurs instigator (*hate speech*). Jurnalistul trebuie să își aleagă cuvintele cu grijă: o formulare nefericită poate să întărească un stereotip și să declanșeze un conflict.

Studiu de caz din Macedonia: Un site web din Macedonia a publicat titlul: „Vă rugăm, romi, nu vă mai țigăniți”. Articolul era despre doi tineri romi care uciseseră un alt rom ce lucra în străinătate. Se presupunea că ucigașii au vrut bani, dar omul nu avea, așa că l-au omorât, apoi i-au luat țigările și bricheta și au fugit. Cuvântul „țigan” este considerat jignitor în Macedonia din cauza prejudecăților cu care se confruntă comunitatea, care preferă termenul „rom”. Societatea civilă romă a catalogat articolul ca fiind discriminator.

Recomandare: Alege cuvinte, termeni și expresii neutre. Fii atent să nu jignești pe cineva.

Studiu de caz din Macedonia: Un site web a publicat un articol despre un bar din centrul capitalei Skopje, unde le-a fost refuzat accesul unor tineri romi. Managerul a declarat: „Îmi pare rău, dar nu-i pot lăsa pe romi să intre, pentru că strică reputația barului.” Ministrul macedonean de finanțe i-a invitat pe cei 11 romi să bea o cafea cu el în ziua următoare, în același bar. Managerul i-a lăsat să intre.

Recomandare: Pune problemele etnice în contextul altor aspecte ale societății – sociale, politice, economice. Și nu uita, elimină-ți propriile prejudecăți și stereotipuri.

Bungust, decență & ofensă

Există diferite tipuri de ofensă și jurnaliștii nu și-ar putea face meseria dacă și-ar propune să nu ofenseze pe nimeni. De exemplu, o opinie emisă poate să jignească pe cineva care are o poziție contrară. Nu de asta trebuie să ne temem. Una dintre îndatoririle jurnalismului este de a aduce pe agenda publică subiecte tabu. Dar există alte tipuri de ofensă, care sunt mai grave și trebuie evitate. De exemplu, referirea la o persoană în termeni derogatorii privind rasa, culoarea pielii sau orientarea sexuală reprezintă o ofensă gravă. Jurnaliștii trebuie să surprindă realitatea lumii în care trăim și, în același timp, să protejeze persoanele vulnerabile și pe tineri de orice material care ar putea avea un impact negativ asupra dezvoltării lor.

De reținut

- totul trebuie să fie relevant din punct de vedere jurnalistic;
- protejează-i pe tineri și persoanele vulnerabile, atât ca subiecte ale materialelor tale, cât și ca public;
- plasează avertismente dacă materialul are un conținut nepotrivit pentru copii;

- fii deosebit de atent când relatezi despre suferință, durere, moarte și violență;
- oferă imaginile necesare materialului fără să faci apel la senzational;
- evită imagini și cuvinte gratuite și folosește numai un conținut relevant din punct de vedere jurnalistic;
- fii conștient de sensibilitățile etnice, culturale, sexuale și religioase și de faptul că acestea se schimbă cu timpul;
- nu uita că o relatare senzatională, și deci de prost gust, este aceea care reduce persoana la un obiect. Jurnalistul nu trebuie să ignore niciodată sentimentele persoanelor despre care scrie;
- când oferi linkuri externe, asigură-te că acestea nu fac trimitere la un conținut nepotrivit pentru site-ul organizației mediatice pe care o reprezinți;
- materialele care au o temă sensibilă trebuie puse în context și trebuie justificate editorial.

Normele de bun-gust și decență pot să difere în funcție de sensibilitățile culturale și religioase și se pot schimba în timp. Jurnalistii trebuie să nu uite acest lucru și să reacționeze în consecință. Jurnalistii nu trebuie să ridiculizeze pe nimeni; să respecte standardele elementare de bun-gust și să poată justifica deciziile editoriale pe care le iau. Jurnalistii trebuie să țină cont de profilul publicației pentru care lucrează și de sentimentele și dorințele publicului lor. Dacă un jurnalist abordează un subiect sensibil, e necesar să se consulte cu editorii săi, pentru a se asigura că sunt luate în considerare toate elementele esențiale. Jurnalistul de presă online nu trebuie să uite că informațiile pe care le furnizează sunt disponibile permanent și pot fi accesate oricând de publicul vulnerabil, precum copiii. Uneori, jurnalistul este nevoit să publice materiale ce pot fi considerate de prost gust, dacă nu sunt puse în context. Aici este necesar de aplicat testul interesului public, iar jurnalistul trebuie să specifice că anume interesul public a determinat publicarea materialului. Acesta trebuie să fie însoțit de un avertisment care să îi informeze pe cititori că ar putea fi ofenșați de ceea ce urmează să vadă. O relatare senzatională, și deci de prost gust, este aceea care reduce persoana la un obiect. Cu atât mai mult dacă este vorba de o persoană muribundă sau bolnavă fizic ori psihic. Jurnalistii de presă online trebuie să fie atenți la conținutul nociv al linkurilor externe și să evite astfel de referințe.

Este necesar să se acorde o atenție specială în cazul articolelor despre suferință, durere, moarte și violență. Toți oamenii trebuie să fie tratați cu același respect, indiferent de religie, culoare, credințe sau localizare geografică. Jurnalistii trebuie să arate compasiune și înțelegere când interacționează cu victimele și cu familiile acestora.

Ofensa și libertatea de exprimare

Jurnalistii sunt puși în situația de a se apăra mereu de cei care vor să le limiteze libertatea editorială pe motiv că relatarea jurnalistică ar cauza ofense religioase sau culturale. Ofensa există atunci când se fac comentarii despre condiția fizică a unei persoane, precum o dizabilitate, rasa, vârsta, genul, statutul financiar etc. Fii atent însă când oamenii încearcă să folosească persuasiunea religioasă sau politică pentru a limita standardele jurnalistice. Nu trebuie să te temi că ai putea jigni oamenii din cauza poziției lor, dar trebuie să ai grijă să nu-i jignești din cauza identității lor. Rasa, religia, naționalitatea, orientarea sexuală și statutul marital trebuie menționate doar dacă sunt informații esențiale în știre. Televiziunea are norme bine stabilite

pentru protejarea copiilor. Peste tot există o oră înainte de care nu se difuzează materiale ce nu sunt indicate copiilor.

Studii de caz regionale

Studiu de caz din Croația: În 2004, a fost făcută publică o înregistrare cu o cântăreață celebră într-o ipostază intimă. Un portal a publicat fotografiile și clipuri pentru a-și crește audiența. După câteva ore, acestea au fost eliminate, dar răul era deja făcut: înregistrarea se găsește acum peste tot pe internet. După acest caz, au mai apărut și alte înregistrări indecente ale unor vedete. Problema este că materialul era destinat utilizării private și nu exista niciun interes public pentru publicarea lui. Chiar dacă persoanele în cauză erau celebriți, tot aveau dreptul la viață privată.

Recomandare: Dacă ajungi în posesia unui material video sau foto sau de altă natură care ar putea genera trafic, trebuie să iei legătura cu cei implicați pentru a le obține acordul. Dacă nu îl primești, poți oricând să scrii despre acest lucru fără să arăți nimic. Cel mai important este ca materialul să fie de interes public. Altfel publicarea nu se justifică.

Studiu de caz din Ungaria: Un jurnalist a criticat propunerile și părerile unui politician, dar i-a batjocorit și numele, și felul în care arată. Politicianul a dat în judecată agenția de știri și a cerut 8 000 de euro despăgubiri pentru calomnie. Instanța a decis că agenția l-a jignit pe politician făcând comentarii despre prestația și numele său. Agenția a fost obligată să plătească daune.

Recomandare: Poți critica un politician pentru ce susține și ce crede, dar este riscant să-l critici pentru felul în care arată sau cum îl cheamă. Trebuie să ții cont de ceea ce este de interes public și ce nu.

Studiu de caz din Macedonia: Un site web a publicat o fotografie provocatoare a unei adolescente de 15 ani. Site-ul a evitat să-și asume responsabilitatea pentru fotografie, spunând că a fost făcută de o agenție și publicată cu acordul mamei. Un alt site, deși a exprimat o atitudine critică, a publicat aceeași fotografie pe pagina principală.

Recomandare: Un jurnalist trebuie să ofere imagini care completează povestea și prezintă adevărul fără a recurge la senzaționalism. Încă o dată, cântărește dacă materialul pe care vrei să-l publici servește interesului public.

Studiu de caz din Moldova: Pe data de 19 ianuarie 2011, un cunoscut portal informațional a publicat un material intitulat „ATENȚIE! IMAGINI ȘOCANTE: Un politician și-a zburat creierii în direct”, însoțită de înregistrarea video detaliată a sinuciderii unui politician din Statele Unite ale Americii în timpul unei conferințe de presă, eveniment care s-a produs mai mulți ani în urmă. Înregistrarea a fost preluată de pe un site străin, specializat în publicarea imaginilor video șocante despre crime, accidente și incidente. Consiliul de Presă din Moldova (structură națională de autoreglementare jurnalistică) s-a autosesizat și a constatat că, prin plasarea imaginilor video care prezintă detaliat un act de sinucidere, au fost încălcate bunele practici ale jurnalismului responsabil și prevederile deontologice care nu permit difuzarea detaliilor morbide ale crimelor, accidentelor și catastrofelor naturale sau a detaliilor privind tehnicile suicidare. În timpul examinării acestei plângeri în ședința Consiliului de Presă, care a fost transmisă on-line, portalul a șters imaginile video care însoțeau știrea.

Recomandare: Evită pe cât este posibil publicarea detaliilor morbide ale tragediilor și altor evenimente cu impact negativ. Concurența și goana după audiență nu justifică mediatizarea imaginilor cu cadavre desfigurate și a detaliilor suicidurilor, indiferent dacă sunt însoțite sau nu de avertizări editoriale. Nu există niciun interes public în publicarea unor asemenea detalii, dimpotrivă, aceste acțiuni contravin normelor de bun-simț și atentează la demnitatea persoanelor decedate și a rudelor acestora.

Studiu de caz din Bulgaria: În aprilie 2000, Televiziunea Națională Bulgară a difuzat în *prime time* imagini cu decapitarea unui soldat rus, de către ceceni. Mulți părinți s-au revoltat, spunând că imaginile au cauzat traume copiilor lor. Toată comunitatea jurnalistică a protestat, iar presa scrisă și celelalte televiziuni au criticat decizia de difuzare, susținând că a fost nepotrivit și lipsit de etică și că cineva trebuie să-și asume responsabilitatea.

Recomandare: Ține cont de ora la care poți difuza un conținut pentru adulți. Nu uita că tinerii și persoanele vulnerabile se pot uita tot timpul. Folosește imagini violente numai dacă acestea sunt relevante pentru material și dacă reprezintă un interes public. Televiziunea Națională Bulgară putea să protejeze copiii în multe feluri, de exemplu, avertizându-i pe adulți că urmează un conținut violent.

Corectitudine, dreptul la viața privată & consimțământ

Un jurnalist nu trebuie niciodată să încalce dreptul oamenilor la viața privată fără un motiv serios. Suntem obligați să respectăm fiecare persoană și, de câte ori este posibil, trebuie să obținem aprobarea acesteia, de preferat în scris sau înregistrată.

De reținut

- poartă-te corect cu toți cei implicați în subiectul despre care scrii;
- acuratețea și corectitudinea nu există una fără cealaltă;
- conversațiile personale, corespondența privată și datele personale nu trebuie făcute publice fără aprobarea persoanei vizate;
- orice informație poate fi publicată dacă există aprobarea persoanei vizate, cu excepția cazurilor când sursa este un copil sau o persoană fără discernământ – în aceste condiții, trebuie să solicităm acordul părinților/ tutorilor sau să acționăm în interesul superior al persoanelor respective;
- jurnalistul este obligat să spună ambele variante ale unei povești și să lase audiența să decidă singură ce crede;
- jurnalistul trebuie să ofere drept la replică atunci când un cititor vrea să semnaleze unghiuri noi, care ar completa un material publicat care îl vizează nemijlocit;
- toate răspunsurile trebuie să fie reflectate corect și publicate cât mai repede;
- în jurnalismul online, dreptul la replică trebuie publicat ca link în articolul original;
- când prezintă toate aspectele unui eveniment, jurnalistul este dator să verifice dacă afirmațiile sunt sau nu adevărate;
- prezumția de nevinovăție se aplică tuturor; pentru a nu sugera vinovăția cuiva, trebuie folosite cuvinte neutre;

- o persoană acuzată nu trebuie prezentată ca fiind vinovată înainte ca justiția să dea o sentință;
- evită să ceri opinia cuiva despre un subiect care îl depășește sau pe care nu îl înțelege, dacă persoana în cauză nu este capabilă să își dea consimțământul pentru colaborare. Aceștia pot fi oameni vulnerabili emoțional, victimele unei infracțiuni sau ale unei traume sau persoane cu capacitate intelectuală redusă sau cu dificultăți de înțelegere (precum persoanele cu probleme psihice, care le afectează discernământul);
- nu trebuie să ne supunem colaboratorii la niciun risc pentru a ne îndeplini scopul jurnalistic;
- jurnaliștii de investigație vor lucra deseori sub acoperire, dar un jurnalist care scrie știri generaliste trebuie să-și dezvăluie întotdeauna identitatea profesională când relatează... Oamenii reacționează diferit când știu că vorbesc cu un jurnalist și consimțământul lor este valid doar dacă și-l dau în cunoștință de cauză;
- instituțiile de presă trebuie să aibă acceptul oamenilor pe care îi interviează. Acceptul poate fi verbal, fiind înregistrat;
- dacă cineva este filmat într-o mulțime, se consideră că imaginea este o ilustrare a vieții societății și nu este nevoie de accept; în același timp, imaginile filmate în mulțime nu pot fi utilizate ca ilustrație pentru subiecte jurnalistice care nu au nicio tangență cu contextul în care au fost făcute imaginile (de exemplu: fotografia cu niște copii jucându-se în parc nu va fi folosită pentru ilustrarea unui material despre pedofilie);
- jurnalistul este obligat să-i informeze pe oameni despre intenția de a difuza informația, despre scopul și contextul în care va apărea aceasta; de asemenea, el trebuie să menționeze că informațiile ar putea să nu fie folosite sau că ar putea fi utilizate în alt context;
- jurnalistul nu trebuie să îi ofere unei surse posibilitatea de a evalua și edita materialul pe care l-a furnizat. Trebuie clarificat încă de la obținerea acceptului că nu va exista nicio formă prin care sursa își va da aprobarea pentru material;
- acceptul este o înțelegere voluntară, informată și clară asupra a ceea ce va fi reflectat în articol și trebuie obținut de jurnalist cu bună credință;
- dacă este editorul unui site web, jurnalistul (sau producătorul) trebuie să se asigure că are aprobarea persoanelor implicate pentru publicarea online. Unii oameni preferă să nu fie făcute publice informații precum vârsta sau faptul că au cazier. Uneori nu va fi cazul, dar este dreptul fiecăruia să decidă dacă acceptă sau nu ca astfel de informații să fie publice. Aplică regula interesului public;
- jurnalistul trebuie să clarifice faptul că, dându-și acceptul pentru publicare, persoana consimte că materialul poate fi publicat în orice formă decide emitătorul – în ziar, online, disponibil pe telefonul mobil etc.;
- dreptul la viață privată trebuie pus în balanță cu interesul public în fiecare caz în parte, pentru a nu face mai mult rău. În fiecare situație, jurnalistul trebuie să decidă dacă există un interes public pentru a încălca viața privată a cuiva.
- jurnalistul are obligația să protejeze viața privată, integritatea, demnitatea și sentimentele persoanelor de senzațional și acuzații nefondate;
- cei care candidează pentru posturi publice sau duc o viață publică trebuie să fie deschiși criticii publicului, însă viața lor privată trebuie protejată, dacă nu există un interes public pentru a dezvălui anumite detalii;

- când o persoană publică face o afirmație care îi contrazice comportamentul anterior, jurnalistul poate decide dacă persoana în cauză a renunțat la dreptul la viață privată;
- copiii, victimele infracțiunilor și ale accidentelor, cei vulnerabili sau cu dizabilități, precum și cei care nu se pot apăra singuri, trebuie protejați în mod deosebit;
- jurnalistul nu trebuie să publice numele sau alte detalii care ar ajuta la identificarea copiilor care au fost victime ale abuzului, în special ale celui sexual;
- mass-media trebuie să considere dreptul la viață privată ca un drept fundamental al omului și să respecte protecția datelor, demnitatea, dreptul de a fi lăsat în pace și dreptul unei persoane de a-și apăra imaginea publică;
- trebuie respectată identitatea virtuală a unei persoane, fără a face vreo legătură cu numele său real;
- informațiile despre orientarea sexuală, starea de sănătate, origine sau etnie nu trebuie publicate dacă jurnalistul nu are aprobarea persoanelor vizate sau dacă nu există un interes public clar;
- jurnalistul are datoria de a proteja identitatea unei surse anonime.

Jurnalistul este pus în situația de a lua mereu decizii dificile. El este obligat să respecte viața privată, dar trebuie să și investigheze cu precizie și fermitate subiecte de interes public. În unele cazuri, va fi constrâns să facă investigații care încalcă dreptul la viața privată al cuiva.

Interesul public înseamnă: dezvăluirea unei infracțiuni, semnalarea unui comportament antisocial, corupția sau nedreptatea, dezvăluirea incompetenței sau neglijenței și informațiile care îi ajută pe oameni să ia decizii informate în situații de importanță publică, protejarea sănătății și siguranței unei persoane, prevenirea înșelătoriei și libertatea de exprimare.

Cea mai importantă regulă constă în faptul că toți oamenii trebuie tratați corect și cu respect. De asemenea, trebuie să fim transparenți în privința motivațiilor noastre. Nu trebuie să avem niciun interes personal într-o investigație care invadează intimitatea cuiva. Singura justificare este interesul public și dorința sinceră de a face o dezvăluire sau de a corecta un rău.

Jurnalistul trebuie să se întrebe cine ar avea ceva de spus pe o anumită temă, să ia legătura cu persoanele respective și să includă și punctul lor de vedere pentru a da mai multă substanță articolului. Toate răspunsurile trebuie tratate corect și publicate în același context. Dacă este vorba de o acuzație, ea trebuie să fie de interes public și să existe motive întemeiate pentru a fi considerată adevărată și pentru a fi publicată.

Indiferent dacă scrii un articol sau un editorial, publicul se va simți înșelat dacă omiți date sau prezinți opinii adverse în mod tendențios.

A fi corect înseamnă și a le da posibilitatea oamenilor să îți spună când ai greșit, chiar dacă nu ești de acord cu ei. Mai înseamnă și a asculta puncte de vedere diferite și a le reflecta.

Nu înseamnă a inventa citate și a distorsiona fapte pentru a obține o opinie contradictorie. Corectitudinea este o stare de spirit. Trebuie să fim atenți ce ne motivează și să fim dispuși să îi ascultăm pe cei care nu ne împărtășesc opinia.

Prima regulă a conversației este să asculți – putem învăța mai multe de la oamenii care cred că am greșit, decât de la cei care sunt de acord cu noi.

Presa trebuie să considere dreptul la viață privată un drept fundamental. Protecția datelor personale, a demnității, protecția față de încălcarea intimității în public (*n. trad.*: precum

folosirea imaginilor obținute de camerele de securitate amplasate în spații publice) și dreptul de a fi lăsat în pace trebuie respectate de jurnaliști.

Copiii, victimele infracțiunilor și ale accidentelor, cei vulnerabili sau cu dizabilități, precum și cei care nu se pot apăra singuri trebuie protejați în mod deosebit.

Persoanele care candidează pentru posturi publice sau duc o viață publică trebuie să fie deschise pentru critica publicului, însă viața lor personală trebuie protejată, dacă nu există un interes public pentru a dezvălui anumite detalii. Intimitatea nu trebuie încălcată decât dacă există un motiv întemeiat. Echilibrul dintre dreptul individului la intimitate și dreptul celorlalți la libertatea de exprimare, libertatea informației și dreptul de a pune întrebări este sensibil.

Jurnalistul trebuie să aplice regula interesului public pentru a lua o decizie în acest sens.

Jurnalistul trebuie să se asigure că oamenii știu de ce și cum contribuie la un material jurnalistic. Singura excepție o reprezintă materialele de investigație, în cazul cărora interesul public cere ca documentarea să se facă sub acoperire. Uneori este în interesul public ca sursa să nu cunoască scopul final al materialului.

Jurnalistul trebuie să informeze sursa că există posibilitatea ca materialul să nu fie folosit sau că ar putea fi utilizat de alte structuri din organizația mediatică pe care o reprezintă. Acest lucru este important în special când publicația emite pe mai multe canale.

Dacă cineva refuză să ofere informații pentru un articol, jurnalistul va decide dacă e cazul să le spună și altor surse despre acest refuz. Uneori, e necesar să discuți cu sursa toate detaliile înainte de a obține acceptul acesteia. Jurnalistul trebuie să protejeze intimitatea surselor și să se asigure că nicio informație personală nu va fi publicată.

Prezumția de nevinovăție

Prezumția de nevinovăție se aplică tuturor oamenilor. Suspecții de infracțiuni trebuie denumiți doar cu inițialele înainte de a exista o sentință finală. În cazul infractorilor minori, numele lor și datele de identificare trebuie protejate și după emiterea sentinței.

Identitatea online

Identitatea online și poreclele sunt și ele protejate de dreptul la viața privată. Furnizorul de servicii de Internet nu trebuie să dezvăluie niciodată identitatea cuiva.

Informații delicate

Informațiile delicate trebuie să fie tratate cu atenție. Informațiile despre orientarea sexuală, starea de sănătate, credința, originea socială sau etnică nu trebuie publicate dacă jurnalistul nu are acordul persoanelor în cauză. În cazul liderilor de opinie, datele respective pot fi mediatizate dacă au fost făcute publice de persoanele în cauză sau au un impact major asupra societății.

Înregistrări secrete

Jurnalistul nu trebuie să folosească materialele înregistrate fără acordul persoanei vizate decât dacă este absolut necesar. Oamenii trebuie să știe dinainte că vor fi înregistrați. Folosirea camerelor web pentru a urmări oameni este interzisă. Utilizarea imaginilor surprinse de o cameră publică trebuie tratată cu atenție. Jurnalistul trebuie să fie sigur că există un interes public, precum dezvăluirea unor activități infracționale.

Surse anonime

E de preferat să se evite sursele anonime. Există însă situații când e necesar sau de dorit să protejezi identitatea unei surse. De exemplu, uneori e nevoie să protejezi anonimatul unei surse pentru a dezvălui o nedreptate. Iar dacă redacția decide că există riscul ca dezvăluirea identității să producă vreun rău, se poate admite ca sursa să nu fie numită. Înainte de a dezvălui identitatea unei surse, editorul trebuie să se asigure că jurnalistul nu i-a garantat anonimatul acesteia.

Politici de confidențialitate pe site

Fiecare site web trebuie să aibă o pagină specială – care se poate accesa de pe toate paginile – în care publicul poate citi despre regulile și politicile companiei. Politica de confidențialitate trebuie să arate clar ce poate și ce nu poate face publicul în secțiunile interactive de pe site, dacă există moderare înainte sau după publicare. Site-urile dedicate copiilor trebuie să îndeplinească un set de condiții speciale pentru a le proteja intimitatea. Comportamentul intim, corespondența și conversațiile nu trebuie făcute publice decât dacă sunt de interes public. Faptul că alte instituții mediatice au relatat despre comportamentul intim al cuiva nu este o scuză să faci la fel. Jurnaliștii nu trebuie să folosească niciun fel de informație din baza de date cu cititori a site-ului.

Avertismente

Jurnaliștii au datoria să se asigure că sursa înțelege că materialul care va fi produs va fi disponibil întregii lumi. Chiar dacă unii informatori nu vor înțelege inițial, nu este foarte complicat să li se explice totul. Oamenii trebuie să știe că articolul va fi publicat pe internet, astfel încât va rămâne acolo pentru totdeauna și va fi ușor de găsit de oricine. În cazul site-urilor ziarelor, articolele apar și în varianta tipărită, și în cea electronică. În unele cazuri, sursele nu-și dau seama că afirmațiile lor vor fi disponibile pe internet pentru o audiență globală. Ele trebuie să știe acest lucru pentru a decide în cunoștință de cauză.

Comentariile utilizatorilor

Site-urile web care permit plasarea de către utilizatori a comentariilor la materialele publicate trebuie să elaboreze un set de condiții obligatorii pentru doritorii de a trimite comentarii și să le afișeze pe site, asigurându-se că publicul poate, oricând, să ia cunoștință de aceste reguli. Comentariile care conțin injurii sau incită la ură și discriminare trebuie să fie moderate. Acest lucru nu poate fi interpretat ca limitare a libertății de exprimare a utilizatorilor.

Găsirea unui subiect

Jurnalistul nu trebuie să regizeze situații pentru a „crea” un subiect, chiar dacă subiectul este unul despre care merită să se vorbească. În cazul când jurnalistul crede că un astfel de demers ar fi de interes public, trebuie să consulte editorul și să decidă dacă publicarea informației date reprezintă o violare a dreptului cuiva la intimitate sau dacă este esențial pentru informarea publicului. Oricare ar fi scopul, trebuie cerută permisiunea sursei în avans. Excepție fac cazurile când sursele refuză să își dea acordul, dar subiectul afectează publicul și nedifuzarea lui ar face mai mult rău, sau unde obținerea unei astfel de permisiuni ar sabota investigația.

Traumă

Jurnaliștii de presă online trebuie să obțină permisiunea celor despre care vor să scrie pentru a publica detalii despre viața lor, în special dacă au suferit un eveniment traumatic.

Studii de caz regionale

Studiu de caz din România: În iunie 2008, presa centrală a scris despre cazul unei profesoare ale cărei înregistrări intime ajunseseră pe internet. Se filmase în timp ce făcea sex cu soțul ei și filmulețele erau pe computerul personal. Unul dintre articole susținea că fișierele fuseseră puse accidental într-o rețea comună, altele – că au fost luate din computer când posesorii l-au dus la service. Cuplul a negat că le-a pus pe internet. Când cineva a recunoscut-o pe profesoară, a alertat presa locală. Când povestea a ajuns publică, profesoara a plecat în concediu și s-a mutat din oraș. Nu mai era deja în localitate când povestea a ajuns în presa centrală, accesibilă unui public mult mai mare. Presa centrală i-a făcut publice numele și chipul și articolele aveau linkuri la clipurile video. Problema a fost pusă astfel: cât de potrivit este pentru o femeie, care educă tinerii, să facă așa ceva? Presa mai modernă, și în special revistele pentru femei, au susținut că este irelevant pentru poziția sa publică ceea ce face fiecare în casa lui. Dar nimeni nu și-a pus problema cât de potrivit este să dezvălui numele și chipul unei persoane și să promovezi vizionarea înregistrărilor ei intime.

Recomandare: Pentru jurnaliști, dreptul la viață privată trebuie să fie o normă, și nu o excepție. Singura situație în care dreptul la viață privată poate fi pus la îndoială este interesul public pe care îl are informația. În acest caz, detaliile intime ale vieții private nu serveau niciunui interes public. Jurnalistul poate să încalce intimitatea cuiva și să publice materiale fără aprobare numai când acestea sunt o parte esențială a unei știri.

Studiu de caz din Serbia: Un producător care lucra pentru o emisiune de televiziune despre gătit avea ca sarcină să posteze pe site texte, fotografii și videoclipuri despre emisiune și despre invitați. Informațiile erau luate din fișele de înscriere ale participanților și includeau numele, data nașterii, locul de muncă, nivelul de educație și alte date personale. După una dintre emisiuni, o invitată a cerut ca datele ei să fie șterse. S-a constatat că postul nu avea nicio aprobare din partea invitaților să le publice datele personale și imaginile pe site și nici nu îi anunțase că acest lucru se va întâmpla. Mai târziu, s-a dovedit că femeia nici nu își completase singură formularul de înscriere și că acesta nu avea o clauză de aprobare, așa că postul folosisese imaginea și datele personale ale invitaților fără consimțământul lor.

Recomandare: În calitate de editor al unui site web, jurnalistul sau producătorul trebuie să se asigure că are aprobarea persoanelor în cauză pentru a le publica datele personale și că persoana și-a dat consimțământul și pentru apariția online, nu doar pentru cea în media tradițională. Asigurați-vă că formularele de aprobare specifică și publicarea online.

Studiu de caz din România și Moldova: Pe data de 4 ianuarie 2012, una din turistele venite, cu alți colegi, din Republica Moldova la o pensiune turistică din Râșnov, România, a fost găsită în stare gravă după ce a căzut de la etajul vilei unde a fost cazată. Poliția din România a oferit mass-mediei toate detaliile cunoscute despre acest caz, inclusiv versiunile anchetei și primele declarații făcute de martori. Una din versiunile inițiale ale poliției a fost că victima ar fi sărit pe geam după ce un tânăr din același grup ar fi încercat să o violeze. Astfel, presa din România,

iar apoi și cea din Republica Moldova, a prezentat cu lux de amănunte acest caz, dezvăluind identitatea victimei presupusului viol și a mamei sale, felul în care ar fi fost violată, numele presupusului violator despre care se afirma că este vinovat, chiar dacă ancheta era abia la început, iar suspectatul se declară nevinovat. Site-ul enational.ro a titrat „Turista moldoveancă, violată doar anal”, alte site-uri web, la fel, au prezentat detalii intime din viața victimei, lansând speculații și „savurând” fiecare amănunt. După câteva luni de cercetări, în iunie 2012, procurorii Parchetului de pe lângă Tribunalul Brașov l-au scos de sub urmărire penală pe cel care a fost etichetat de o parte a presei drept violator. De asemenea, procurorii au constatat că „nu există probe sau indicii temeinice care să conducă la concluzia că inculpatul a determinat-o pe partea vătămată să întrețină relații sexuale neconsimțite sau că inculpatul a profitat de starea de neputință de a se apăra a părții vătămate, pentru a întreține cu aceasta astfel de relații” (*din declarația purtătorului de cuvânt al Parchetului de pe lângă Tribunalul Brașov*).

Recomandare: Evită să oferi informații/ date/ imagini care dezvăluie sau pot duce la dezvăluirea identității victimelor agresiunilor sexuale sau a presupuselor agresiuni sexuale și nu admite imixțiuni nejustificate în viața privată a persoanelor în situații vulnerabile. Principiul etic al prezumției nevinovăției trebuie respectat de jurnaliști în toate cazurile, inclusiv în situațiile când organele poliției și procuraturii nu fac acest lucru.

Studiu de caz din Serbia: Un grup de fete de 14 ani din orașul Pirot, din sud-estul Serbiei, a sechestrat o colegă de școală și a supus-o violențelor fizice și abuzului sexual. Au filmat întâmplarea cu telefonul mobil și au transmis imaginile în școală. Materialul a apărut apoi în media. Unele posturi TV au difuzat filmul, astfel încât fata putea fi recunoscută ușor, chiar dacă avea ochii acoperiți. Procuratura a avertizat presa să nu publice sau să difuzeze filmulețul pentru că pot fi acuzați de distribuire de pornografie infantilă.

Recomandare: Identitatea copilului trebuie protejată, mai ales când este victima unei infracțiuni. Jurnalistul trebuie să fie atent când furnizează detalii despre orice victimă și să se limiteze la cele absolut necesare pentru a evita ca victima să fie traumatizată și mai mult.

Studiu de caz din Macedonia: Un site a publicat o informație despre un minor care și-a violat vara de doi ani. În articol erau menționate vârsta minorului, prenumele și inițiala numelui, zona în care locuiește și era postată fotografia casei în care avusese loc presupusul viol. Articolul mai conținea inițialele victimei și numele mamei.

Recomandare: Jurnalistul nu trebuie să publice nume sau orice elemente de identificare a copiilor care sunt acuzați sau victime ale abuzului sexual sau ale unei infracțiuni.

Studiu de caz din Macedonia: Un site a anunțat că poliția a reținut 40 de casieri de la autostradă sub acuzația că au încasat mită în valoare de cinci milioane de euro. Articolul era însoțit de o fotografie cu polițiști mascați ducându-i la tribunal pe acuzați, care aveau chipurile descoperite. După un an, cazul nu fusese încă dovedit.

Recomandare: Un suspect nu trebuie să fie prezentat ca fiind vinovat înainte să existe o hotărâre în instanță. Jurnaliștii sunt obligați să protejeze viața privată, integritatea, demnitatea și sentimentele unei persoane împotriva exploatării în mod senzațional sau a acuzațiilor de infracțiuni. Știrile nu trebuie să conțină opinii despre statutul unei persoane acuzate, trebuie să îi protejeze pe cei acuzați și să publice detalii numai după ce s-a dat o sentință.

Studiul de caz din Ungaria: Unul dintre cele mai citite site-uri de știri a postat un filmuleț despre un băiat de 11 ani, un rom din România, care trăia pe străzile din Budapesta. Copilul avea un comportament violent în clip, abuzând oameni, furând, bând alcool și fumând. La câteva zile după ce clipul a fost postat, copilul a fost atacat pe stradă. Atacul a fost organizat pe un blog, cu referire directă la filmuleț. Într-un final, copilul a fost preluat de autorități și trimis înapoi în România.

Recomandare: Copiii trebuie protejați. În acest caz, chipul îi putea fi acoperit pentru a nu fi recunoscut. Este responsabilitatea editorului de a nu pune în pericol copilul prin conținutul site-ului.

Studiul de caz din Moldova: Site-ul Privesc.eu, specializat în transmisiunea în direct a evenimentelor publice din Moldova și România (utilizatorii site-ului pot comenta aceste evenimente în chat-ul deschis pe site), a fost atacat în instanța de judecată pentru faptul că nu a moderat îndemnurile la discriminarea persoanelor de orientare homosexuală și amenințările în adresa unui utilizator al chatului când se transmitea conferința de presă a unei organizații care protejează drepturile minorităților sexuale din Moldova. Pe data de 23 noiembrie 2011, judecătoria de primă instanță a decis că administrația site-ului Privesc.eu se face responsabilă de discursul ce promova ura față de persoane presupuse sau fiind de orientare homosexuală prin nemonderarea chat-ului. Site-ul a fost obligat să achite o amendă de aproximativ 350 de euro în favoarea reclamantului. Reclamanții au declarat că vor ataca hotărârea la Curtea de Apel.

Recomandare: Administratorii nu trebuie să admită discursuri de incitare la ură în spațiul de difuzare al site-ului web. Comentariile utilizatorilor trebuie urmărite, iar cele care promovează discriminarea și proliferază amenințări și atacuri la persoană – moderate. Prin știrile publicate și comentariile acceptate de administratori trebuie să fie promovată toleranța și nediscriminarea.

Concluzie

Elaborarea unui ghid de bune practici reprezintă un proces permanent, care trebuie să reflecte ceea ce este acceptabil și ce nu poate fi tolerat într-o societate în schimbare. Media Centar Sarajevo a început acest proces în 2006, apoi l-a reluat în 2008, continuarea lui fiind necesară pentru ca aceste recomandări să rămână relevante.

Note

Aș dori să le mulțumesc celor care au lucrat susținut la cursul din 2008. Aceștia sunt:

- Dejan Andonov – FYR Macedonia
- Vitalie Hadei – Moldova
- Marko Herman – Serbia
- Georgiana Ilie – România
- Lejla Kalamujić – Bosnia-Herzegovina
- Biljana Livančić – Bosnia-Herzegovina
- Nihad Penava – Bosnia-Herzegovina
- Anila Rrushhi – Albania
- Eva Simon – Ungaria
- Margarita Stoyancheva – Bulgaria
- Časlav Vujotić – Muntenegru

Mulțumesc pentru susținere echipei de la Media Centar Sarajevo :

- Goran Todorović
- Slobodanka Dekić
- Elfid Pašović
- Maša Hilčišin-Dervišević

Aș dori să-i mulțumesc și lui Bob Eggington, consultant de strategii mediatice și bun prieten, care a verificat aceste recomandări, ce au fost reproduse în forma și în stilul pe care le-au dat participanții la curs.

David Brewer – Londra, februarie 2009