

Ghid **DE BUNE PRACTICI** **JURNALISTICE**

*Interacțiunea
jurnaliștilor*

*cu rețelele de socializare
și alte resurse online*

GHID DE BUNE PRACTICI JURNALISTICE



*Interacțiunea jurnaliștilor
cu rețelele de socializare
și alte resurse online*



Editat de:

Consiliul de Presă din Republica Moldova
www.consiliuldepresa.md

Autor:

Inga Burlacu

Design:

Angela Ivanesi

Secretariatul Consiliului de Presă:

mun. Chișinău, str. Romană 2/2, tel.: 022 220996
secretariat@consiliuldepresa.md

Consiliul de Presă este un mecanism de autoreglementare, creat pentru sporirea responsabilității mass-media din Republica Moldova față de public, prin soluționarea amiabilă a litigiilor dintre instituțiile mass-media și consumatori, cultivarea culturii dialogului și respectului reciproc între presă și consumatorii de media, promovarea jurnalismului de calitate și a respectării standardelor profesionale și deontologiei jurnalistice de către instituțiile mass-media și jurnaliști. Conform Codului deontologic al jurnalistului din Republica Moldova, Consiliul de Presă monitorizează aplicarea și examinează plângerile privind încălcarea prevederilor Codului deontologic al jurnalistului. Din componența Consiliului de Presă fac parte nouă persoane, selectate în rezultatul unui concurs deschis. Patru membri ai Consiliului reprezintă mediul jurnalist, iar cinci membri reprezintă consumatorii de produse mass-media.

GHID DE BUNE PRACTICI JURNALISTICE

Interacțiunea jurnaliștilor cu rețelele de socializare și alte resurse online

Rolul Internetului în activitatea de zi cu zi a fiecărei persoane devine tot mai determinant, iar viteza schimbărilor pe care le produce Internetul ne obligă să ne adaptăm rapid acestor evoluții. Jurnaliștii și instituțiile mass-media pot și chiar trebuie să utilizeze resursele online pentru a-și îndeplini misiunea de servire a interesului public. Paginile web și motoarele de căutare YouTube, Google, Wikipedia, diferite bloguri, rețelele de socializare LinkedIn, Facebook, Twitter, Odnoklassniki și alte resurse online pot fi utilizate pentru identificarea noutăților, colectarea și verificarea datelor sau a zvonurilor, stabilirea și menținerea relațiilor de colaborare cu diverși furnizori de informații/noutăți, consultarea opiniei cititorilor/telespectatorilor/radioascultătorilor despre noutățile publicate sau difuzate, interacționarea și discutarea tendințelor sau a opiniilor despre anumite evenimente, promovarea produselor mass-media etc.

Un studiu realizat în anul 2012 de compania CISION privind modificările în utilizarea social media în rândul jurnaliștilor profesioniști¹, la care au participat 3650

¹ Social journalism study 2012: <http://obswebjournalisme.files.wordpress.com>

jurnaliști din 11 țări: Marea Britanie, Franța, Germania, Finlanda, Suedia, Italia, Spania, Olanda, Statele Unite, Canada și Australia, dintre care 769 jurnaliști britanici, arată că o treime dintre jurnaliști cred că nu ar fi în stare să-și ducă la bun sfârșit munca editorială fără ajutorul rețelelor de socializare, iar 39% dintre aceștia cred că rețelele de socializare i-au ajutat să-și îmbunătățească activitatea jurnalistică. Deși jurnaliștii din Republica Moldova nu au fost incluși în studiu, aceste date ar fi în mare parte valabile și pentru mass-media noastră.

În contextul evoluțiilor spectaculoase ale noilor tehnologii informaționale, Facebook în parteneriat cu compania Storyful au creat recent un spațiu comun destinat jurnaliștilor, intitulat FBNewswire², unde sunt selectate și prin intermediul căruia sunt distribuite “cele mai relevante și de încredere” informații, imagini, secvențe audio și video postate pe platformele de socializare online în ajutor profesioniștilor din domeniul mass-media.

Chiar dacă interacțiunea instituțiilor de presă și a jurnaliștilor cu resursele din rețeaua Internet nu sunt reglementate de cadrul legislativ, aceste resurse trebuie tratate de jurnaliști cu maximă responsabilitate și precauție, ca și oricare altă sursă de informație. De asemenea, ca și în alte cazuri, atunci când selectează informații din Internet, jurnaliștii trebuie să respecte normele deontologice privind asigurarea acurateții

com/2012/10/social-journalism-study-cision-2012.pdf

2 <https://www.facebook.com/FBNewswire/info>

informațiilor. Astfel, în conformitate cu articolul 2.1 al Codului deontologic al jurnalistului din Republica Moldova³, „jurnalistul prezintă informațiile într-o manieră onestă, echilibrată și numai după ce a făcut demersuri pentru verificarea lor”, iar potrivit articolului 2.5 „jurnalistul publică doar informațiile despre care, în urma verificărilor, are convingerea că sunt veridice”. Și în cazul preluării informațiilor din spațiul virtual rămâne valabilă prevederea Codului Deontologic (articolul 4.15) potrivit căreia, jurnalistul trebuie să trateze echitabil toate persoanele cu care intră în contact în exercițiul meseriei sale și nu face discriminări pe criterii de gen, vârstă, etnie, religie, stare socială sau orientare sexuală.

În ultimii doi ani, Consiliul de Presă din Republica Moldova a examinat mai multe plângeri care au vizat preluarea unor informații și imagini neverificate de pe rețelele de socializare, fapt care denotă interacțiunea pe care o au jurnaliștii cu sursele Internet. **Unul din cazurile examinate s-a referit la o situație când tatăl unui minor a plasat în rețeaua Facebook un anunț cum că persoane necunoscute i-au răpit copilul de la grădiniță, solicitând ajutor în identificarea locului unde răpitorii i-ar fi ascuns copilul.** Instituțiile mass-media și în primul rând presa online au preluat imediat anunțul, fiind ghidate de dorința de a ajuta în găsirea copilului despre care se cunoștea, din spusele tatălui,

3 Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova: http://consiliuldepresa.md/fileadmin/fisiere/fisiere/Cod_deontologic_al_jurnalistului_din_Republica_final.pdf

că a fost răpit. Însă mai târziu s-a descoperit că, de fapt, copilul a fost luat de la grădiniță de mama lui, iar cei doi soți erau în proces de divorț și își disputau dreptul de a educa copilul. Mama acuzată de răpirea copilului său a depus o plângere împotriva comportamentului instituțiilor mass-media care ar fi publicat date eronate și denaturate despre cazul "răpirii" copilului său. În acest caz, instituțiile mass-media au fost implicate de un părinte în exercitarea presiunilor asupra celuilalt părinte. În decizia sa, Consiliul de Presă⁴ a specificat că "la prima etapă de mediatizare a presupusei răpiri a copilului de la grădiniță, anunțată de tatăl său în rețelele de socializare, jurnaliștii și instituțiile mass-media au acționat, în linii generale, cu bună-credință și în interesul superior al copilului, având convingerea că a avut loc răpirea copilului, fapt confirmat de tatăl acestuia". Totodată, Consiliul de Presă a reamintit că jurnaliștii și instituțiile mass-media au obligația să verifice informațiile pe care le publică din surse independente una de alta. Potrivit deciziei, „ulterior aflării circumstanțelor acestui caz și a faptului că în realitate copilul a fost luat de mama sa care se află în conflict cu tatăl copilului, jurnaliștii și instituțiile mass-media erau obligați să revină cu concretizări la știrile transmise anterior, solicitând opiniile tuturor părților implicate și prezentându-le echilibrat”.

Un alt caz examinat de Consiliul de Presă se referă la **publicarea de către un post de televiziune a unor**

4 Decizia Consiliului de Presă din 6 iunie 2013: <http://consiliuldepresa.md/ro/stiri/detalii-stire/articol/decizie-cu-privire-la-plangerea-doamnei-irina-ganeva-impotriva-comportamentului-institutiilor-m-//nb/2.html>

opinii neverificate, preluate de pe rețele de socializare, prin care mama unei tinere era acuzată de suicidul fiicei ei. Aceste informații au afectat-o psihologic pe mama fetei, care și așa trecea printr-o perioadă foarte dificilă. Urmare a examinării plângerii mamei tinerei decedate, Consiliul de Presă i-a recomandat instituției mass-media să-și ceară scuze public în fața mamei tinerei care s-a sinucis, să înlăture de pe site reportajul „S-a spânzurat din cauza mamei?” și să pună pe post un material prin care restabilește demnitatea fiicei decedate și a mamei ei, acuzată fără probe plauzibile.

Preluarea unor imagini sau informații neverificate ar putea pune jurnaliștii în situații complicate, mai ales când imaginile sau informațiile se referă la persoane private terțe și sunt publicate fără consimțământul acestora. În acest caz, mijloacele de informare în masă nu pot să participe la tirajarea unor informații neveridice sau imagini care țin de viața privată a persoanelor vizate. **Unele mijloace mass-media au preluat de pe rețele de socializare și au făcut publice imagini cu caracter erotic care prezentau o profesoară de liceu, iar un post de televiziune a dedicat acestei teme o emisiune întreagă.** Aceste imagini au provocat discuții controversate în școala unde activa profesoara, iar în cele din urmă ea a demisionat. Ulterior, s-a constatat că imaginile au fost publicate în rețelele de socializare de fostul prieten al profesoarei, care a încercat să o șantajeze pentru a o determina să revină la relația lor.

Utilizarea informațiilor plasate pe diferite bloguri de asemenea ridică unele probleme de natură deontologică în fața jurnaliștilor și a instituțiilor mass-media. Consiliul de Presă a recomandat redacțiilor și jurnaliștilor să fie foarte atenți când preiau informații postate pe blogurile unor persoane terțe, deoarece din momentul republicării instituția mass-media trebuie să-și asume unele responsabilități deontologice, inclusiv de oferire a dreptului la replică⁵. De asemenea, instituțiilor mass-media li s-a recomandat să preia doar informații publicate pe blogurile, autorii cărora pot fi identificați, cu linkul direct la sursă, plasând materialele republicate la rubricile de opinii, iar în cazul în care acestea conțin acuzații în adresa altor persoane, informațiile ar trebui verificate, iar persoanelor vizate să le fie asigurat dreptul la replică.

5 <http://consiliuldepresa.md/ro/stiri/detalii-stire/articol/consiliul-de-presa-recomanda-preluarea-cu-atentie-a-informatiilor-publicate-pe-bloguri///nb/1.html>

Recomandări

- Verificați minuțios contul pe care a fost plasată informația, fotografia sau imaginile video pe care intenționați să le preluați.
- Analizați când a fost creat contul, cu cine interacționează deținătorul de cont, verificați cine sunt prietenii sau comunitatea de prieteni și dacă aceștia sunt persoane cunoscute și credibile.
- Deseori, cu rea-voință, sunt create conturi fantomă ale unor persoane publice care pot plasa intenționat informații sau mesaje care nu aparțin acestora (de exemplu, în rețeaua de socializare Facebook, „în numele” politicienilor Vlad Filat, Vlad Plahotniuc sau Vladimir Voronin au fost deschise câte două-trei conturi). Verificați dacă contul aparține anume persoanei respective.
- Rețelele de socializare au opțiuni, prin care pot fi expediate mesaje private deținătorului de cont. Nu ezitați să scrieți mesaje deținătorului pentru a verifica veridicitatea informației plasate, originalitatea fotografiilor sau a imaginilor video și a cere permisiune pentru preluarea acestora.
- Pentru a vă asigura în cazul unor acuzații ulterioare de diseminare a unor informații

false, copiați mesajul cu ajutorul opțiunii „print screen”.

- Verificați nu doar informațiile, ci și fotografiile sau imaginile video plasate în Internet. Codul deontologic al jurnalistului stabilește că imaginile trebuie să reprezinte realitatea cu acuratețe, iar procesarea electronică nu trebuie folosită pentru a crea o impresie falsă asupra persoanelor și evenimentelor. Cel mai indicat este să lucrați cu sursa inițială și să evitați preluarea informațiilor, fotografiilor sau a imaginilor video de la alte persoane din rețelele de socializare, pentru a exclude situațiile de reluare a unor informații modificate sau trucate.
- Stabiliți unde și când a fost încărcată fotografia și/sau imaginile video. BBC recomandă angajaților săi să verifice existența locației indicate pe fotografie, să contrapună ora și data când a fost făcută fotografia sau au fost filmate imaginile video, datele meteo din regiunea respectivă cu vremea fixată pe imagine, să verifice dialectul vorbirii de pe înregistrarea audio sau video cu dialectul regiunii unde a fost filmată imaginea etc. Verificarea acestor aspecte exclude publicarea unor imagini eronate care ar putea produce un impact negativ considerabil asupra societății.

- ➔ În cazul informațiilor și imaginilor preluate de pe rețelele de socializare se aplică prevederile Codului deontologic privind prezumția nevinovăției, protecția persoanelor în situații vulnerabile, protecția minorilor, precum și cele cu privire la imaginile care prezintă nuduri, imagini morbide etc. O situație care necesită maximă corectitudine din partea jurnaliștilor ține de prezentarea unor situații tragice care au implicat decesul unor persoane. Jurnaliștii trebuie să trateze cu respect rudele și prietenii celor decedați și să plaseze cu grijă imagini anterioare preluate de pe rețelele de socializare, unde persoanele decedate apar în momente de bucurie.
- ➔ Chiar dacă imaginile personale au fost plasate într-un spațiu public, asta nu întotdeauna ne dă dreptul să le preluăm pentru publicare. Instituțiile mass-media internaționale consideră că orice individ plasează informații și fotografii despre viața sa privată cu scopul de a comunica cu un anumit cerc de persoane acceptate și nu mizează pe publicarea și difuzarea largă a acestor date personale. Iată de ce este important ca jurnalistul să urmărească interesul public și să anunțe intenția de a prelua informația și a o publica sau difuza.
- ➔ Nu recurgeți la șiretlicuri neonestе pentru a obține informații. Jurnalistul trebuie să

acționeze transparent și corect în raport cu ceilalți utilizatori ai rețelelor de socializare. Cazul vasului italian Costa Concordia care a naufragiat, cauzând moartea a zeci de persoane, este bine cunoscut în țara noastră deoarece a fost implicată o cetățeană din Republica Moldova care s-a aflat în momentul naufragiului alături de căpitan. Opinia publică din Moldova a urmărit cu atenție informațiile cu referire la acest caz tragic. Însă în momentul naufragiului pe navă se afla încă o persoană din țara noastră care a fost surprinsă să descopere că un post de televiziune din Moldova a publicat fotografii personale cu membri ai echipajului de pe Costa Concordia, chiar dacă accesul la aceste imagini plasate pe Facebook era limitat doar pentru un grup de prieteni. Ulterior s-a constatat că jurnalistul postului de televiziune a solicitat intenționat prietenia persoanei respective cu scopul de a prelua, fără permisiune, fotografiile de pe contul personal și a le publica. Un asemenea comportament reduce din credibilitatea jurnalistului și poate avea urmări judiciare.

- ➔ Fiți corect cu utilizatorii Internetului care au fost sursele voastre de informație. Utilizați cu exactitate citatele de pe rețelele de socializate, indicați sursa informațiilor, fotografiilor, a imaginilor video etc.

- ➔ Jurnalistul trebuie să analizeze fiecare caz în parte pentru a hotărî dacă informația neverificată poate fi preluată sau nu. În anumite situații, jurnalistul poate fi ghidat de intenții bune și acționează în interesul unor persoane dispărute sau răpite etc. Nu cădeți în capcana de a plasa diverse declarații sau imagini cu titlul de „Bombă!” sau „Șocant!” fără a vă asigura de veridicitatea acestora. Dacă considerați că publicarea imediată a informației, imaginii, înregistrării video sau audio, este de interes public major, se recomandă să indicați că informațiile sau imaginile nu au fost verificate, iar echipa redacției lucrează pentru confirmarea veridicității acestora. Potrivit normelor deontologice, jurnalistul are datoria să corecteze erorile factuale în cel mai scurt timp, publicând erate sau rectificări. Iată de ce este necesar să indicați ora când a fost plasată noutatea, iar ulterior să monitorizați situația și să actualizați informația pentru a le oferi consumatorilor de informație un tablou integrat și obiectiv privind derularea evenimentelor.

Bibliografie:

- Neiman Foundation for Journalism at Harvard, Neiman Report, vol. 22, no. 6, summer 2012, Truth in the age of social media: <http://www.neiman.harvard.edu/assets/pdf/Nieman%20Reports/backissues/NRSummer2012.pdf>
- Associated Press, Social Media Guidelines for AP Employees: http://www.ap.org/Images/Social-Media-Guidelines_tcm28-9832.pdf
- Agence France-Press, Guidelines for Using Social Media: <http://www.afp.com/newsletter/new-social-media-guidelines.pdf>
- Reuters, Reuters Handbook of Journalism: <http://handbook.reuters.com/extensions/docs/pdf/handbookofjournalism.pdf>
- BBC, Pictures from Social Media Sites: <http://www.bbc.co.uk/guidelines/editorialguidelines/page/guidance-social-media-pictures>
- The Guardian: <http://www.theguardian.com/media/2014/apr/24/facebook-storyful-fb-newswire>



Această publicație este realizată de Consiliul de Presă din Republica Moldova. Consiliul de Presă beneficiază de suportul financiar al Fundației Est-Europene, acordat din resursele acordate de Guvernul Suediei prin intermediul Agenției Suedeze pentru Dezvoltare și Cooperare Internațională (Sida) și Ministerul Afacerilor Externe al Danemarcei/DANIDA. Opiniile exprimate aparțin autorilor și nu reflectă neapărat punctul de vedere al finanțatorilor.