Raport de Cercetare Calitativă

"Autoreglementarea jurnaliştilor"

- opinia jurnalistilor -

Studiu realizat de

IMAS MARKETING & SONDAJE
Charting the uncharted

Pentru:

Centrul pentru Jurnalism Independent

ActiveWatch
Agenţia de Monitorizare a Presei

Proiect finantat de:



Trust for Civil Society
in Central and Eastern Europe

Introducere

Ultimele două decenii au însemnat pentru media din România un progres de necontestat în ceea ce priveşte practicarea profesiunii de gazetar, care, prin adoptarea legislației privind libertatea informației şi libertatea de exprimare, şi-a recâştigat în bună măsură prestigiul social şi încrederea publicului, pierdute în perioada comunistă. Odată cu adoptarea unui cadru legislativ democratic în societatea românească, s-au articulat noi practici profesionale şi au apărut instituții noi de presă.

Evoluția postdecembristă a jurnalismului în România nu are însă numai aspecte pozitive. Simultan cu explozia informațională, presa a devenit o industrie, iar materialele de presă au devenit o „marfă" supusă legilor pieței. Goana după audiență, presiunile elitelor politice sau economico-financiare şi chiar lipsa de pregătire de specialitate a unora dintre ziarişti se constituie, din păcate de multe ori, în factori determinanți în exercitarea profesiunii.

Lipsa unei reglementări, cel puțin minimale, în munca de gazetar, face ca jurnalistul să fie expus în primul rând abuzurilor unui patronat aflat în căutarea profitului sau afiliat politic. Apoi urmează lipsa de protecție în cazul ultragierii acestuia în timpul exercitării profesiunii, nerecunoaşterea dreptului la despăgubire în cazul în care ziaristul suferă un accident în timpul muncii etc.

Toate acestea se răsfrâng în mod negativ asupra eticii meseriei şi, în consecință, asupra statutului jurnalistului.

Obiectivele cercetării

Studiul de față, proiectat conform cerințelor metodologiei calitative de cercetare sociologică, îşi propune să evalueze tocmai aceste aspecte ale profesiunii care au devenit, în contextul schimbărilor profunde din societate, o provocare curentă pentru mulți dintre ziarişti.

Totodată, studiul nostru a urmărit explorarea opiniilor jurnaliştilor despre cristalizarea unui cadru normativ care să reglementeze activitatea din media. Acest din urmă obiectiv a relevat o paletă de opinii foarte variate în ceea ce priveşte nevoia de reglementare/ autoreglementare a presei, după cum se va vedea în cadrul prezentului raport.

Descrierea metodei de cercetare

Studiul s-a desfăşurat utilizând metoda interviurilor de grup focalizate (focus group). Metoda urmăreşte să înțeleagă în profunzime atitudinea jurnaliştilor față de reglementare/ autoreglementare, valorile care orientează actele lor profesionale.

Rezultatele unei cercetări de tip calitativ nu sunt reprezentative pentru întreaga populație şi de aceea trebuie manipulate cu grijă, numai în scopul explicării relațiilor, motivelor care determină anumite comportamente care caracterizează grupurile țintă.

În perioada 15 – 25 Martie 2009 au fost realizate cinci focus grupuri distribuite astfel:

Iaşi

- 1 FG – jurnalişti de presă scrisă şi radio

Cluj

- 1 FG – jurnalişti de TV

Timişoara

- 1 FG – jurnalişti TV şi jurnalişti de presă scrisă

Bucureşti

- 1 FG – Jurnalişti radio
- 1 FG – Jurnalişti TV
- 1 MG – Jurnalişti presă scrisă

I. Valori şi norme

Valori fundamentale

In urma discutiilor de grup se poate spune ca jurnalistii, indiferent de mediul in care activeaza (radio, presa scrisa, TV/ capitala sau provincie) au indentificat un set de norme comune, cum ar fi: acuratete, neimplicare politica, corectitudinea informatiei, rapiditatea informatiei, serviciul public (informatie in intersul publicului), echidistanta, rigoare, obiectivitate.

Normele asociate acestui pachet de valori sunt:

- Deontologia profesională
- Prezentarea obiectiva şi imparțială a evenimentelor
- Prezentarea informațiilor de interes public
- Respectarea dreptului la intimitate a subiecților
- Verificarea informațiilor din trei surse
- Verificarea surselor

Toate acestea sunt considerate norme fundamentale. Astfel ca nu s-a putut stabili o ierarhizare a lor. Totusi, importanta si aplicabilitatea acestora sunt dierite de la un caz/ subiect la altul.

> *„Nu ştiu dacă pot delimita o valoare de cealaltă. Din pucntul meu de vedere valoare ar fi posibilitatea de a transmite liber o informație corectă de interes public." (FG prsă scrisă, Bucureşti)*

> *„Dacă ne referim la accidente, asta e o presă de nişă, totuşi. De multe ori, acolo nu sunt două surse pentru că nu se poate. De obicei afli că acolo e cineva pe clădire care vrea să se sinucidă şi te duci acolo, nu suni să verifici dacă e adevărat." [FG Timisoara]*

Cum sunt aceste norme aplicate?

Pentru majoritatea respondenților respectarea normelor jurnalistice este o provocare. Acestea sunt edesea încâlcate, motivele invocate fiind multiple şi, de multe ori, independente de vointa jurnalistului.

Se vorbeşte de un comprmis care trebuie făcut, pe de o parte, la nivel de radacție, pentru a fi atinse toate interesele instituțiilor de presă (financiare, editoriale etc.); pe de altă parte la nivel personal între conştiința profesională şi politica editorială.

> *„Jurnalismul de radio, probabil ca orice alt tip de jurnalism azi în România, este un jurnalism de compromis. Punct! Compromis material, compromis politic, compromis între marketing, patronat, cerințe de tot felul şi ceea ce visam, ştiam că putem face." [FG Radio, Bucuresti]*

> *„Si la radioul public se aplica asta: faci un serviciu public perfect într-o zi, atât de bun că nu te ascultă nimeni. Şi unde ai să ajungi?! Deci trebuie să faci cumva, un joc al diavolului foarte atent între serviciul public care să fie adecvat cerințelor pe care le ai, țintelor pe care ți le asumi, dar în acelaşi timp să ai şi audiență. Deci obligat, în ultimă instanță să faci un echiliobru între ceea ce doreşti să ai pe piață şi după aia ce îşi doreşte lumea să audă." [FG Radio Bucureşti]*

Participanții au identificat o serie de obstacole care îşi au originea în diverse presiuni exercitate asupra jurnaliştilor:

Presiuni editoriale. Pentru majoritatea respondenților respectarea normelor este o provocare. Presiuni din partea producatorilor, fuga dupa senzațional şi audiență, regula „să fim primi care dă ştirea asta" duc la derogări de la regulile mai sus amintite sau la respectarea parțială a acestora.

> *„Şi atunci vrei să fi primul, vrei să împachetezi cât mai spectaculos şi atunci faci rabat de la tot ceea ce spuneam noi că sunt valori."*
>
> *Dar şti cum zice BBC-ul: <Better to be right, than to be first>. Asta este o regulă în journalism, să fi primul. Este o mândrie profesională.*
>
> *Este şi un risc în acelaşi timp." [FG TV, Bucureşti]*
>
> *„Obstcole din propria bucătărie. Tu trebuie să demonstrezi o teorie a nu ştiu cărui domn şef la un moment dat. Si daca îi spui că nu se demonstrează nu e mulțumit cu chestia asta."(FG presă scrisă, Bucureşti)*

Presiunea inchiderii edițiilor se repercutează asupra respectării normei de verificare a unei ştiri din trei surse. De obicei, în afara primei surse, jurnaliştii încearcă o confirmare/ infirmare, folosind numai o a doua sursă. Jurnaliştii prezenți în FG acuză practicile unor alte instituții de presă, în special televiziuni, de difuzarea neverificată a unor titluri de stire. Aceste ştiri, difuzate pe kroll în "premieră" sunt ulterior investigate, dar în cazul în care nu se confirmă, nu se mai difuzează nici o dezmințire. Astfel de situații conduc respondenții la ideea că o reglementare a normelor jurnalistice este necesară.

> *„Depinde acum de ce îți iese pe post. Poți să fi plin de bune intenții dar, nu ştiu... dau un exemplu .... Te presează timpul. Ai buletine din sfert în sfert de ora. Şi ce faci? Mai ai timp să verifici o informație cu acribie? Ți ştirea şi o dai ..." [FG Radio Bucureşti]*

„Cei de la [...] dau şi chiar înainte să plece în teren că acolo e cineva care vrea să se sinucidă, după aia mai revin sau nu....” [FG, Timişoara]

Articolele/ reportajele la comanda sau scrise peferențial, sunt şi ele o practică destul de des, declară mulți dintre respondenți.

„Ți se poate spune vreau să îmi faci o ştire bună despre ăla sau vreau să îi rupi capul lui ăla.”[FG TV, Bucureşti]

„Da, cunosc cazuri în care se dau bani ca să se facă o anumită ştire, la televiziuni.” [FG Timisoara]

Unii dintre respondenți consideră că, există situații când însuşi cadrul de desfăşurare îngrădeşte activitatea jurnalistică. Acest aspect a fost menționat în focus grupul radio, făcându-se referire la radiourile de entertainemt. Radioul, pierzându-şi mare parte din funția de formare/ informare, activitatea sa vine strict ca un răspuns la o cerință a unui target.

„Uneori mă gândesc la colegii care lucrează în radiouri precum ZU, Kiss, 21, chiar şi Magic că profesia lor ... ei practic nu îşi exercită meseria de jurnalist. Nu pun în aplicare tot ce au învățat. Nu au nici mijloacele şi nici cadrul necesar să facă lucrurile astea. Într-un fel ei se degradează ca profesionişti ...”

Tot cu referire la acest aspect, s-a pus problema (re)definirii meseriei de jurnalist şi a produsului jurnalst, în noul context dat.

„De vreo doua ori am simțit nevoia întrebării veşnice, care mă chinuie. Ce este acela jurnalist? Pentru că, în România, Mircea Badea este jurnalist, Mihaela Rădulescu este şi ea jurnalistă, zâna surprizelor am aflat recent că este şi ea jurnalistă ... În România sunt tot felul de jurnalişti ...” (FG Radio, Bucureşti)

Presiuni comerciale (audiențe, publicitate etc.). Necesitatea unei reglementari a presei apare şi ca reacție a jurnaliştilor la practicile redacționale care, adesea, instituie un climat de neprofesionalism.

Audiențele (atragerea publicului), aspectele legate de marketing în general, reprezintă un factor de presiune pentru majoritatea respondeților. Aceste presiuni sunt resimțite cu precădere în intituțiile de presă mari unde indicele de audienta este decisiv in structurarea grilei de programe.

Astfel de presiuni pot duce la scaderea profesionalismului si la mult blamata tabloidizare, spun respondenții.

> *„De multe ori dorința de a câştiga întâietate, de a veni cu ceva catching se deformeaza sensul ştirei respective."[FG TV, Bucureşti]*

Presiunile comerciale pot genera în anumite situaţii autocenzură.

> *„Noi avem contracte cu societăți comerciale şi atunci începi să te cenzurezi, nu mai dai orice când ştii că ăla vine şi îți dă banul."[FG Cluj]*

> *„Dacă vrei să scrii despre cineva şi ăla e prietenul şefului tău, a picat subiectul din start. Sau dacă are publicitate în ziar." [FG, Timisoara]*

Pe de altă parte, evoluția din punct de vedere profesional pe care a cunosct-o presa românească în ultimii ani, se datorează în mare măsură eficienței sale economice. Profitul pe care îl generează o instituție de presă îi poate oferi, uneori, independența necesară.

> *„Toate schimbările în bine care ne vin, ne vin de la un lucru pe care de obicei îl înjurăm foarte tare; şi anume partea asta comercială. Cred că cel mai mare progres al mediei româneşti este faptul că a început să se câştige din presă. Radio 21 a fost făcut de un partid şi a murit pentru că nu avea nici o şansa. A devenit comercial şi în momentul ăla a început să existe. Toate poveştile astea cu presa*

goarnă pentru patron încep cătinel, cătinel să fie doborâte de piață." [FG Radio, Bucureşti]

Presiuni politice/ patronale. Sunt resimțite de majoritatea respondenților, inclusiv de reprezentanții instituțiilor publice, atât la nivel local, cât şi la nivel central. Totuşi, în instituțiile centrale de presă, influența nu este atât de severă ca în cazul publicațiilor mici, unde patronii sunt implicați direct în politica editorială. Acest aspect este pus pe seama vizibilității şi anvergurii pe care le au media centrale.

„Contează şi anvergura. Anvergura asigură independența."(FG Radio, Bucureşti)

În cultura organizațională, există totuşi un reflex (oarecum de la sine acceptat) de a nu ataca / incomoda anumite partide / personaje politice.

„Se poate vorbi de influența patronatului. Nu pot sa spun că am simțit-o, dar nu pot să spun că nu mă tem de ea. Întotdeauna stai cu sabia asta deaspra capului. Adică ce spunea [...] mai devreme vorbind de autocenzură: o fi ok? [FG Radio, Bucureşti]

Deşi nu mai au vulgaritatea şi nici intensitatea celor din anii '90, presiunile politice/ patronale există şi reprezintă o realitate pentru majoritatea respondenților.

„Acum avem o piață media mult mai matură şi care tinde să se maturizeze şi influența politicului nu cred că o să mai fie atât de vizibilă."

„Îți aminteşti când era [..] patron la [...] şi lucrai şi tu acolo? Îți aminteşti când intra în redacție ți spunea că el vrea ştirea aia (care nici nu era ştire, el inventa stiri); care spunea "astăzi dau afară jumătate de la sport, de aici încolo"?! Asta se întâmplă şi acum. Nu [...], nu „îngroşat" în halul asta." [FG TV, Bucureşti]

„Acolo, ca şi în alte redacții de ştiri, se operează cam cu aceleaşi instrumente... nu se fac lucrurile pe față; presiunile nu se fac bătând cu pumnul în masă. Întâi ți se face o aluzie, pe urmă ți se

atrage atenția, după aia eşti schimbat, trecut pe o linie mai moartă, dupa aia ți se şuntează materialele, dupa aia eşti umilit dintr-o pozitie profesională esti trimis din nou la cărat cărbuni cu roaba."

Acest tip de presiuni nu sunt resimțite de respondenții care fac parte din institutii de presă aparținând unor trusturi internaționale.

Insecuritatea financiară şi juridică a jurnaliştilor reprezintă un factor de risc pentru jurnalişti, în special pentru cei din provincie, spun respondenții. Contractele de muncă incerte, pe durată determinata (plata pe baza drepturilor de autor), lipsa de susținere din partea redacției în eventualitatea unui proces, toate acestea conduc la conformarea jurnaliştilor, adică la cedarea în fața factorilor de presiune, dar şi la degradarea calității actului jurnalistic.

„Insecuritatea financiară a jurnalistului creează o foarte mare problemă la nivelul breslei. Nivel scăzut de salarizare, tipuri de contracte nesigure, salariu foarte mic pe cartea de muncă şi plăți prin alte mijloace care sunt mult mai uşor de întererupt, care sunt mult mai uşor de folosit ca elemente de presiune asupra jurnalistului. <Vezi că dacă m-ai supărat rămâi cu salariul ăla mic.>" (FG TV, Bucureşti)

„În toată presa locală jurnaliştii vând publicitate.

O fac de foame pentru că salariile din presa locală sunt la nivelul de minimum pe economie." (FG Radio, Bucureşti).

Opacitatea instituțiilor statului este un alt aspect menționat în toate focus grupurile. Cea mai mare parte a dificultăților întâlnite de jurnalişti în exercitarea profesiunii provine din lipsa de transparență a instituțiilor statului şi din lipsa lor de reacție la solicitările jurnaliştilor. Acest obstacol pare a fi greu de înlăturat prin normative legislative sau de altă natură.

„Asta cred că e cea mai mare problemă: instituțiile statului care sunt complet needucate pentru a face față comunicării cu presa."[FG, Cluj]

„Eşti obligat să faci asta (să nu verifici din 3 surse) în condițiile în care nu ai surse de informație. Organizmele abilitate să îți dea o informație nu o fac. Lipsa de comunicare a autorităților este o mare problemă. Uneori sunt atât de bătuți în cap încât nu îşi dau seama că poate fi şi în beneficiul lor să dea o informație pe care să o dai la televizor.„ [FG TV, Bucureşti]

Lipsa resursei umane este o problemă ridicată de majoritatea respondenților care provin din instituții de presă private. De cele mai multe ori, spun aceştia, redacțiile funcționează cu schema de angajați subdimensionată. Acest aspect produce anomalii în sistemul media, spun respondenții; un exemplu în acest sens îl reprezintă maniera în care se fac ştirile. În fapt, nu se mai practică jurnalismul de teren, ci un mijloc de informare devine sursă pentru altul. Se ajunge astfel la situația în care televiziunile să preia ştirile de pe agențiile de ştiri, iar radiourile să le preia de la televiziunile de ştiri.

„Resursele alocate pentru producția de ştiri. Cel puțin în mediul privat există probleme legate de resurse umane. Nu ai suficienți oameni ca să faci ce îți propui. Şi un om este alergat ca hoții de cai. Este pus să facă milioane de lucruri într-o zi, iar asta afectează performanța. Pentru că omul ăla făcând ... nu ştiu .. două reportaje, şapte interviuri şi mai taie şi şapte mii de voci intr-o zi ...”

„Editorul care stă în birou dacă nu are reporteri de teren buni …un reporter bun este unul care îți dă ție ca editor încredere; nu îl mai verifici. Şti că l-ai trimis acolo şi îți vine cu ştirea. Daca nu ai astfel de oameni tu te chinuieşti să inventezi ştirea pe nişte fragmente primite de la nişte oameni în care nu ai încredere. Şi construieşti o altă realitate.” [FG TV, Bucureşti]

Pe de altă parte lipseşte resursa umană înalt calificată, care să funcționeze drept repere pentru noii intrați în breaslă.

„Eu cred că mai e o problemă pentru aştia mai mici; că nu au de la cine să învețe.” (FG presă scrisă, Bucureşti)

Pe fondul problemelor mai sus menționate se instalează perceptia conform căreia rolul social al meseriei de jurnalist s-a diminuat; acest aspect poate genera probleme pentru jurnalişti, aceştia se simt creditați cu un capital social foarte scăzut. Meseria de jurnalism, la rândul ei, nu se mai bucură de prestigiu social.

Acest aspect a fost menționat în special în focus grupurile din Bucureşti, unde majoritatea jurnaliştilor au fost de părere că, în actuala conjunctură socială, jurnalistul este „un prestator de servicii" către „o simplă societate comercială". Acest lucru se întâmplă datorită faptului că misiunea sociala şi scopul comercial al instituțiilor de presă nu sunt separate. Informarea corectă a cetățeanului nemaifiind prioritară, media devine exclusiv o afacere sau o modalitate a patronatului de a sustine o altă afacere. Scopul media este de a face bani, acela de formator de opinie fiind din ce în ce mai neglijat.

> *„Din pacate jurnalismul nu reprezintă ceea ce reprezintă, poate, în alte părți. Nu îți oferă statusul social. Mie nu îmi place de Mircea Badea, dar chestia asta mi-a plăcut …ca în doi ani (el a zis doi ani, dar câteodata şi acum) o să spui că îți e ruşine că lucrezi în TV. Sunt momente şi acum când, poate, mie cel puțin, îmi e ruşine să zic că lucrez în televiziune. Pentru că s-a ajuns exact la mizeria asta, la tabloidizarea asta şi la fuga dupa nişte chestii … jurnalismul este ceea ce …. Eu îi spun taximetristului … băi tu nu eşti la privat; de fapt eşti la privat, dar faci un serviciu de interes public.Ca şi şoferul de autobuz, este un serviciu public chiar dacă eşti la privat. La fel şi jurnalistul." [FG TV, Bucureşti]*

Se pare că, în viziunea respondenților, tipul ideal (în sens sociologic) al jurnalistului contemporan prezintă următoarele aspecte:

- Pregătire profesională dobândită nesistematic (nici facultățile, nici redacțiile nu își asumă rolul de formatori)
- Caracter trecator – uneori, exercitarea acestei meserii se face pasager, ca o platformă de lansare către alte ocupații (purtător de cuvânt, PR, funcții politice)
- Atomizare – unii dintre participanții (București și Cluj) la studiu au recunoscut că resping ideea de asociere, fie chiar într-un sindicat, în numele păstrării unui statut de „neînregimentare".

> *„Părerea mea sinceră este că marea majoritate a celor care vin în jurnalism fără să vrea să fie zâna surprizelor vor să fie politicieni şi au gasi o cale foarte uşoară de acces prin jurnalism către politică".*

> *„Ziaristul în România trăieşte foarte puțin. Ziariști în vârsta în România nu prea există. Ziaristul român moare pe la 30 de ani când ori se duce în birouri de presă, în consiliere de politicieni, în PR, advertising, ori se duce pur şi simplu, dă în ulcer. Se duce, nu mai e. Am fost la Casa Alba şi i-am văzut pe corespondenții de acolo. Ăia sunt toți ... uitați de Nixon acolo."*

Reiterarea rolului social al jurnalistului este de dorit. Constientizarea de către aceştia a responsabilităților sociale pe care le presupune această meserie este deasemena o condiție sine qua non.

De cine depinde respectarea normelor?

Se pare că principalii responsabili pentru respectarea normelor jurnalistice într-o redacție sunt editorii, redactorii şefi şi în general persoanele cu funții de conducere. Aceşti trebuie să fie cei care veghează la respectarea normelor tehnice şi deontologice. Deasemenea trebuie să îşi asume rolul de lideri profesionali şi morali ai redacțiiilor, trebuie să fie capabili de a impune o linie în politica editorială.

> *„Cred ca in televiziune totul ține de politica editoriala. Acolo se stabilesc granitele,acolo se stabileşte respectarea sau nu a valorilor. Ce face fiecare in parte asta tine de principiile fiecaruia." (FG TV, Bucureşti)*

> *„Seful ierarhic superior este cel care vegheaza si este in cea mai mare masura responsabil de produsul editorial."(FG TV, Bucureşti)*

> *„Daca seful tau te lasa să trăieşti în mocirla aia de incompetență şi imoralitate, tu trăieşti în continuare şi esti fericit eşti jurnalist şi toate rudele te admiră."(FG presă scrisă, Bucureşti)*

Reglementare vs. Autoreglementare

Pentru majoritatea respondentilor presa in Romania s-a maturizat şi s-a profesionalizat, nu mai este nici militanta si nici implicata ca in anii 90, presiunile politice nu mai sunt atât de evidente.

Totuşi, obstacolele întâlnite în exercitarea profesiunii, i-au condus pe participanții la studiu la ideea necesității unei reglementări/ autoreglementări a jurnalismului în România.

Necesitatea unei reglemanetări/ autoreglementări este aclamată cu tărie de toți respondenții studiului deşi, pentru foarte mulți dintre ei, acest lucru este un deziderat greu de atins sau chiar o utopie.

Toți participanții la studiu atribuie **reglementării** semnificație de lege; idee respinsă de majoritatea respondenților, cu excepția unor jurnalişti din provincie. Se pare că aceştia din urmă sunt de părere că o astfel de lege este necesară, dar numai cu condiția ca un astfel de act normativ să stipuleze libertatea de exprimare a gazetarului. Pe de alta parte legea, prin puterea sa coercitiva, ar fi, în opinia lor, singura modalitatea de a fi feriți de presiunile mai sus amintite.

> *„Oricum, nu trebuie să se ajungă până la cenzură. Adică să nu mai avem nici un cuvânt de spus de frică, să nu ne trezim cu nu ştiu ce amenzi sau că suntem dați în judecată. (FG, Iaşi)*

> *„Da, şi eu mă gândesc că o lege a presei îl poate proteja pe ziarist în fața patronului." (FG Iaşi)*

În opinia celorlalți jurnalişti, o lege a presei ar semnifica o ingrădire majoră a libertății jurnalistului şi ar da naştere la ambiguități şi abuzuri. Pe de altă parte, codul civil în vigoare, prezintă o serie de specificații clare în ceea ce priveşte profesiunea de jurnalist, spun respondenții.

„O lege a presei care să încerce să impună norme deontologice nu e altceva decât un instrument în mâna celor care îl pot folosi.

Există o lege care ne obligă să dăm număr egal de ştiri pozitive şi ştiri negative. Legea aia e sfârşitul presei libere din România." (FG Radio, Bucureşti)

În legătură cu aceasta lege, problemele sesizate spontan de participanții la discuția de grup au fost următoarele:

- dificultatea de a stabili un for necontestabil care să redacteze conținutul actului legislativ;
- dificultatea de a cuprinde în corpul legii sancțiuni pentru încălcarea ei;
- posibilitatea ingrădirii libertății de exprimare.

Jurnaliştii de radio sau TV prezenți la focus grupuri consideră că CNA, conform legii audiovizualului realizează deja reglementarea necesară activității lor. Funcționarea acestei instituții este importantă, spun respondenții, iar activitatea sa, la modul general, este considerată benefică; deşi mulți dintre participanții la focus grupuri condamnă politizarea acestei instituții şi lipsa de profesionalism a reprezentanților ei. Aceştia din urmă nu se bucură de autoritate profesională.

„Asta este principala problema a CNA-ului ca de fiecare dată când vorbim de el ne aducem aminte că este un for numit politic." (FG Radio, Bucureşti)

Respondenții asociază termenului de „**autoreglementare**" diverse niveluri de realizare a acesteia:

- autoreglementare la nivel de „breaslă"/ industrie
- autoreglementare la nivel de redacție
- autoreglementare la nivel de individ / jurnalist

Autoreglementarea la nivel de „breaslă"/ industrie prin instituirea unui for/ instituție/ consiliu etic[1] (care să semnaleze derapajele jurnaliştilor şi unde jurnaliştii să poată semnala la rândul lor derapaje şi abuzuri) ar fi de dorit, sunt de părere majoritatea respondenților din capitală (în special cei din televiziuni).

> *„Un astfel de organism nu ar rezolva, cu siguranță că nu ar rezolva problemele acestea, dar ar aduce o influență pozitivă."(FG TV, Bucureşti)*

> *„Un astfel de organism ar impune nişte standarde şi ar putea fi un reper pentru cei care în anumite momente sunt chiar debusolați şi descumpăniți de anumite realități profesionale." (FG TV, Bucureşti)*

> *„Mie mi-ar servi un sistem de referință care să fie larg acceptat astfel încât în compromisurile despre care am dicutat şi atunci când am de a face compromisuri ba cu marketingul, ba cu managementul, să am şi alt sistem de referință decât ăla cu crede-mă pe cuvânt." (FG Rdio, Bucureşti)*

[1] Aderarea la acest for trebuie sa fie liber consimtită

Respondenții îşi exprimă dubii în legătură cu maniera de realizare a acesteia, din mai multe motive:

- nu există la, ora actuală, în piața media, persoane care să fie instituite cu o aşa autoritate morală şi profesională astfel încât să se constituie în instanțe morale;
- incapacitatea de coagulare a breslei, lipsa de comunicare între instituții/ redacții;
- Imposibilitatea de a aplica aceiasi grilă de norme tuturor instituțiilor de presă, acestea având misiuni şi publicuri diferite.
- lipsa segmentului de profesionişti cu experiență, care să fie capabili să impună standarde profesionale şi etice; caracterul pasager al profesiunii de jurnalist;
- Lipsa de experiență a presei (profesionalizate) din România comparativ cu alte state; faptul că evoluția acesteia nu a fost una constantă şi firesca

„Principala problema este ca nu cred ca poti sa gasesti un nume in jurnalismul romanesc pe care sa il cunoastem toti si care sa nu fie contestat mai mult decat acceptat.”

„Asta este o alta problemă! Cum să faci autoreglementare, cum să aduni breasla la un loc când breasla se schimbă foarte repede.”

„Presa care ne este nouă model a ajuns la standardul ăla pe care noi ni-l dorim indicidual fiecare, dupa câteva sute de ani de evoluție neîntrerupta. La noi 50 de ani a a fost o gaură neagră. În loc de presă s-a făcut propaganda.”

Cazul CRP este, din păcate, un exemplu demoralizator în acest sens. Această instituție nu se bucură de legitimitate şi autoritate din partea respondenților.

> *„Cel mai bun exemplu e CRP-ul care emite judecăți de ani de zile pe codul propriu deontologic şi în momemtul când unuia dintre membrii nu ii convine judecata emisa iese din CRP şi s-a terminat şi cu codul şi cu tot." (FG Radio, Bucureşti)*

Deşi în timpul discuțiilor de grup s-au făcut adesea referiri la „codul deontologic", acesta neavând totuşi o reprezentare concretă. Codurile existente (de bune practici, deontologice, ş.a.m.d) sunt, în opinia celor mai mulți dintre respondenți, cvasicunoscute, nu reprezintă repere pentru jurnaliştii intervievați şi nu se bucură nici de recunoaştere din partea acestora.

> *„Eu nu cred că există foarte mulți jurnaliști în România care constientizează că există un cod al CRP sau constientizează valorile. Eventual publicația dacă e membra sau nu a a CRP sau a COM poate să îşi asume un asemenea cod, dar jurnaliştii ... să fim serioşi!! Nimeni nu a stat să buchisească aceste coduri."(FG presă scrisă, Bucureşti)*

> *"Aceste coduri, scrise de către organizații profesionale care nu au forță, putere, o recunoaştere, nu au o legitimitate; sunt ca legile alea care nu au sancțiuni. Sunt vreo mie şi ceva de legi care nu au sancțiuni, adică se stipulează că eşti pedepsit dacă faci aia, dar nu şi cum eşti pedepsit." (FG Iaşi)*

Alte asociații profesionale sau ONG-uri nu întrunesc acordul participanților la focus grupuri pentru structurarea şi implementarea unei autoreglementări la nivel de breaslă. Atitudinea retractilă a fost motivată de unii dintre respondenți datorită lipsei de vizibilitate a unor astfel de organisme. Respondenții din provincie nu se simt reprezentanți de acestea.

> *„ONG-urile nu au rol şi nu ar trebui să aibă un rol. Ei pot fi de ajutor şi au fost de mare ajutor în situație de jurnaliști bătuți,*

presiuni politici. Ar trebui să aibă un rol în educarea jurnalistilor." (FG Radio, Bucureşti)

Autoreglementarea la nivel de redacţie a fost menționată şi întărită prin puterea exemplului: BBC. Această instituție de presă este practic un etalon pentru majoritatea respondenților (în special pentru cei care au avut contact cu aceştia; au participat la traininguri sau la cursuri organizate de BBC). Redactarea unui cod de redacție cum este cel al BBC-ului (Editorial Guideliness), ar ridica standardele profesionale, cred unii dintre respondenți (Cluj, Bucuresti). Aceste tip de reglementare nu ar rezolva, însă toate problemele mai sus amintite, şi, la un moment dat, ar risca să intre in derizoriu, devenind un alt act pe care il semnezi la intrarea in instituția de presă, cred unii dintre respondenți.

„Este chestie interesanta ... dacă ne uităm la alții care fac presa de mai multă vreme ca noi şi precis că o fac şi mai bine decăt noi ... instituții de media independente au coduri interne care sunt şi foarte puternice. Numai în Marea Britanie sunt ... BBC, codul lui „Financial Times" este foarte performant. Există un cod al lui „The Sun" ...care este foarte coerent."

„Eu nu susțin formarea unui for superior care să emita judecăți de valoare. Pentru că ar fi un altfel de CNA. Un cod al fiecărei redacții ... asta este capital şi îi disciplinează pe angajații din acea televiziune. Nu poți să faci unul general. Pentru că mie codul de la X, mie Y nu mi se potriveşte. Nu e ok. Fiecare televiziune are publicul ei ... Este o responsabilizare în fața telespectatorilor."

În opinia unora dintre respondenți, acest tip de autoreglementare există deja în toate redacțiile, fiind imprimată în cultura organizațională a fiecărei instituții. Însă, pe de o parte, această formă de reglementare prevede mai degrabă aspecte tehnice (de stil, de redactare) şi doar indirect aspecte deontologice. Pe de altă parte acest tip de autoreglementare este unul informal, neavând un centru de autoritate structurat.

Autoreglementarea la nivel de individ / jurnalist s-ar putea realiza, în opinia respondenților, prin educație: traininguri, workshopuri sau/ şi prin aderarea fiecărui jurnalist la un cod deontologic. Conştiința profesională şi asumarea de către jurnalişti a responsabilității sociale a muncii lor joacă aici un rol fundamental.

> *„Codurile nu pot funcționa şi nu vor funcționa decât prin autoaderare când asta se va întampla, dacă se va întâmpla vreodată. Şi vorbesc de autoaderare la nivel de jurnalist."*

Potențiale beneficii ale autoreglementării

În opinia celor mai mulți dintre respondenți autoreglementarea într-o manieră transparentă ar impune un climat media mai putin tensionat si ar putea aduce o serie de beneficii de ordin profesional şi moral:

- Creşterea gardului de respectare a normelor deontologice
- Creşterea gradului de profesionalism prin impunerea unor standarde
- Reiterarea roului social al jurnalistului; meseria de jurnalist şi-ar recăpăta prestigiul social, iar presa şi-ar recăpăta funcția socială
- Un grad de protecție sporit pentru jurnalist
- Creşterea gradului de responsabilizare a redacțiilor pentru publicul lor

Concluzii

Cercetarea calitativă, desfăşurată atât în redacțiile de presă scrisă, cât şi în cele ale audiovizualului, a reliefat o varietate foarte largă de opinii în legătură cu reglementarea presei.

Cel mai des au revenit în discuțiile de grup mențiunile despre:

1. libertatea de exprimare prin intermediul presei;
2. fezabilitatea demersului de reglementare (acesta părând multor gazetari un efort direcționat către o țintă irealizabilă);
3. autoritatea (forul profesional) care ar fi îndreptățită să redacteze corpul normativ al reglementării;
4. cuprinderea în redactarea textelor reglementative a unor măsuri de sancționare în cazul nerespectării prevederilor normative;

1. Efortul de a reglementa activitatea presei se loveşte de anxietatea atingerii libertății de exprimare. Această atitudine este probabil generată de prezența în memoria socială a cenzurii din perioada comunistă dar şi de abuzurile cărora ziaristul trebuie să le facă față chiar în interiorul organizației sale. Dacă discuția se poartă cu referire la autoreglementare, această suspiciune se estompează, dar se relaționează cu autoritatea care ar putea structura reglementarea.

2. Altă dificultate căreia ar trebui să-i facă față efortul (auto) reglementativ este neîncrederea jurnaliştilor în fezabilitatea demersului în sine. Jurnaliştii îşi explică atitudinea prin imposibilitatea creării unui sistem coercitiv de norme (aderarea la acestea fiind liber-consimțită).

3. Tentativele de a operaționaliza, de a concretiza reprezentarea normele jurnalistice au adus în discuție, doar pentru a le respinge însă, comitete redacționale, ONG-uri din domeniu, Clubul Român de Presă. În prezent, desemnarea efectivă a autorității care să redacteze reglementarea s-ar putea

dovedi un adevărat măr al discordiei, în branşă neexistând nici un organism cu suficient capital social.

4. Pentru ca normele jurnalistice să fie respectate se pare că este nevoie de un cod care sa prevadă şi sancţiuni pentru încălcarea eticii profesionale. Aproape toate discuțiile de grup au relevat această opinie, recunoscându-se totodată că, la nivelul recomandărilor, efortul de autoreglementare nu ar putea produce efecte.