

Autoreglementarea presei în România

Cercetare cantitativă
- octombrie 2009 -



**Centrul
pentru
Jurnalism
Independent**



Contact
staff@cji.ro
office@mma.ro

Cercetarea face parte din proiectul “Autoreglementarea mass-media din
România”
finanțat de:



Trust for Civil Society
in Central and Eastern Europe

Echipa de cercetare

- Liana Ganea (expert media ActiveWatch - Agenția de Monitorizare a Presei)
- Ioana Avădani (expert media Centrul pentru Jurnalism Independent)
- Sorin Tița-Călin (sociolog)
- Oana Ganea (sociolog ActiveWatch - Agenția de Monitorizare a Presei)
- Cătălina Șarpe (sociolog, manager de proiect IMAS);
- Monica Alexandru (sociolog, Director Cercetare Cantitativă IMAS);
- Iulia Ramaru (Director Serviciul Operațiuni în Teren IMAS).
- Ofelia Tîrcob (sociolog IMAS)

Mulțumiri:

Răzvan Martin, Ionuț Codreanu, Nicoleta Fotiade, Mircea Toma (ActiveWatch - Agenția de Monitorizare a Presei, Ștefan Cîndea (Centrul Român pentru Jurnalism de Investigație), Doru Petruți, Cati Iovan, Alin Teodorescu (IMAS), George Ene (Clubul Român de Presă) și tuturor jurnaliștilor care au participat la această cercetare.

Cuprins

Context	5
Obiective	6
Metodologie	7
Interpretarea datelor	9
Valorile jurnaliștilor	10
Respectarea regulilor deontologice în practică	16
Importanța regulilor deontologice în practică	25
Aspecte ale autoreglementării	35
Percepția asupra respectării normelor jurnalistice	43
Cauzele cele mai frecvente ale încălcării normelor jurnalistice	46
Soluții ale creșterii gradului respectării normelor jurnalistice	49
Sancțiuni în cazul încălcării deontologiei	53
Interesul față de respectarea eticii jurnalistice	55
Existența în redacții a unui document de politică editorială	58
Grad de cunoaștere ghiduri deontologice	59
Încheierea de contracte de publicitate	61
Prezența în redacții a subiectelor interzise	61
Invocarea normelor deontologice în sprijinul materialului	65
Transparența averilor și intereselor	67
Modelele breslei	67
Structura eșantionului	72

Context

- În ultimii ani, dezbaterile pe teme legate de etica presei și de bunele practici jurnalistice au devenit tot mai vizibile în spațiul public, ieșind din spațiul academic și trecând dincolo de nivelul breslei. Din ce în ce mai multe voci din public susțin necesitatea unui act jurnalistic “mai curat”, iar reacția clasei politice evoluează de la reglementare agresivă, prin lege restrictivă, la socilitări de autoreglementare, ca alternative viabile la lege. În acest context, eforturile de autoreglementare ale organizațiilor din breaslă prind din ce în ce mai mult contur și consistență.
- În contextul în care organizațiile membre în Convenția Organizațiilor de Media au inițiat un proces de comunicare cu celelalte organizații importante ale breslei, pentru a dezvolta un mecanism de autoreglementare, am simțit nevoia de a vedea, în primul rând, care este viziunea la nivelul jurnaliștilor. De aceea am decis că este necesară evaluarea situației actuale și a perspectivelor procesului de autoreglementare în presă, printr-o cercetare socio-profesională. Cercetarea de față a fost prefațată de o cercetare calitativă asupra așteptărilor celorlalți actori importanți din spațiul public (funcționari publici, politicieni, oameni de afaceri, activiști din sectorul neguvernamental) față de procesul de autoreglementare în presă.
- Vă prezentăm în cele ce urmează datele din raportul de cercetare cantitativă rezultat și vă invităm să le interpretați și să le folosiți în încercarea de a înțelege starea breslei la ora actuală, percepția jurnaliștilor, a altor profesioniști de media, asupra responsabilității meseriei lor și direcția în care ar trebui să se îndrepte ea.

Obiective

Studiul a vizat investigarea:

- valorilor jurnaliștilor
- dificultăților de respectare a valorilor jurnalistice
- opiniilor jurnaliștilor cu privire la cauzele încălcărilor deontologiei
- opiniilor cu privire la soluțiile pentru creșterea gradului respectării deontologiei
- opiniilor privind autoreglementarea presei
- modelelor etice (persoane) pe care le au jurnaliștii
- modului în care poziția ierarhică, acoperirea geografică (național/ local) și mediul (tv/radio/presă scrisă) influențează opiniile și atitudinile

Metodologie (1/2)

1. Populația

- Jurnaliștii din redacțiile din presa scrisă care au următoarele caracteristici: ziar generalist, de știri, de investigație, financiar, economic, cotidian, săptămânal, bisăptămânal, lunar, bilunar – 376 publicații (Sursa: Media Fact Book, 2008).
- Jurnaliștii din redacțiile din audiovizual care au departament de știri și editorialistică: posturi de televiziune (265), posturi de radio (276) (Sursa: Consiliul Național al Audiovizualului, 2008).

2. Metoda de aplicare a chestionarelor

- Interviuri față-în-față realizate în redacțiile în care lucrează jurnaliștii selectați; chestionar cu 18 întrebări, dintre care doar 2 întrebări deschise, CJ12 și CJ18.
- Perioada de realizare a interviurilor: 27 Iulie – 28 August 2009 (această perioadă a fost depășită în județele Giurgiu și Argeș).

3. Eșantionul:

- bistadial și multistratificat, cu respectarea următoarei proceduri:
- stratificarea s-a făcut pe 11 regiuni istorico-geografice și 3 tipuri de mijloace de comunicare (presă scrisă, radio și televiziune);
- alegerea redacțiilor s-a făcut în mod aleatoriu pentru fiecare strat astfel încât să fie incluse toate județele în eșantion;
- la nivelul fiecărei redacții, au fost realizate între 1 și 3 interviuri, distribuția interviurilor cu jurnaliști bazându-se pe o structură cvasi proporțională dată de numărul de redacții din județ și numărul de jurnaliști care au anumite funcții, conform unor paliere ierarhice stabilite anterior;

Metodologie (1/2)

- selecția respondenților s-a făcut în funcție de trei paliere ierarhice:
 - Directori-media, directori generali, redactori-șefi, redactori-șefi adjuncți;
 - Editori coordonatori, senior editori, editori, șefi de secții, șefi de departamente, secretari generali de redacții, secretari de redacții;
 - Jurnaliști fără atribuții de conducere.
- 187 de redacții (la care se adaugă 17 redacții alocate suplimentar) în 60 de localități urbane din care 6 reprezintă sectoarele Bucureștiului;
- numărul mediu de interviuri realizate în fiecare redacție: 3;
- mărimea eșantionului - 508 persoane; eroarea maximă de eșantionare: $\pm 4.348\%$.

Structura eșantionului	Nr.
Directori-media, directori generali, redactori-șefi, redactori-șefi adjuncți	66
Editori coordonatori, senior editori, editori, șefi de secții, șefi de departamente, secretari generali de redacții, secretari de redacții	49
Jurnaliști fără atribuții de conducere	393
Presa națională	116
Presa locală	392
Presa scrisă	212
Radio	145
Televiziune	151

În scopul obținerii unei mai mici erori de eșantionare la nivelul subeșantionului de directori și redactori-șefi, numărul acestora a fost supradimensionat. Pentru a compensa disproporția astfel rezultată la nivelul eșantionului total, au fost utilizate ponderări.

Interpretarea datelor

Graficele prezintă:

- a) răspunsurile primite de la totalitatea respondenților;
- b) răspunsurile primite de la fiecare palier ierarhic în parte, indiferent dacă au existat sau nu diferențe semnificative între răspunsurile celor două categorii;
- c) răspunsurile în funcție de tipul de mediu și de acoperire geografică a redacției în care activează jurnaliștii, acolo unde au existat diferențe semnificative statistic între răspunsurile diferitelor categorii de respondenți.

Valorile jurnaliștilor

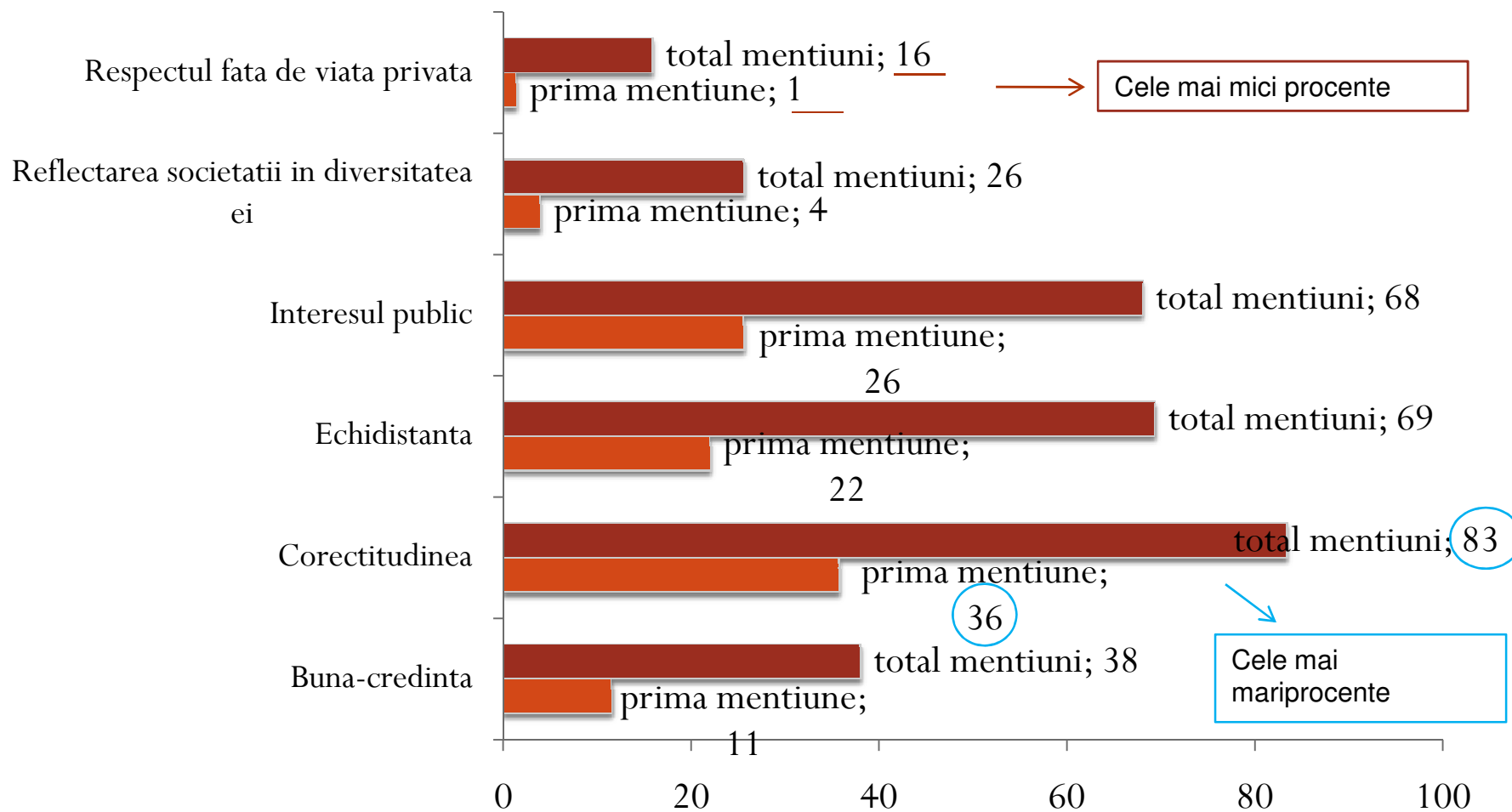
Primele 3 valori menționate de fiecare respondent

- **Corectitudinea** este valoarea menționată ca importantă de cei mai mulți dintre respondenți (83%), urmată de **echidistanță** și **interes public** (69%, respectiv 68%).
- Jurnaliștii fără funcții de conducere au menționat într-un procent mai mare „**reflectarea societății în diversitatea ei**” ca valoare – 29% dintre ei, față de 16% dintre șefii de departamente și directori.
- Nu există diferențe semnificative între cele 3 categorii ierarhice în privința menționării celorlalte valori, atunci când se iau în considerare primele 3 valori menționate de fiecare respondent.

Prima valoare menționată de fiecare respondent

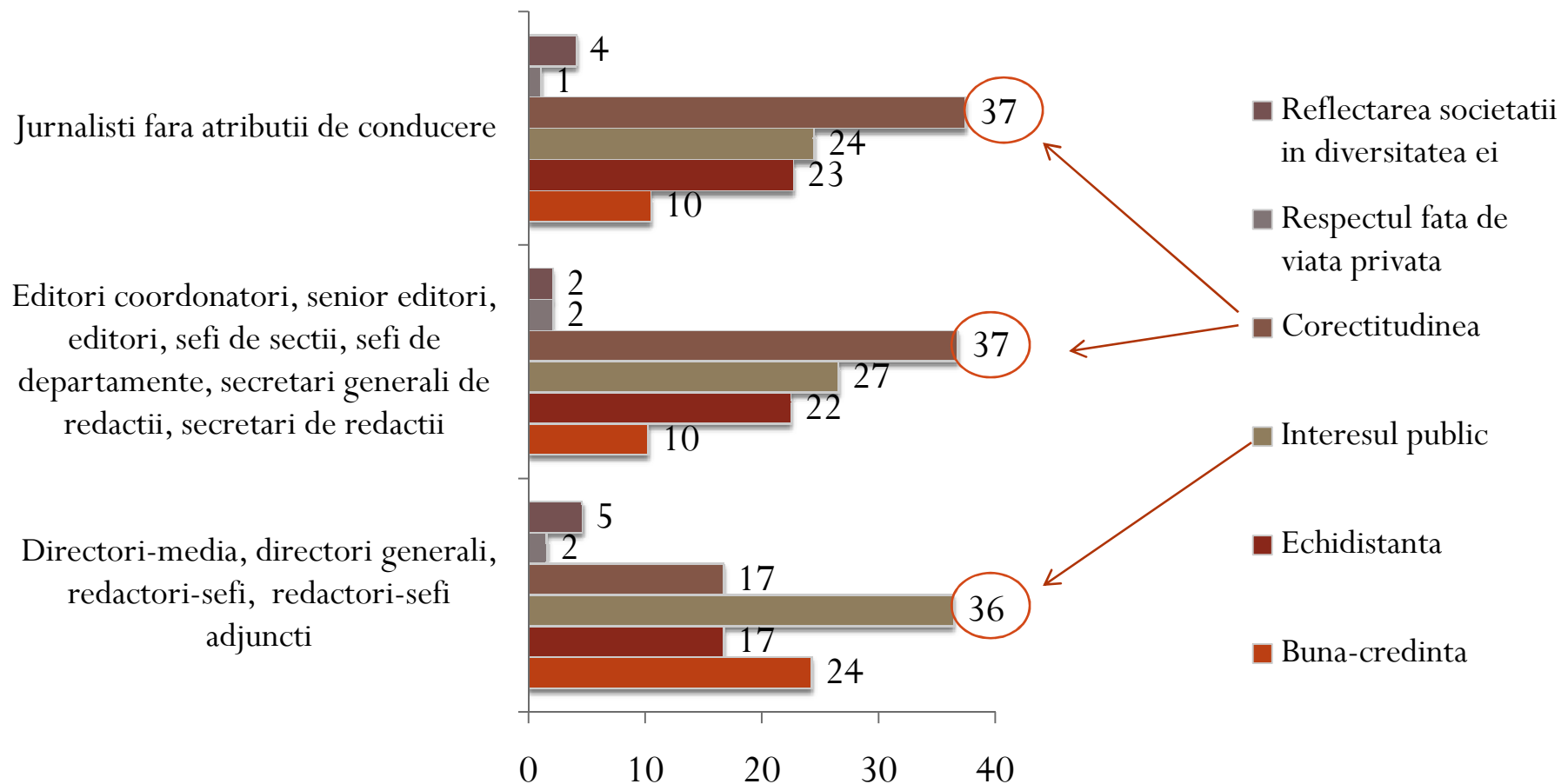
- Luând în considerare doar prima valoare menționată, jurnaliștii fără funcții de conducere și șefii de departamente au menționat în procent de 37% **corectitudinea**, iar 24%, respectiv 27% - **interesul public**. Valoarea cel mai des menționată de către directori a fost **corectitudinea** (36%), urmată de **buna-credință** – 24% dintre ei.

Cele mai importante valori ale jurnaliștilor %, N=508 (slide 1/5)



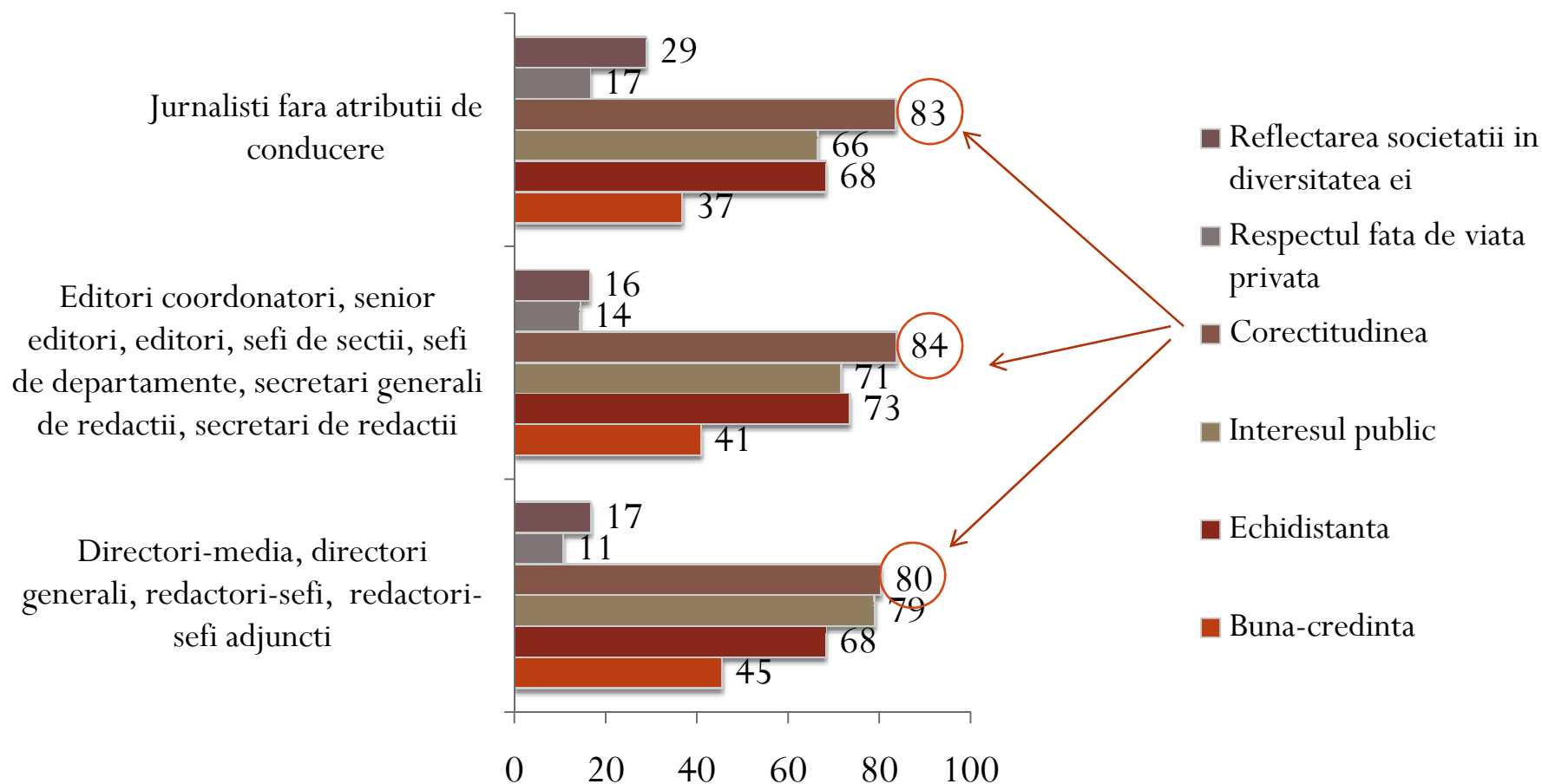
CJ1. Vă rog să vă uitați pe această listă de valori. Care considerați că sunt cele mai importante 3 valori care ghidează activitatea dvs.? Vă rog să le menționați în ordinea importanței. (răspuns multiplu)

Cele mai importante valori ale jurnaliștilor (după funcția deținută de respondent) – prima mențiune
%, N=508 (slide 2/5)



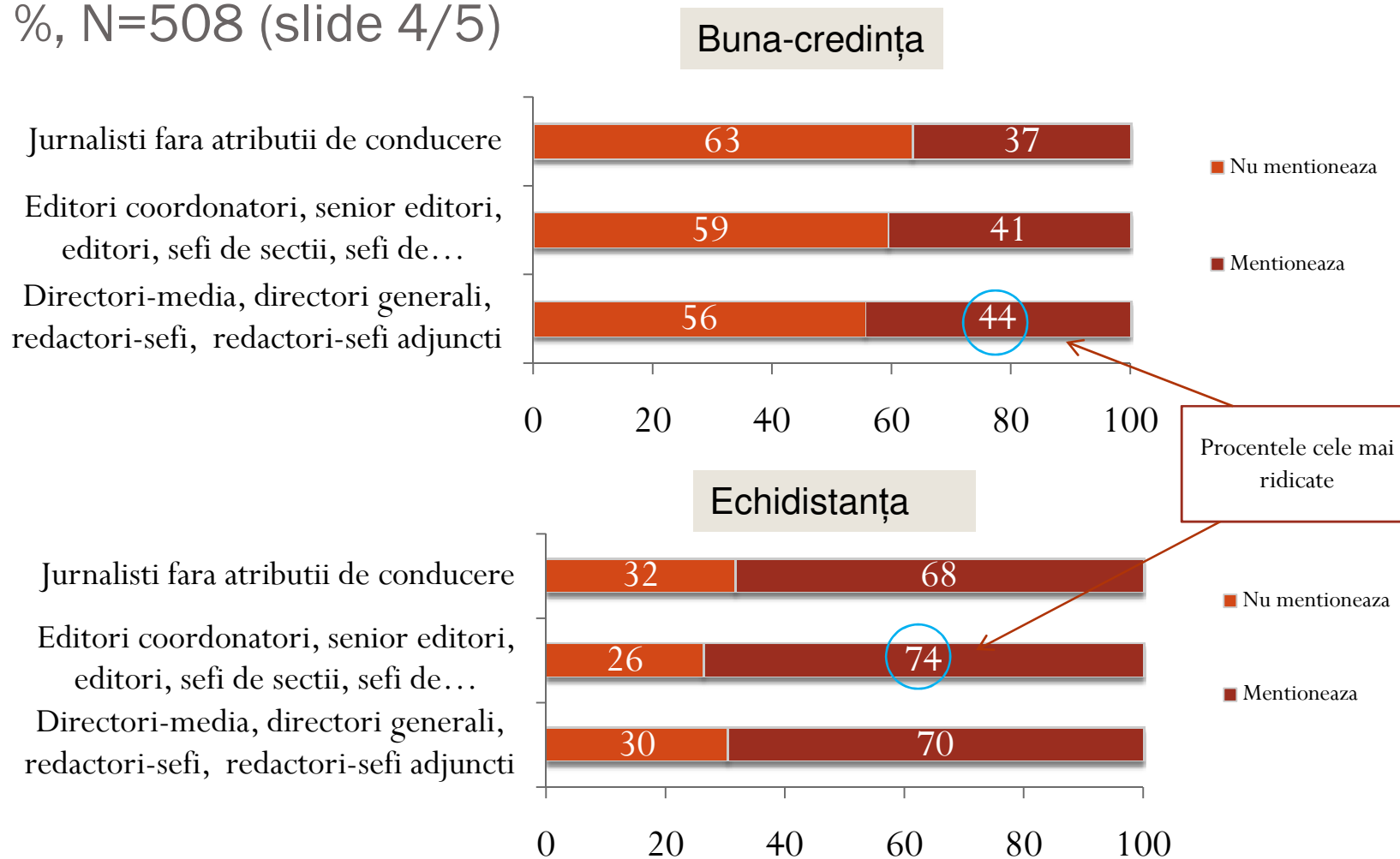
CJ1. Vă rog să vă uitați pe această listă de valori. Care considerați că sunt cele mai importante 3 valori care ghidează activitatea dvs.? Vă rog să le menționați în ordinea importanței. (răspuns multiplu)

Cele mai importante valori ale jurnaliștilor (după funcția deținută de respondent) – total mențiuni %, N=508 (slide 3/5)



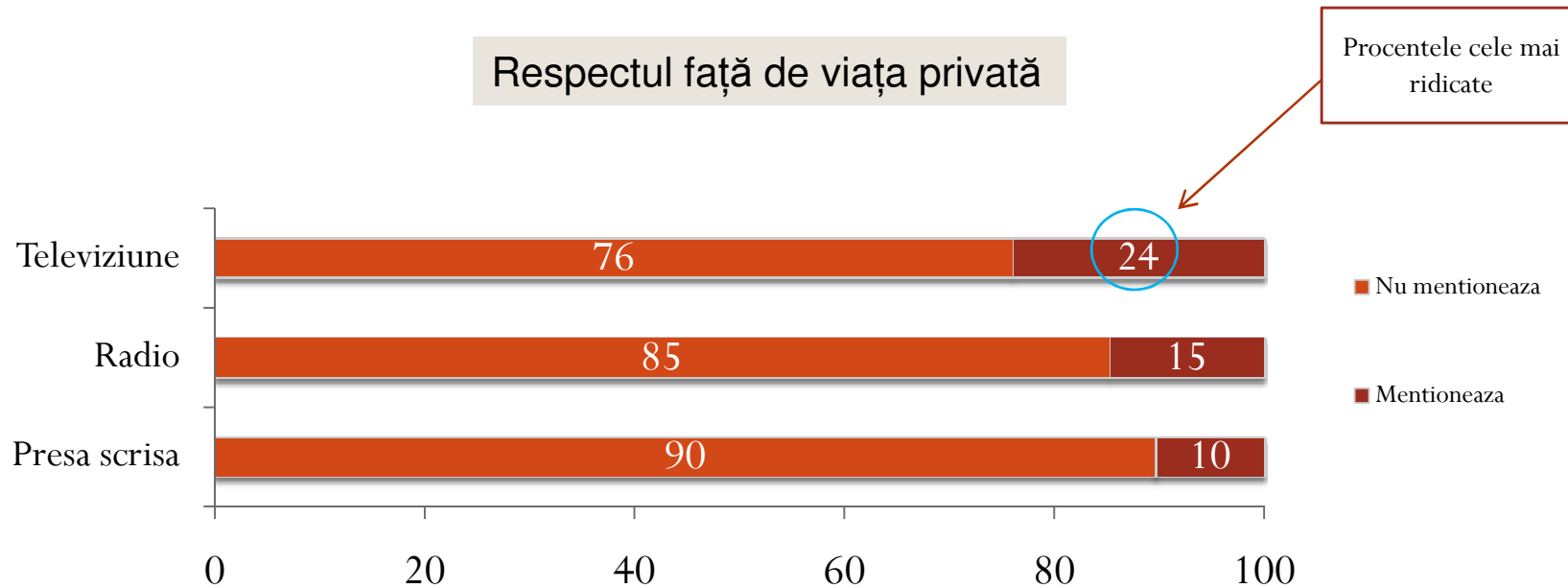
13 CJ1. Vă rog să vă uitați pe această listă de valori. Care considerați că sunt cele mai importante 3 valori care ghidează activitatea dvs.? Vă rog să le menționați în ordinea importanței. (răspuns multiplu)

Cele mai importante valori ale jurnaliștilor (după funcția deținută de respondent) %, N=508 (slide 4/5)



CJ1. Vă rog să vă uitați pe această listă de valori. Care considerați că sunt cele mai importante 3 valori care ghidează activitatea dvs.? Vă rog să le menționați în ordinea importanței. (răspuns multiplu)

Cele mai importante valori ale jurnaliștilor (după tipul de media) %, N=508 (slide 5/5)

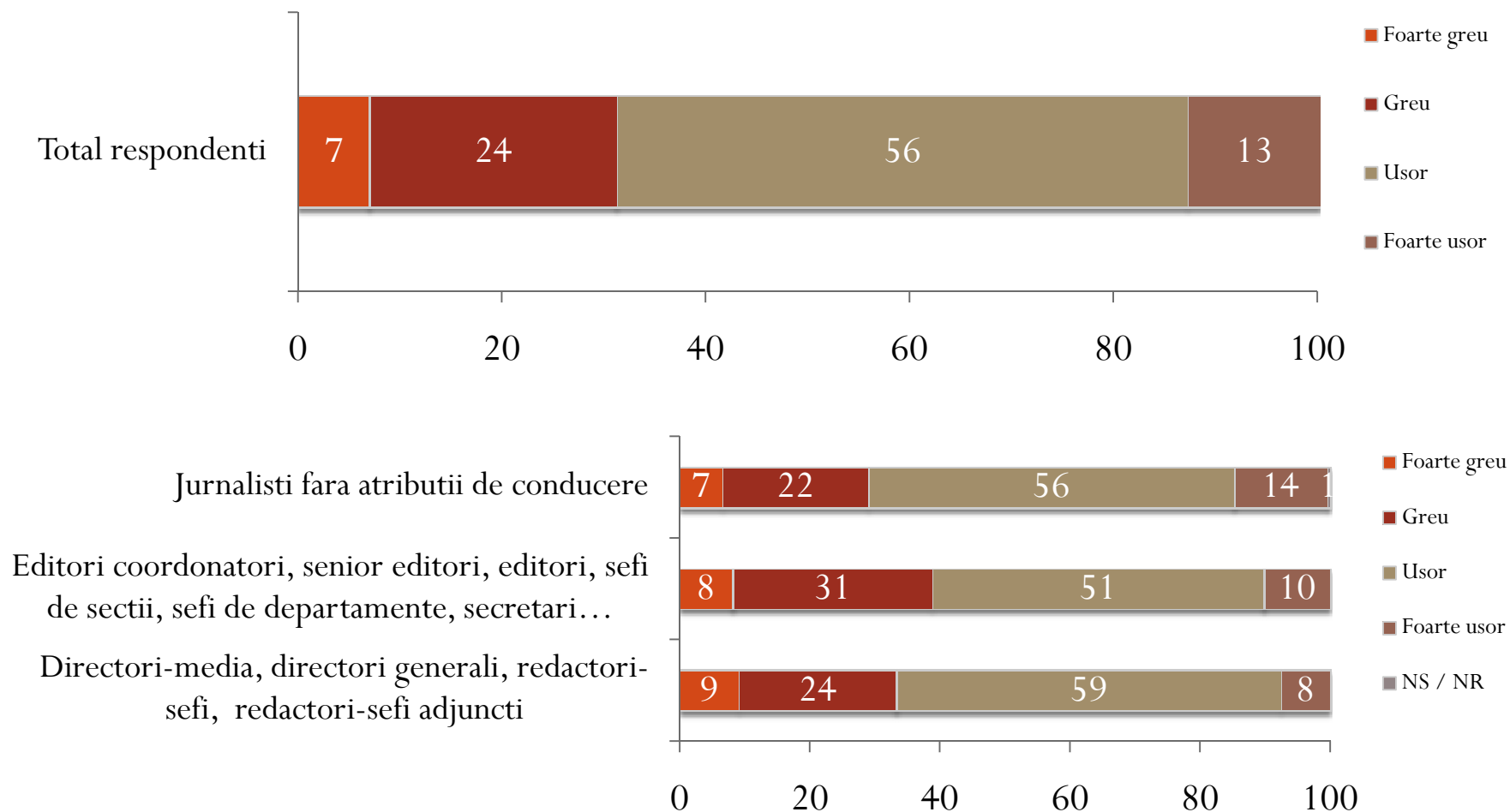


15 CJ1. Vă rog să vă uitați pe această listă de valori. Care considerați că sunt cele mai importante 3 valori care ghidează activitatea dvs.? Vă rog să le menționați în ordinea importanței. (răspuns multiplu)

Respectarea regulilor deontologice în practică

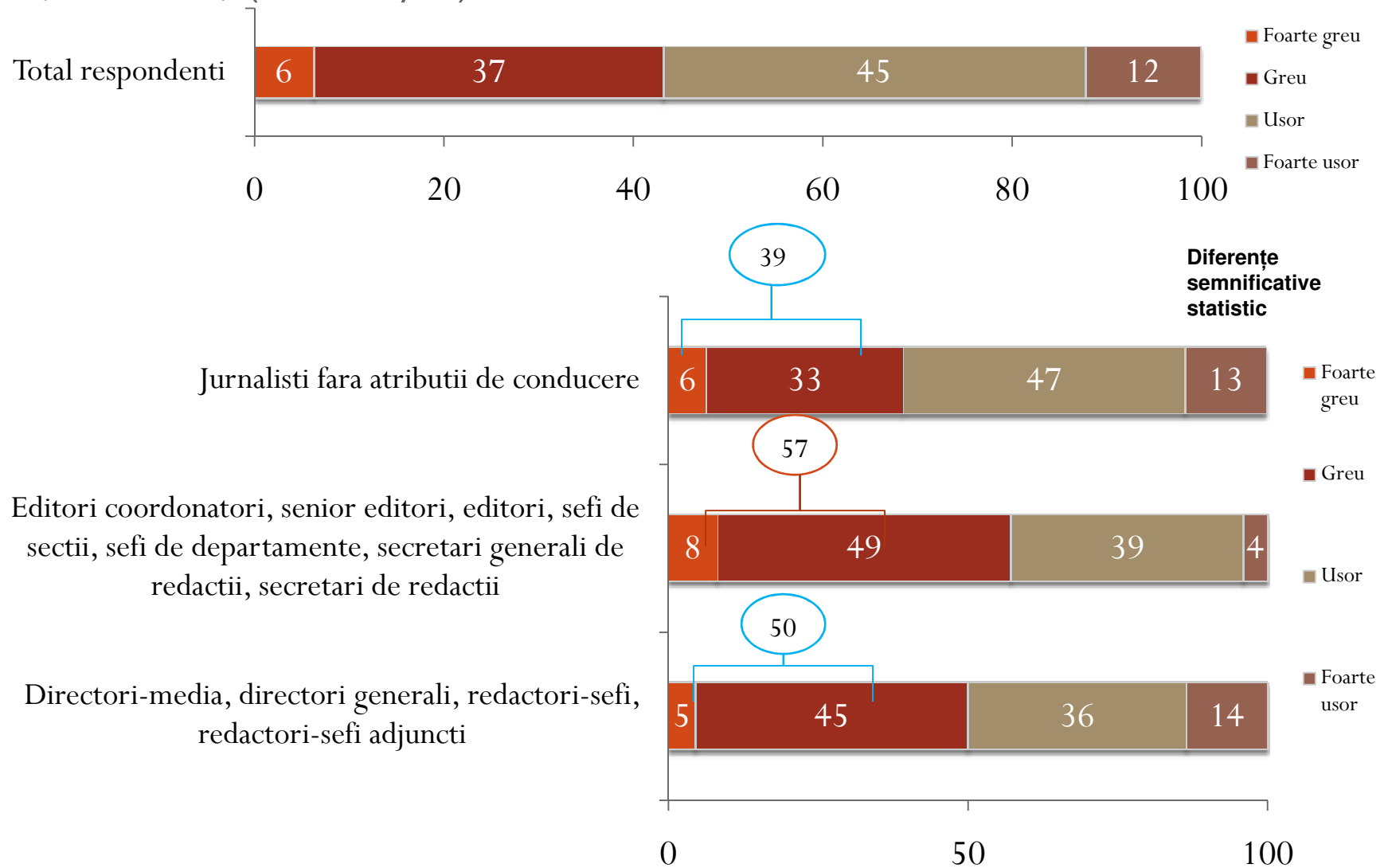
- 31% dintre respondenți spun că este greu sau foarte greu **să rectifice o eroare** apărută într-un material jurnalistic.
- 43% dintre subiecți consideră că este greu sau foarte greu **să verifice o informație din mai multe surse independente**; jurnaliștii fără funcții de conducere spun acest lucru într-o proporție mai mică (39%) decât directorii (50%) și șefii de departamente (57%)
- Jurnaliștii din televiziune spun într-o proporție mai mică (34%) decât cei din radio (43%) și presa scrisă (47%) că este greu sau foarte greu ca **informația să fie verificată din mai multe surse independente**.
- 15% dintre respondenți spun că este greu sau foarte greu să se acorde **dreptul la replică** de fiecare dată când se impune. Jurnaliștii din presa locală consideră într-un procent mai mare (86%) decât cei din presa națională (78%) că este ușor să acorde drept la replică.
- 33% dintre jurnaliști consideră că este greu sau foarte greu să prezinte **punctele de vedere ale tuturor părților implicate** într-un subiect. Procentul acestor răspunsuri este mai mare în rândul jurnaliștilor din radio (44%) decât în al celor din presa scrisă (31%) și televiziune (28%).
- 36% dintre subiecți declară că este greu sau foarte greu să respecte **dreptul la viață privată**.

Respectarea regulilor deontologice în practică - rectificarea erorilor - % ,N=508 (slide 1/8)



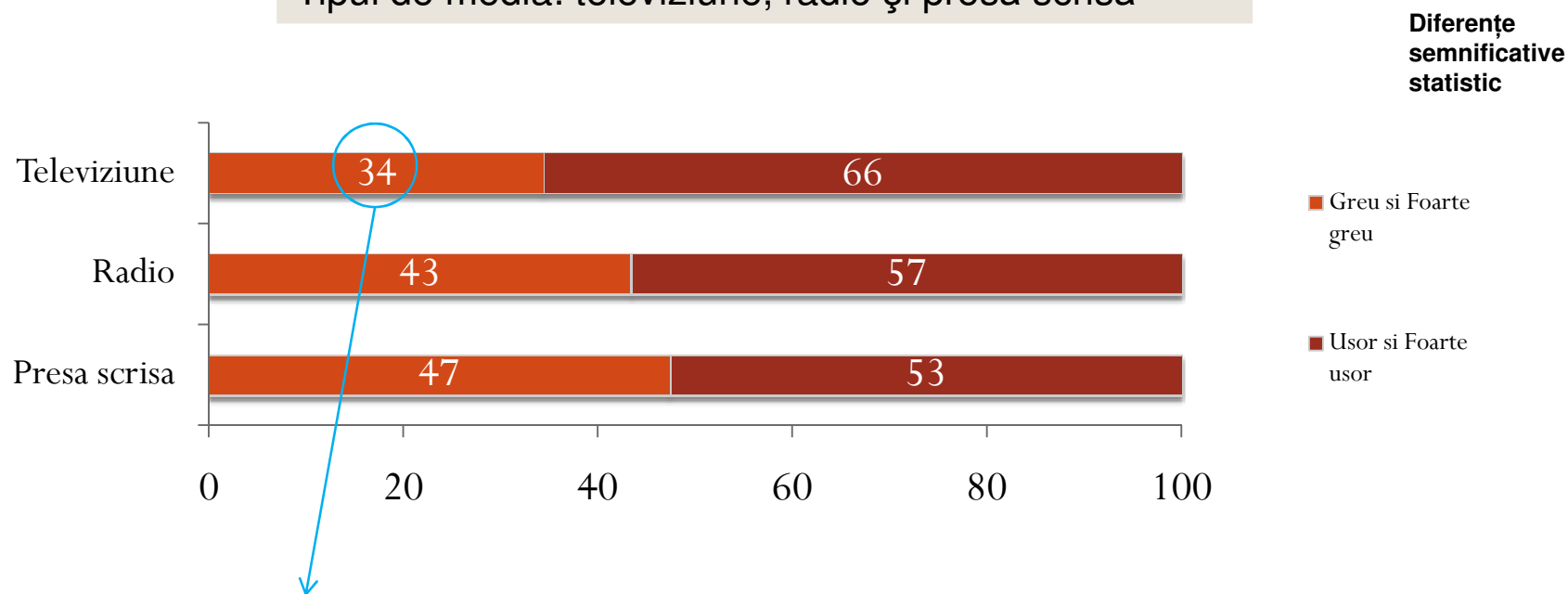
CJ2. Din experiența dvs., cât de greu de respectat în practică sunt următoarele reguli deontologice? (răspuns unic)

Respectarea regulilor deontologice în practică - verificarea informației din mai multe surse independente - %, N=508, (slide 2/8)



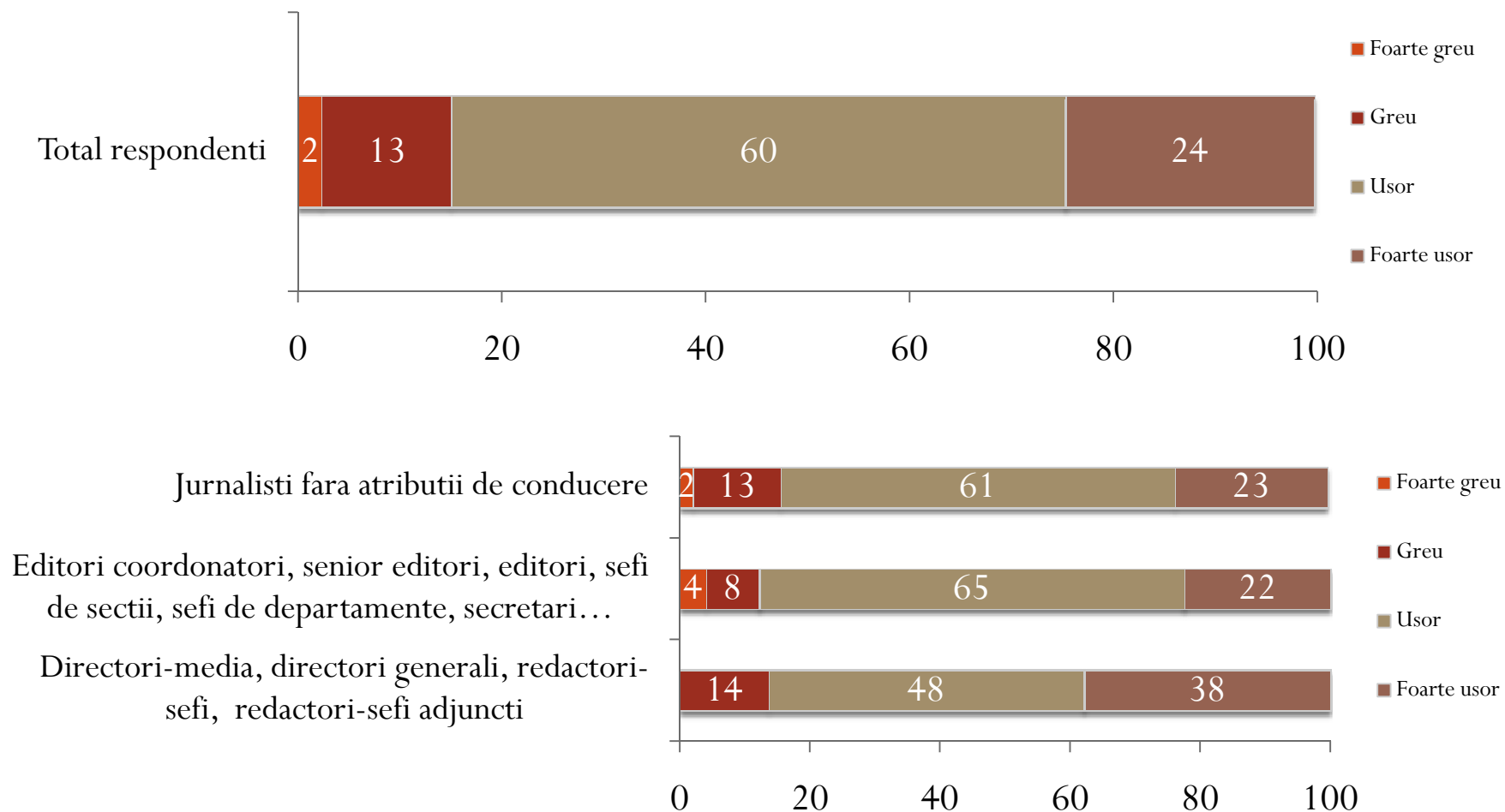
Respectarea regulilor deontologice în practică - verificarea informației din mai multe surse independente - %, N=508, (slide 3/8)

Tipul de media: televiziune, radio și presă scrisă



Jurnaliștii din televiziune spun într-o proporție mai mică decât cei din radio și presa scrisă că este greu sau foarte greu ca informația să fie verificată din mai multe surse independente

Respectarea regulilor deontologice în practică - acordarea dreptului la replică când se impune - %, N=508, (slide 4/8)



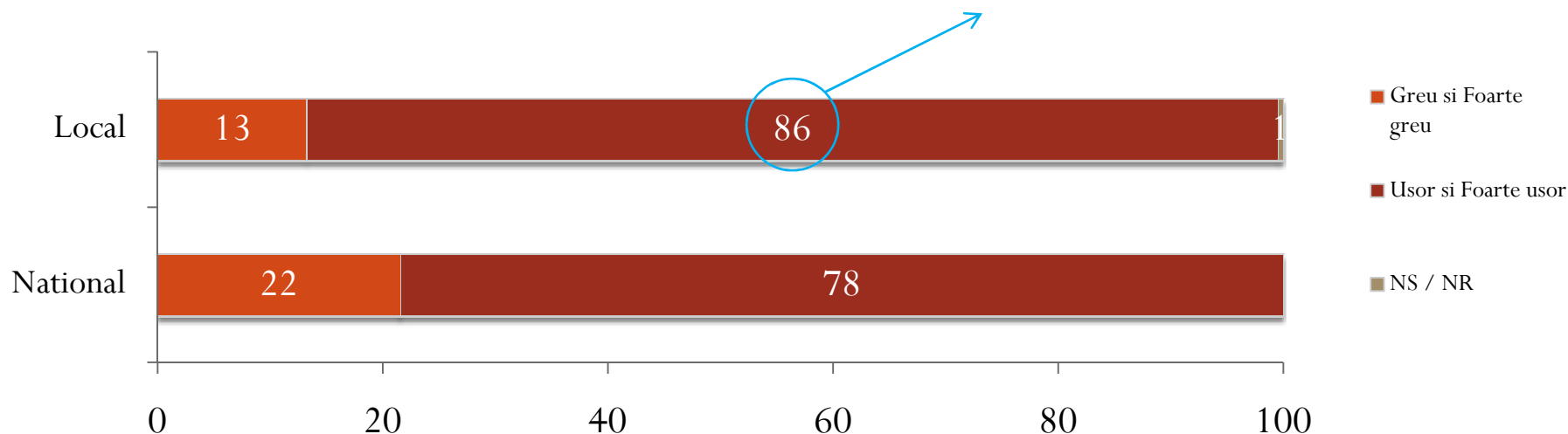
CJ2. Din experiența dvs., cât de greu de respectat în practică sunt următoarele reguli deontologice? (răspuns unic)

Respectarea regulilor deontologice în practică - acordarea dreptului la replică când se impune - %, N=508, (slide 5/8)

Acoperire locală vs. acoperire națională

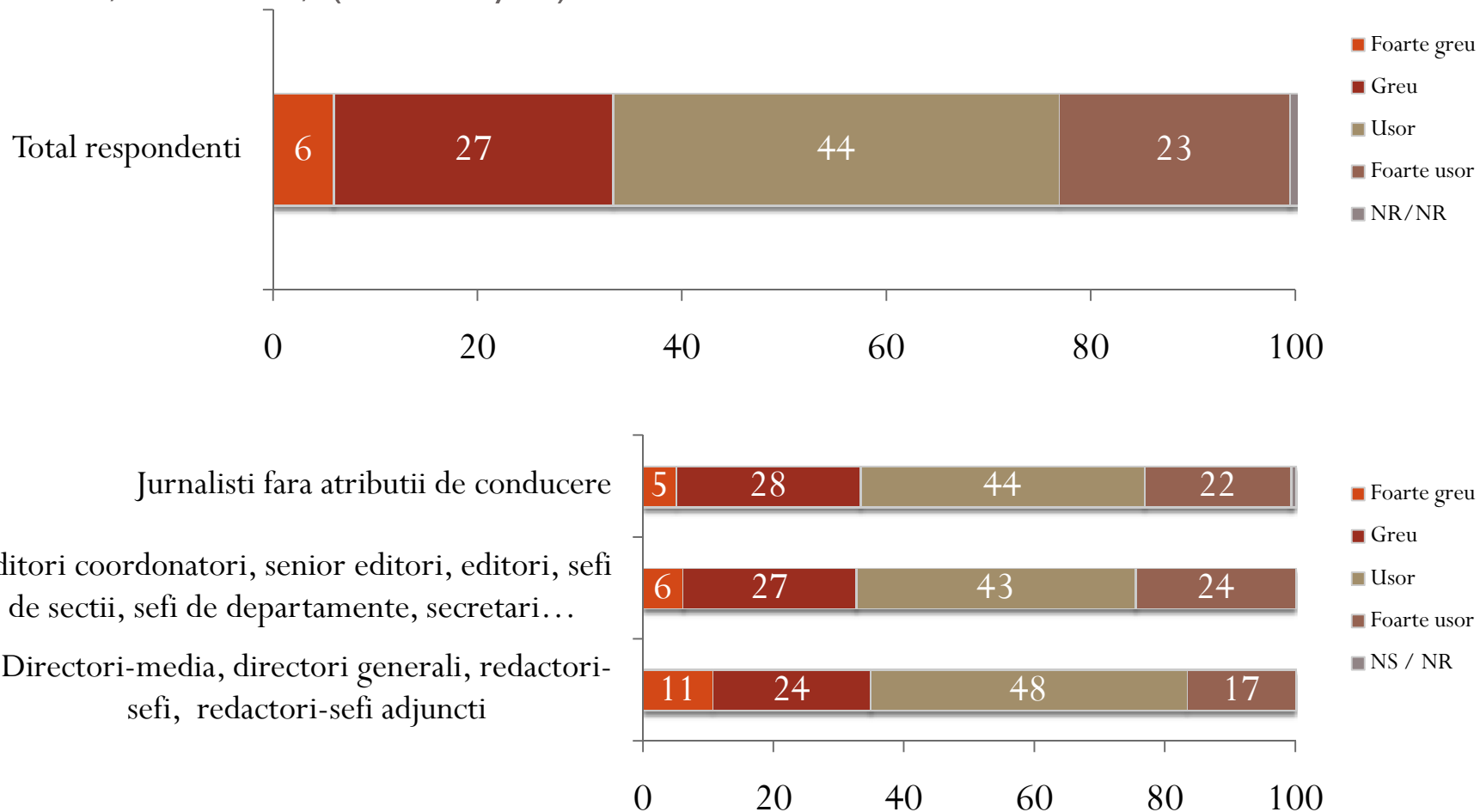
Jurnaliștii din presă locală consideră într-un procent mai mare decât cei din presa națională că este ușor să acorde drept la replică

Diferențe semnificative statistic



CJ2. Din experiența dvs., cât de greu de respectat în practică sunt următoarele reguli deontologice? (răspuns unic)

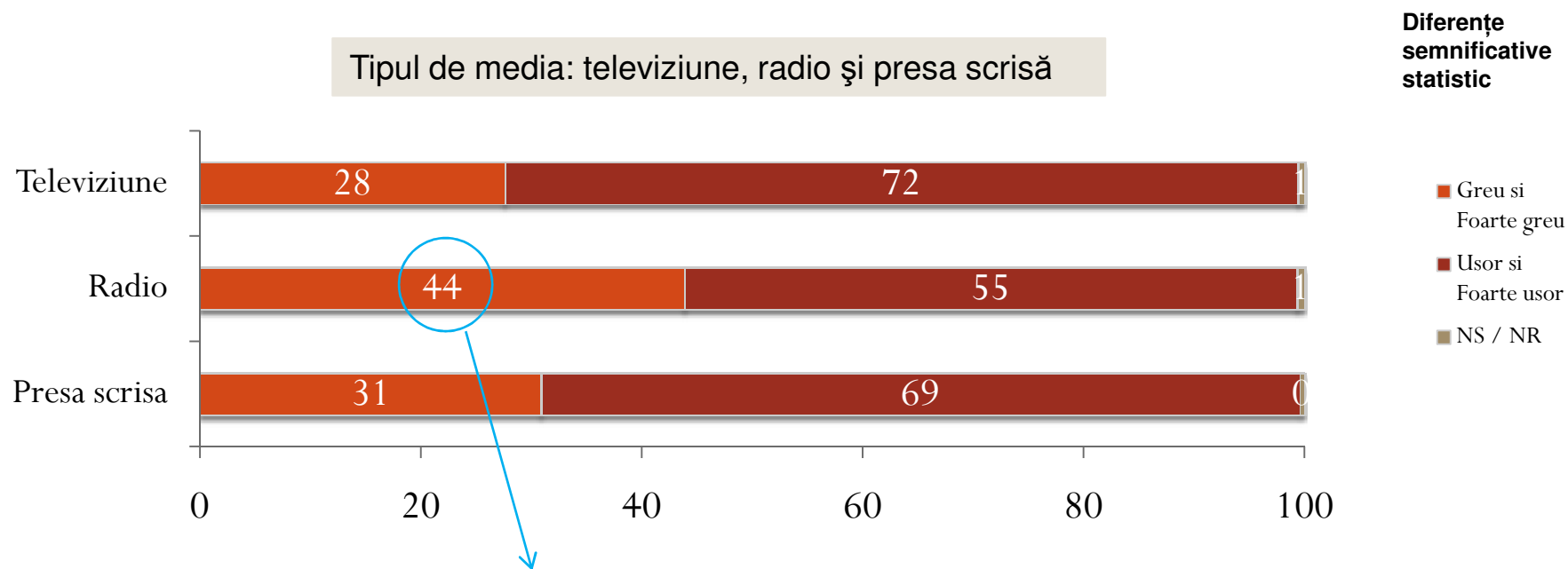
Respectarea regulilor deontologice în practică - prezentarea punctelor de vedere ale tuturor părților implicate în subiect - %, N=508, (slide 6/8)



CJ2. Din experiența dvs., cât de greu de respectat în practică sunt următoarele reguli deontologice? (răspuns unic)

Respectarea regulilor deontologice în practică - prezentarea punctelor de vedere ale tuturor părților implicate în subiect - %, N=508, (slide 7/8)

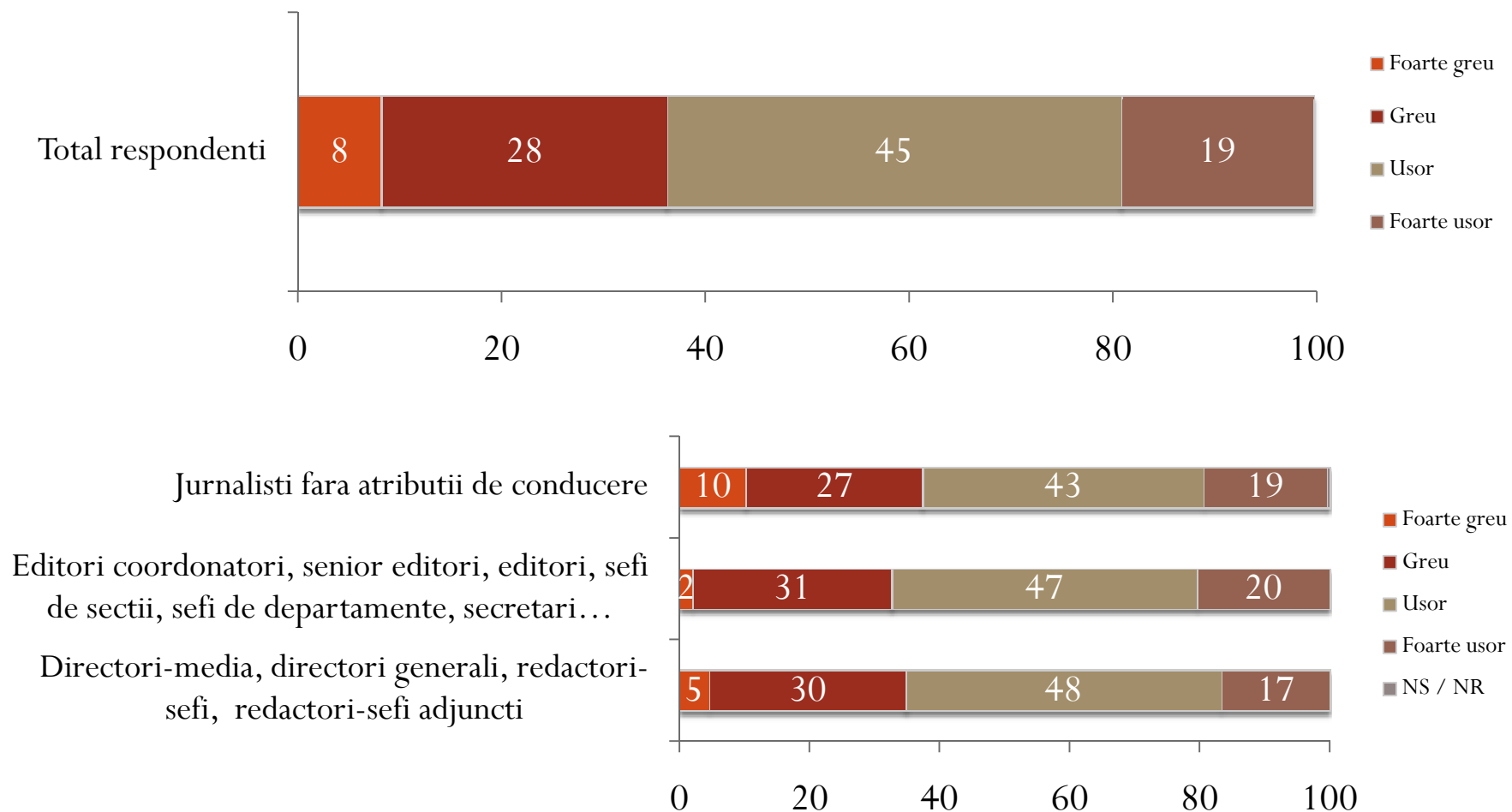
Tipul de media: televiziune, radio și presa scrisă



Jurnaliștii din radio spun într-o proporție mai mare că este greu și foarte greu să prezinte punctele de vedere ale tuturor părților implicate în subiect

CJ2. Din experiența dvs., cât de greu de respectat în practică sunt următoarele reguli deontologice? (răspuns unic)

Respectarea regulilor deontologice în practică - respectarea dreptului la viața privată - %, N=508, (slide 8/8)



CJ2. Din experiența dvs., cât de greu de respectat în practică sunt următoarele reguli deontologice? (răspuns unic)

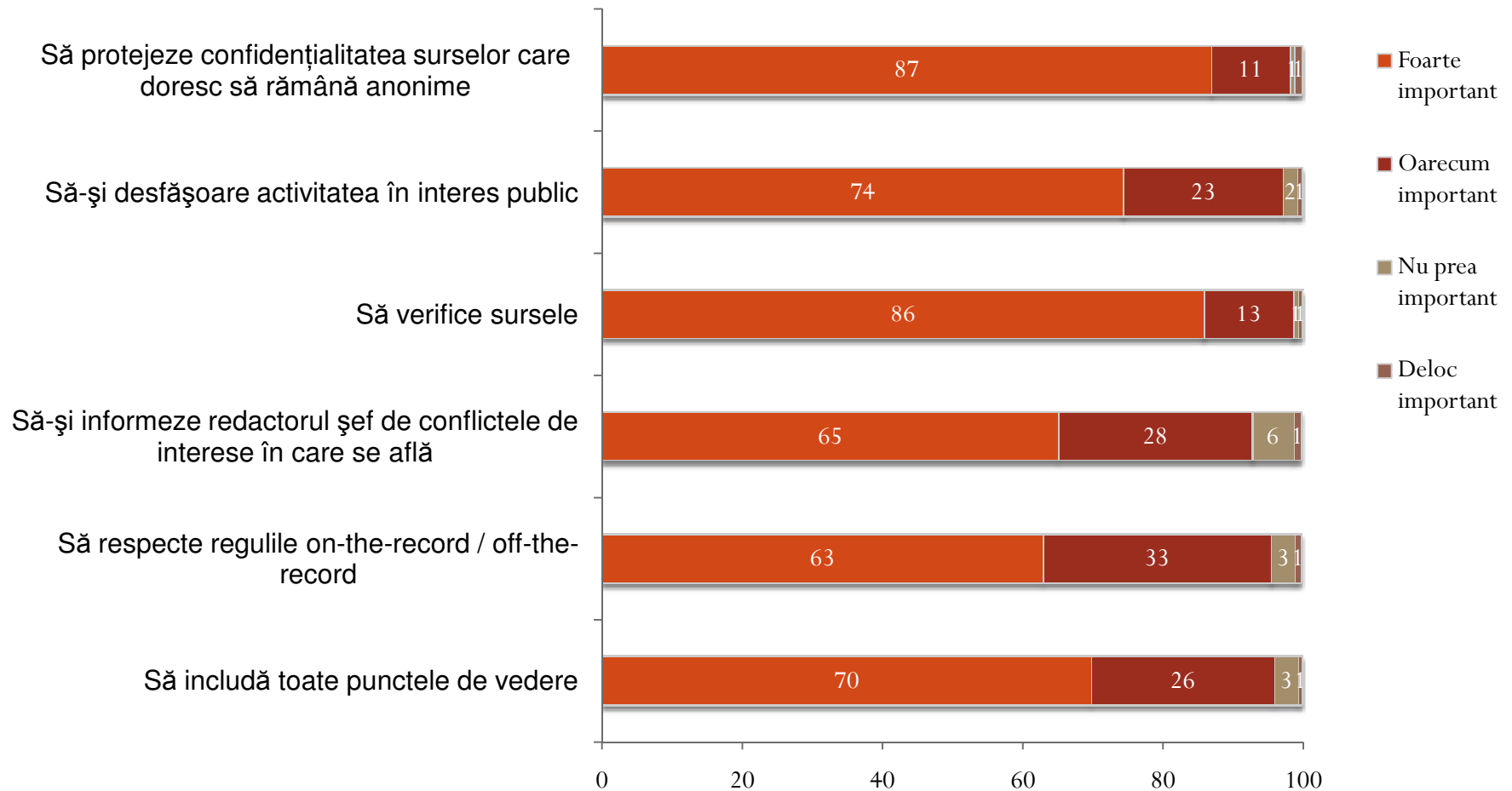
Importanța respectării în practică a principiilor deontologice

- Cvasitotalitatea jurnaliștilor consideră foarte importante sau oarecum importante principiile jurnalistice.
- „Relatarea corectă și echidistantă a informațiilor legate de instrumentarea unui caz sau de derularea unui proces în justiție” a fost considerată foarte importantă de cel mai mare procent de respondenți (91%), la polul opus fiind „protejarea identității victimelor accidentelor” (48% dintre respondenți).
- Jurnaliștii din radio consideră într-un procent mai mare (95%) ca foarte importantă sau importantă „protejarea identității victimelor accidentelor”, decât cei din televiziune (89%) și din presa scrisă (86%).
- Nu există diferențe semnificative statistic între răspunsurile celor trei categorii ierarhice.

Grad de importanță a principiilor deontologice

% , N=508,(slide 1/9)

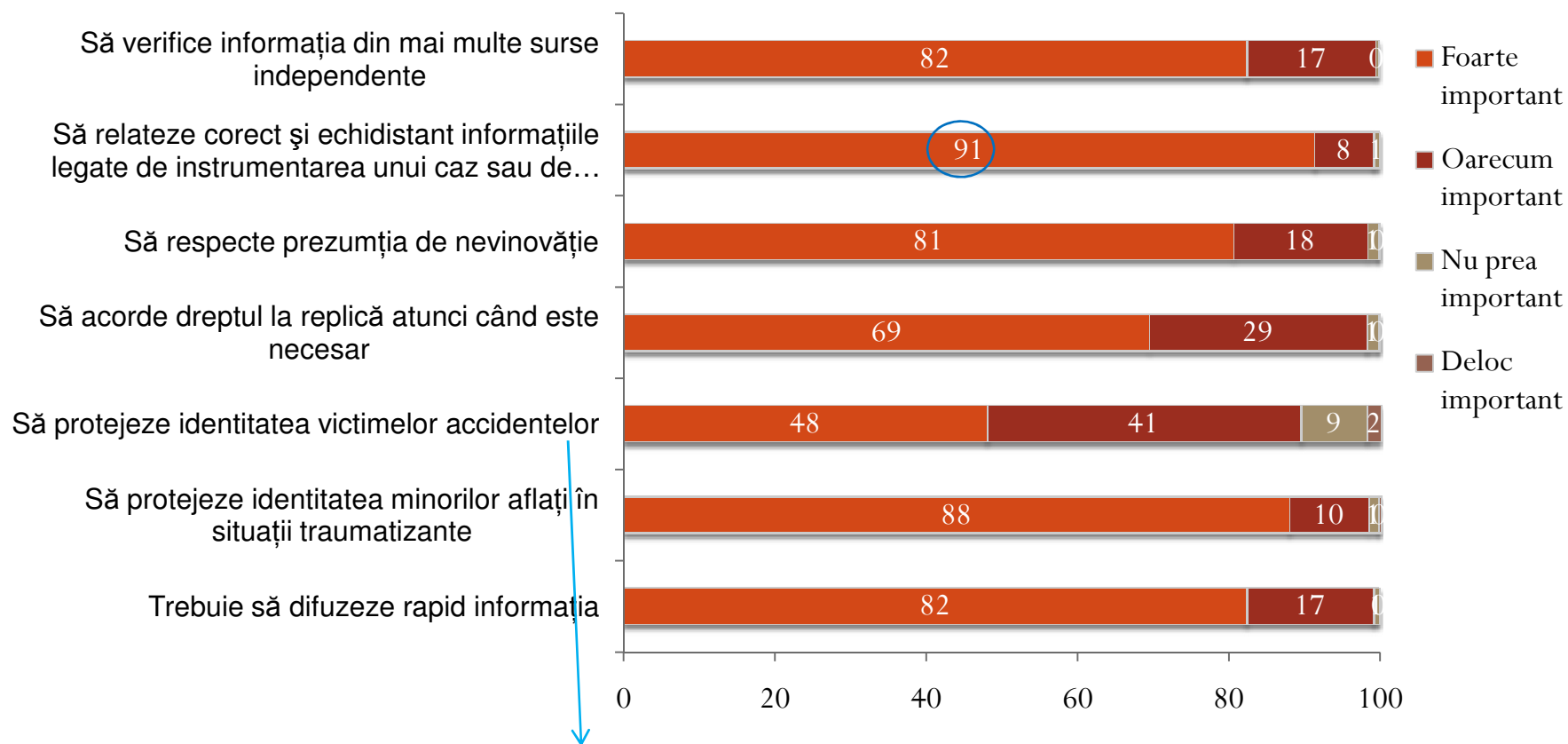
partea 1



CJ3. Gândindu-vă la activitatea dumneavoastră profesională, cât de importante sunt pentru dvs. următoarele aspecte? (răspuns unic)

Grad de importanță a principiilor deontologice %, N=508, (slide 2/9)

partea 2



Diferențe
semnificative
statistic

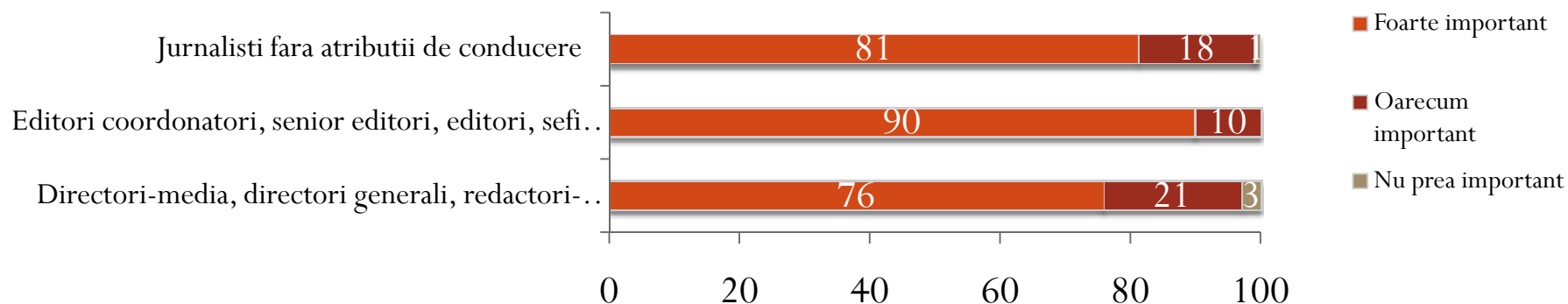
Jurnaliștii din radio consideră într-un procent mai mare că acest lucru este important sau foarte important, decât cei din televiziune și din presa scrisă.

CJ3. Gândindu-vă la activitatea dumneavoastră profesională, cât de importante sunt pentru dvs. următoarele aspecte? (răspuns unic)

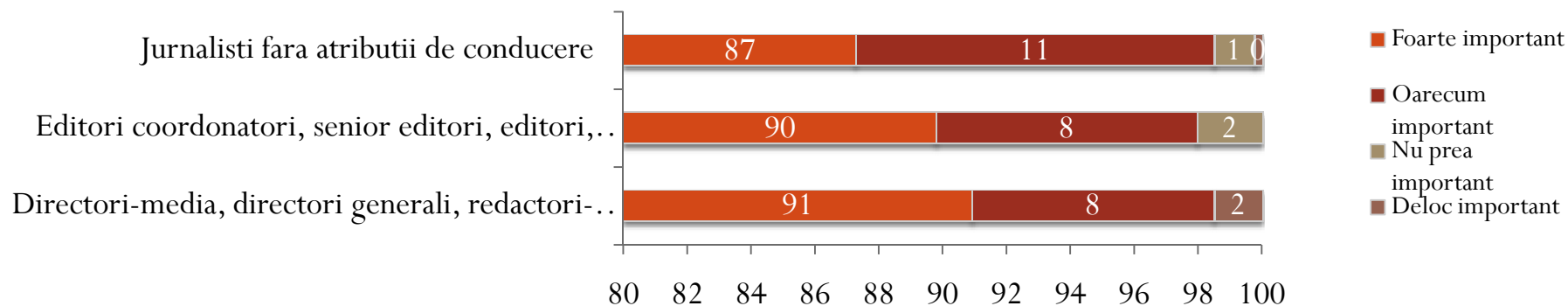
Grad de importanță a principiilor deontologice

%, N=508, (slide 3/9)

Să difuzeze rapid informația



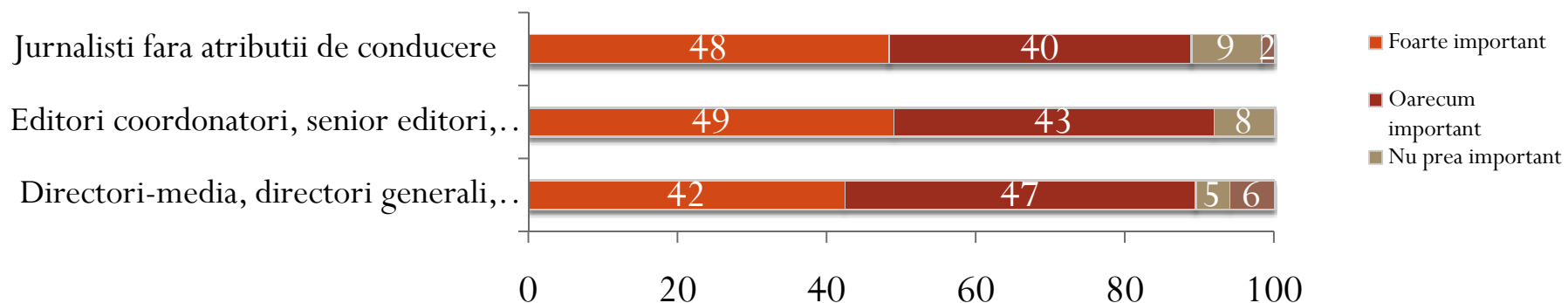
Să protejeze identitatea minorilor aflați în situații traumatizante



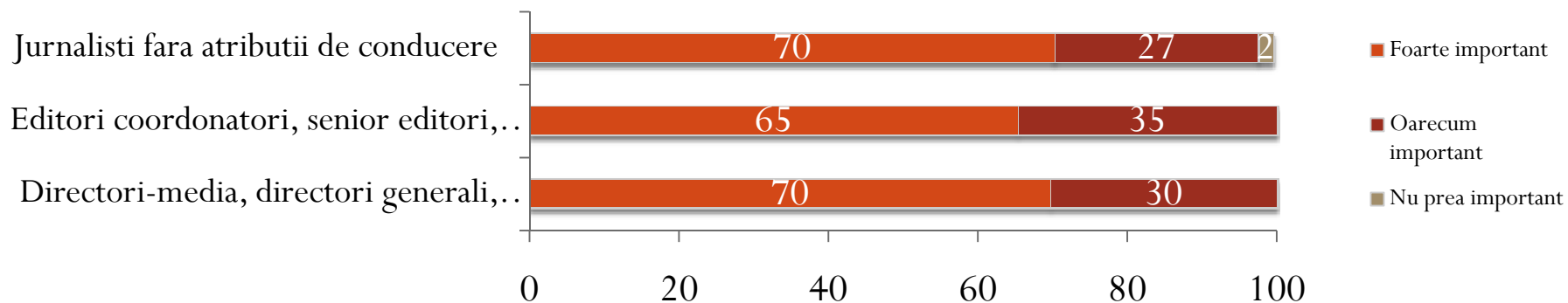
CJ3. Gândindu-vă la activitatea dumneavoastră profesională, cât de importante sunt pentru dvs. următoarele aspecte? (răspuns unic)

Grad de importanță a principiilor deontologice % ,N=508, (slide 4/9)

Să protejeze identitatea victimelor accidentelor



Să acorde dreptul la replică atunci când este necesar



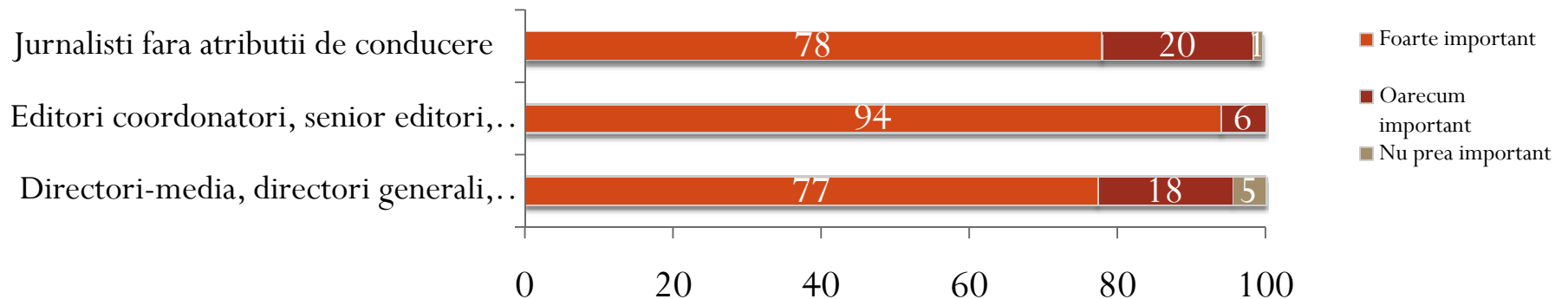
CJ3. Gândindu-vă la activitatea dumneavoastră profesională, cât de importante sunt pentru dvs. următoarele aspecte? (răspuns unic)

Grad de importanță a principiilor deontologice

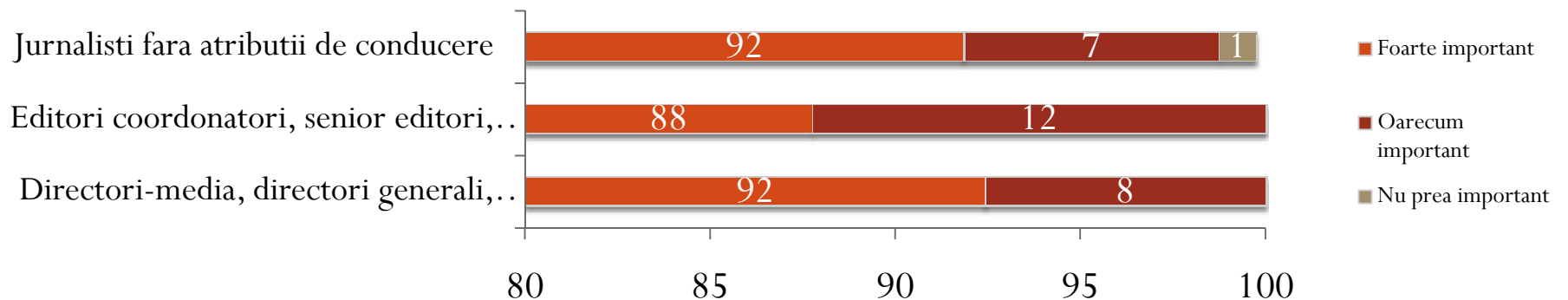
% (slide 5/9)

N=508

Să respecte prezumția de nevinovăție



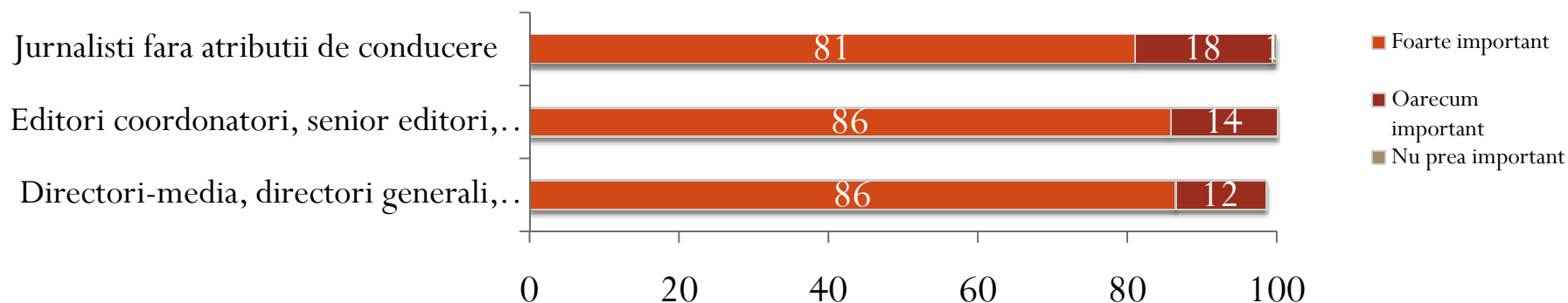
Să relateze corect și echidistant informațiile legate de instrumentarea unui caz sau de derularea unui proces în justiție



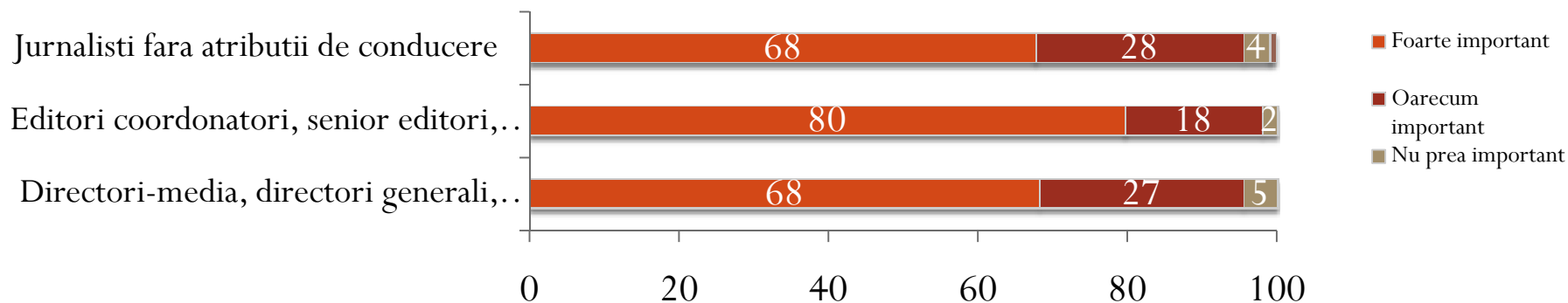
CJ3. Gândindu-vă la activitatea dumneavoastra profesională, cât de importante sunt pentru dvs. următoarele aspecte? (*raspuns unic*)

Grad de importanță a principiilor deontologice %, N=508, (slide 6/9)

Să verifice informația din mai multe surse independente



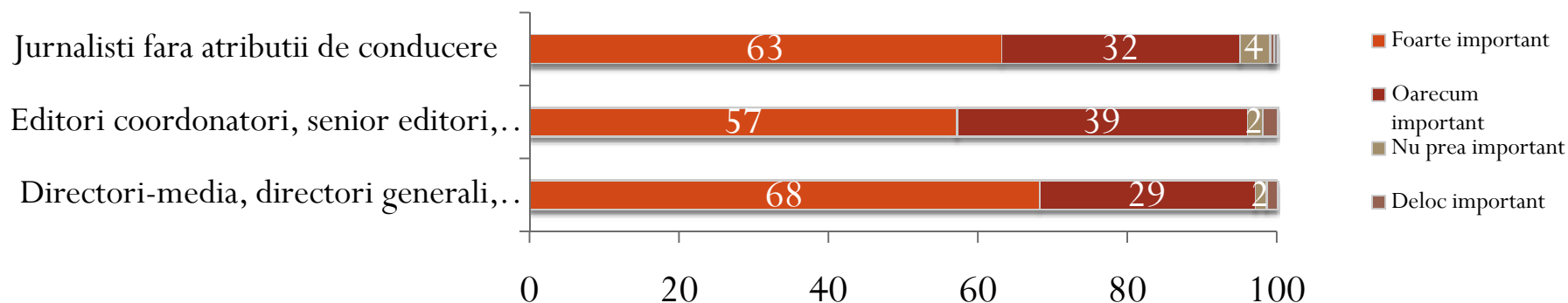
Să includă toate punctele de vedere



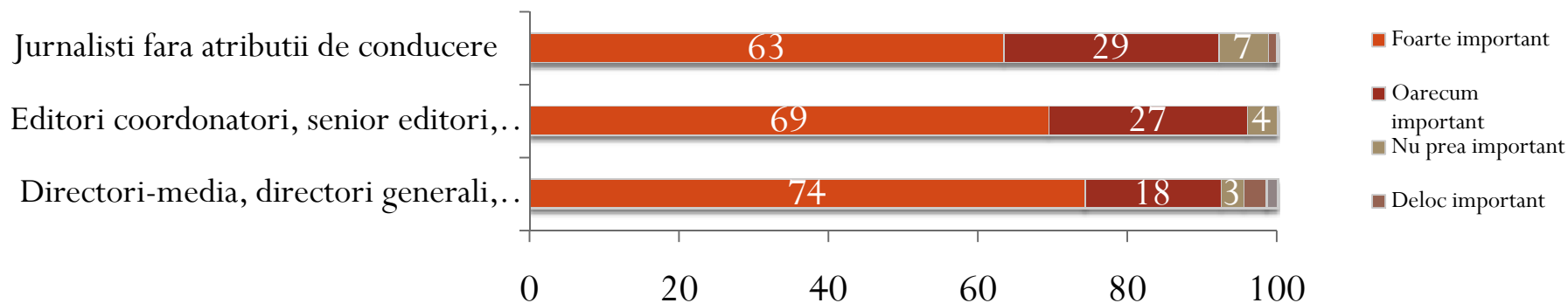
CJ3. Gândindu-vă la activitatea dumneavoastra profesională, cât de importante sunt pentru dvs. următoarele aspecte? (răspuns unic)

Grad de importanță a principiilor deontologice %,N=508, (slide 7/9)

Să respecte regulile on-the-record / off-the-record



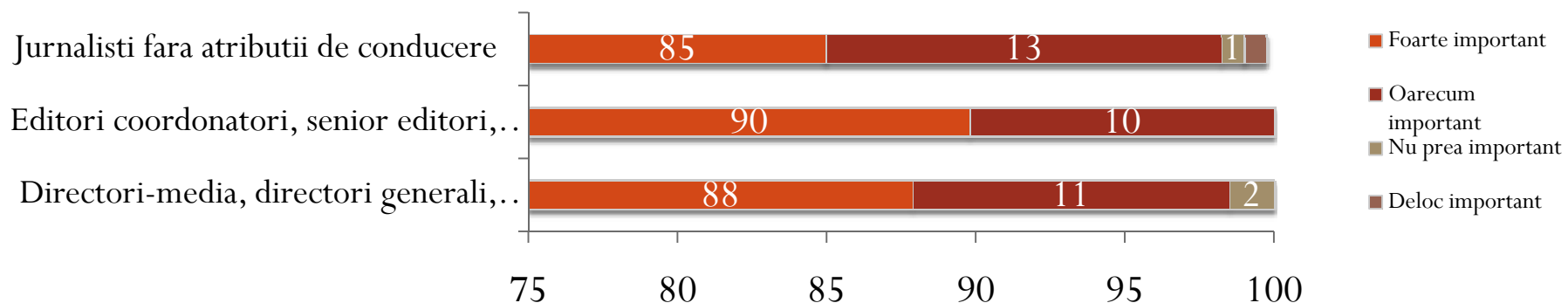
Să-și informeze redactorul șef de conflictele de interese în care se află



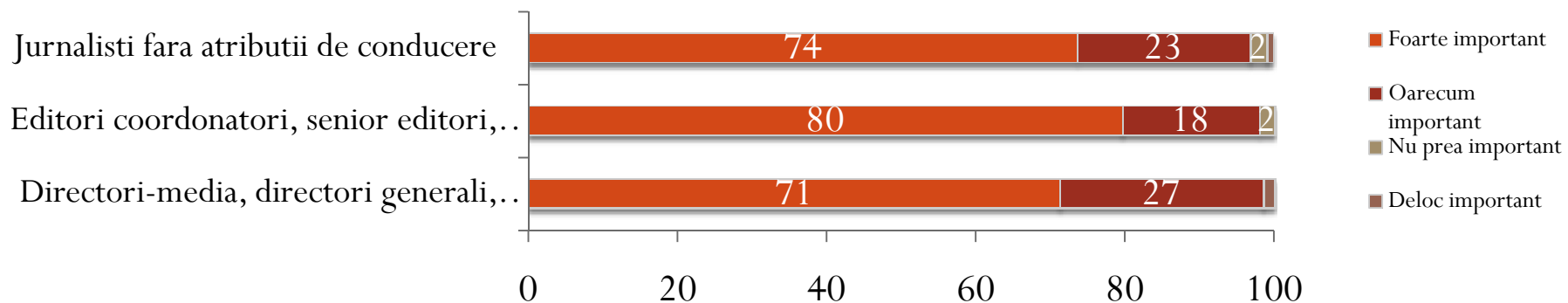
CJ3. Gândindu-vă la activitatea dumneavoastra profesională, cât de importante sunt pentru dvs. următoarele aspecte? (*raspuns unic*)

Grad de importanță a principiilor deontologice %,N=508, (slide 8/9)

Să verifice sursele



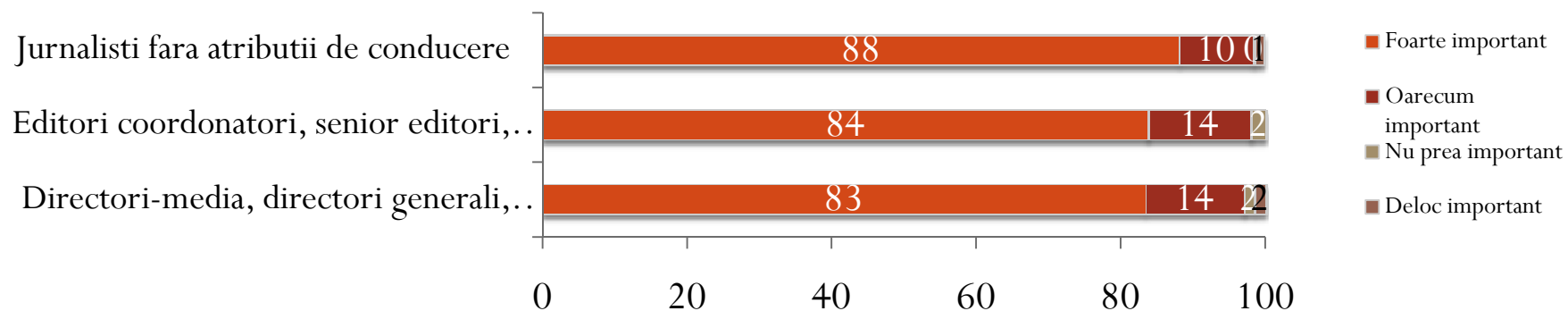
Să-și desfășoare activitatea în interes public



CJ3. Gândindu-vă la activitatea dumneavoastra profesională, cât de importante sunt pentru dvs. următoarele aspecte? (*raspuns unic*)

Grad de importanță a principiilor deontologice % , N=508, (slide 9/9)

Să protejeze confidențialitatea surselor care doresc să rămână anonime



CJ3. Gândindu-vă la activitatea dumneavoastra profesională, cât de importante sunt pentru dvs. următoarele aspecte? (*raspuns unic*)

Aspecte ale autoreglementării

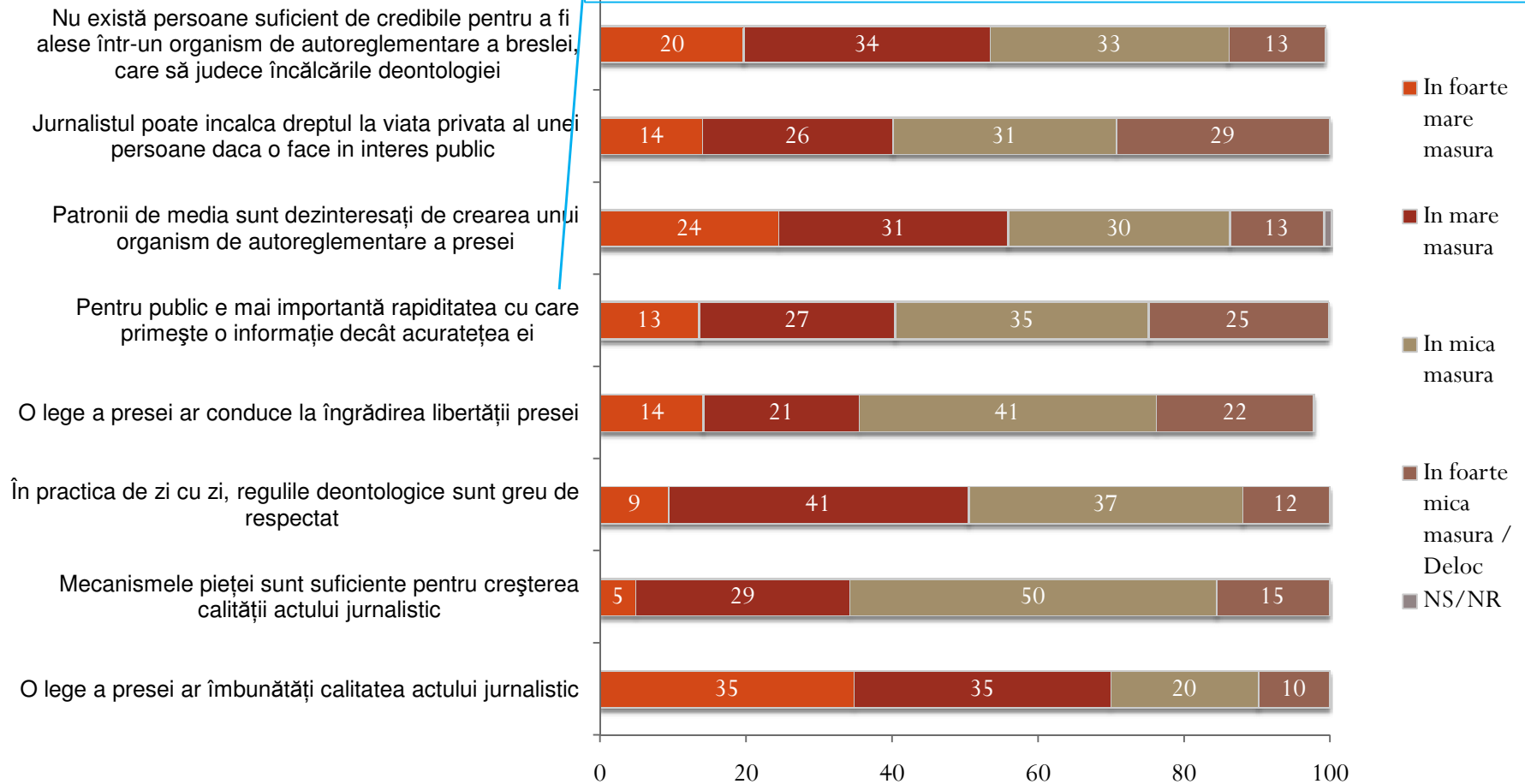
- În ceea ce privește autoreglementarea în presă, 54% dintre jurnaliști sunt de acord în foarte mare sau în mare măsură cu afirmația „nu există persoane suficient de credibile pentru a fi alese într-un organism de autoreglementare a breslei, care să judece încălcările deontologiei”.
- Jurnaliștii din presa scrisă sunt mai puțin sceptici în privința existenței unor persoane credibile care să conducă un organism de autoreglementare a breslei.
- 70% dintre subiecți sunt de acord în foarte mare sau în mare măsură cu afirmația „o lege a presei ar îmbunătăți calitatea actului jurnalistic”. Jurnaliștii fără funcții de conducere declară acest lucru într-un procent mai mare (72%) decât șefii de departamente (68%) și directorii (54%).
- 35% dintre respondenți sunt de acord în foarte mare sau în mare măsură cu afirmația „o lege a presei ar conduce la îngrădirea libertății presei”.

Aspecte ale autoreglementării – total respondenți

%, N=508, (slide 1/7)

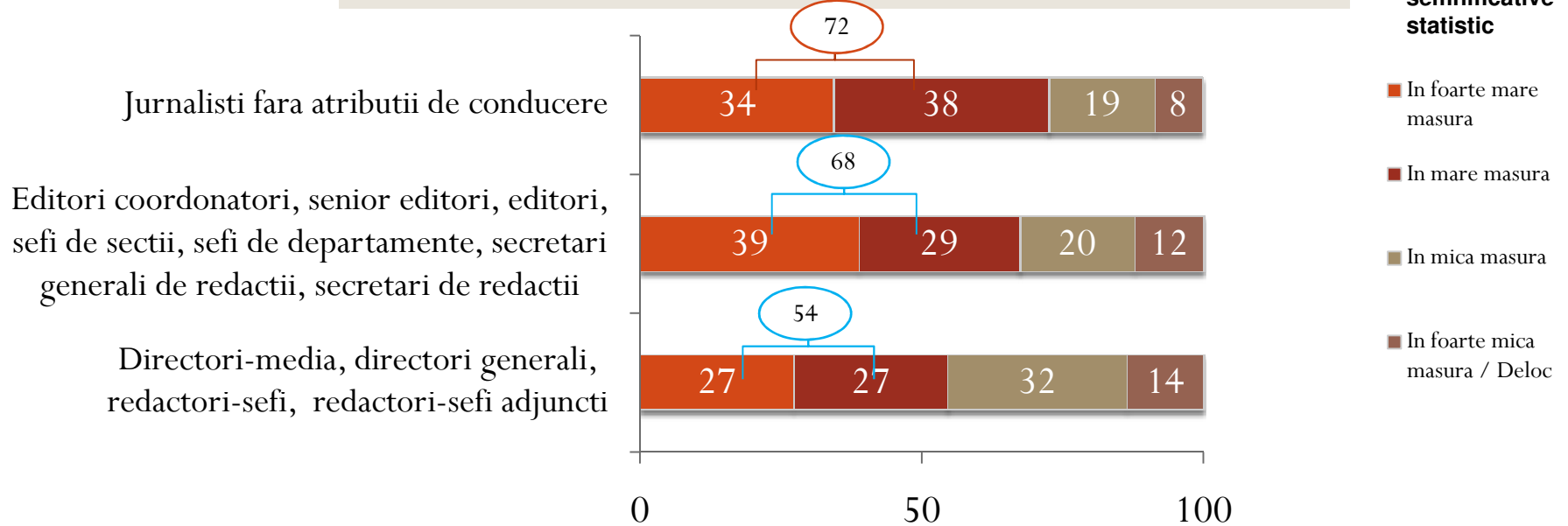
Diferențe
semnificative
statistic

Jurnaliștii din presa locală sunt de acord într-o proporție mai mare cu această afirmație decât cei din presa cu acoperire națională

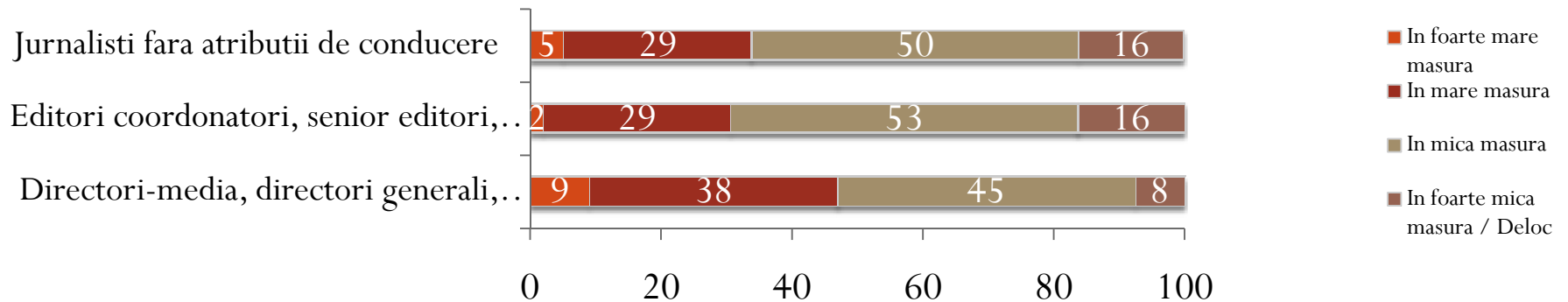


Aspecte ale autoreglementării – după funcția respondenților %, N=508, (slide 2/7)

“O lege a presei ar îmbunătăți calitatea actului jurnalistic”

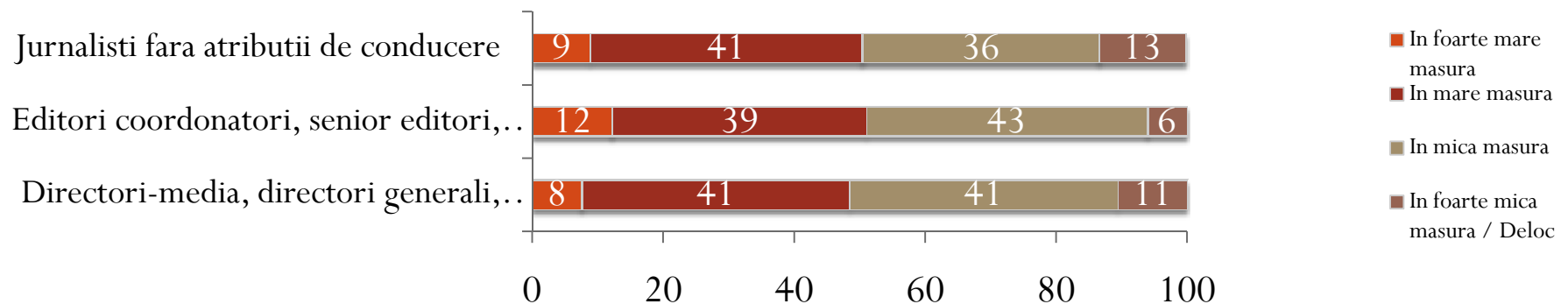


“Mecanismele pieței sunt suficiente pentru creșterea calității actului jurnalistic”

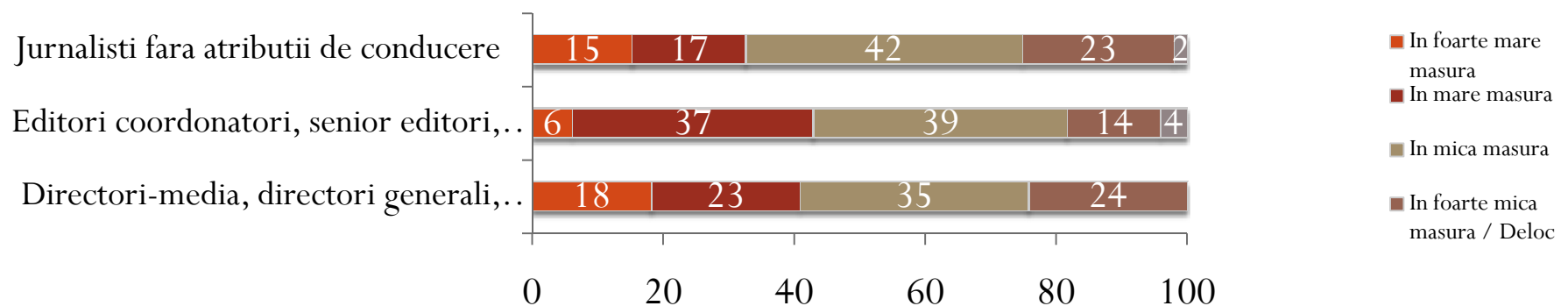


Aspecte ale autoreglementării – după funcția respondenților %, N=508,(slide 3/7)

“În practica de zi cu zi, regulile deontologice sunt greu de respectat”



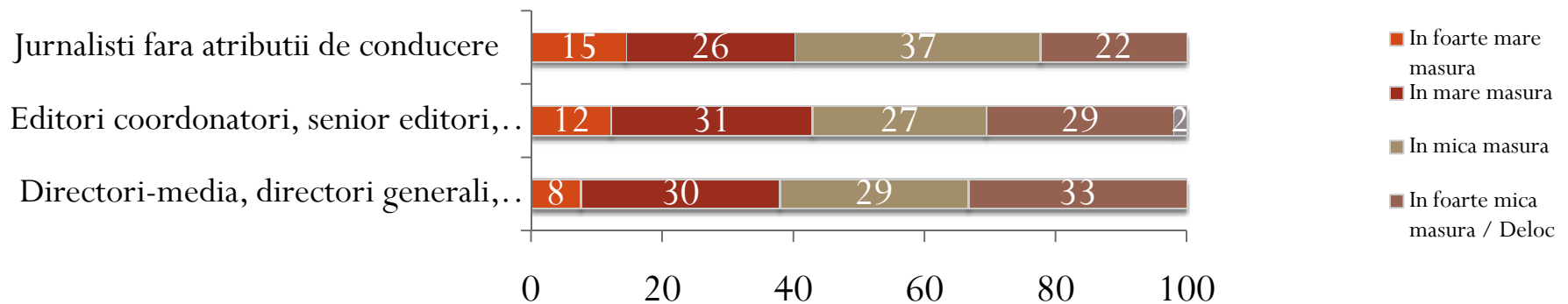
“O lege a presei ar conduce la îngrădirea libertății presei”



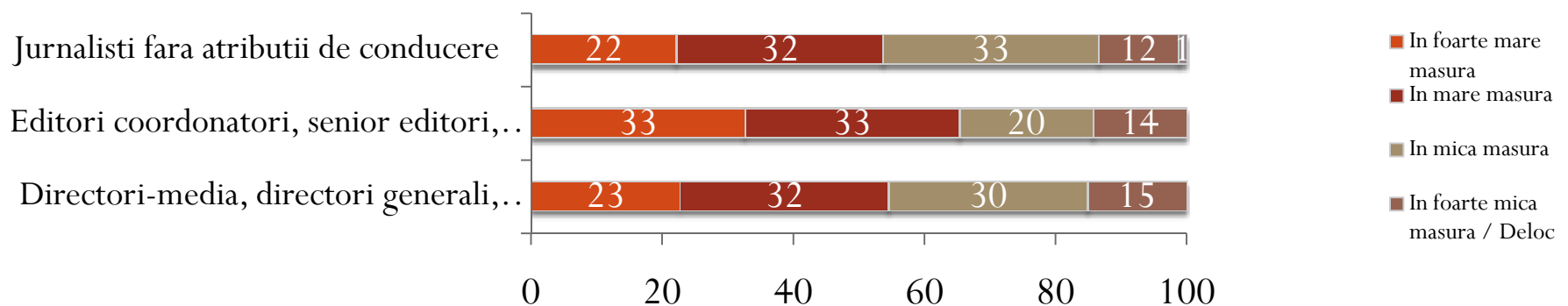
CJ 4. Vă voi citi o serie de afirmații. Vă rog să îmi spuneți în ce măsură sunteți de acord cu fiecare dintre ele? (**răspuns unic**)

Aspecte ale autoreglementării – după funcția respondenților %, N=508, (slide 4/7)

“Pentru public e mai importantă rapiditatea cu care primește o informație decât acuratețea ei”



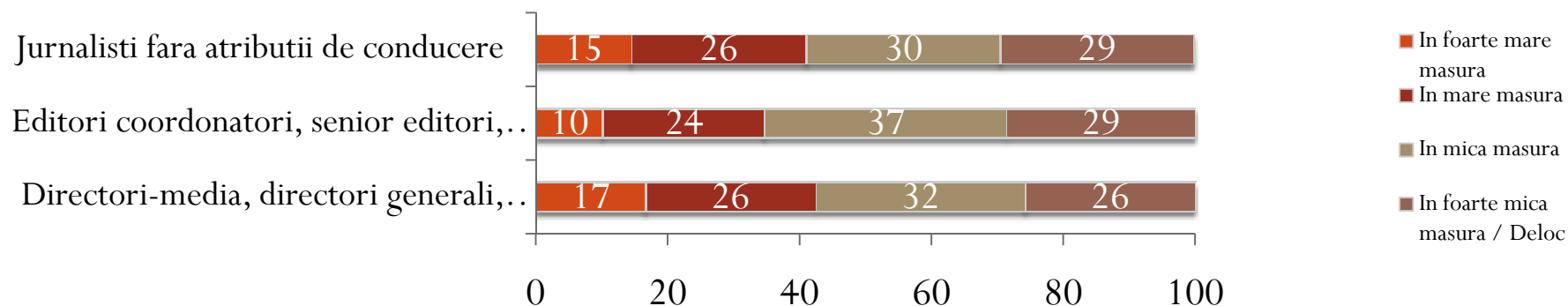
“Patronii de media sunt dezinteresați de crearea unui organism de autoreglementare a presei”



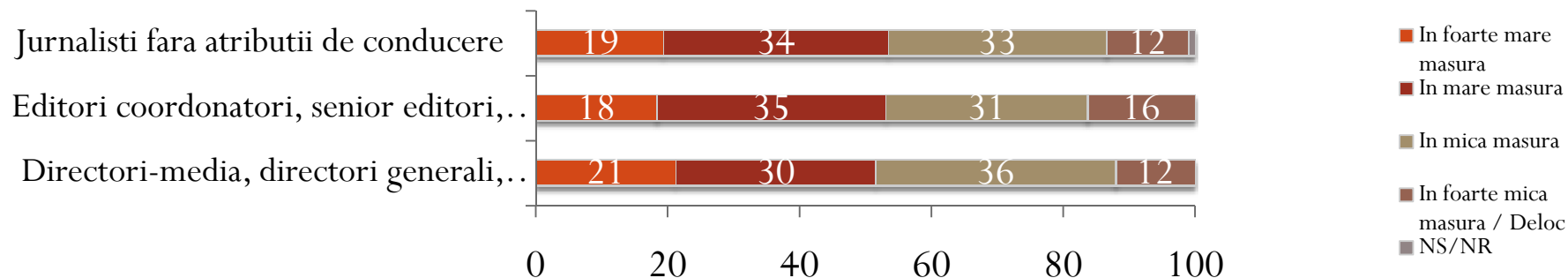
CJ 4. Vă voi citi o serie de afirmații. Vă rog să îmi spuneți în ce măsură sunteți de acord cu fiecare dintre ele? (**răspuns unic**)

Aspecte ale autoreglementării – după funcția respondenților %, N=508, (slide 5/7)

“Jurnalistul poate încălca dreptul la viața privată al unei persoane dacă o face în interes public”



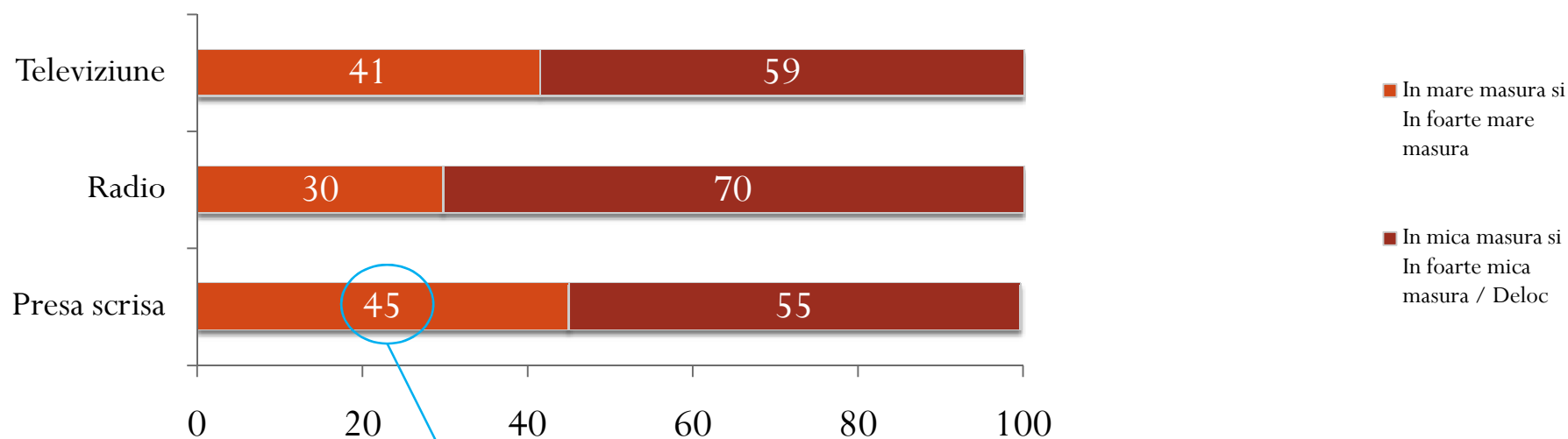
“Nu există persoane suficient de credibile pentru a fi alese într-un organism de autoreglementare a breslei, care să judece încălcările deontologiei”



CJ 4. Vă voi citi o serie de afirmații. Vă rog să îmi spuneți în ce măsură sunteți de acord cu fiecare dintre ele? (**răspuns unic**)

Aspecte ale autoreglementării – după tipul media, %, N=508, (slide 6/7)

“Jurnalistul poate încălca dreptul la viață privată al unei persoane dacă o face în interes public”

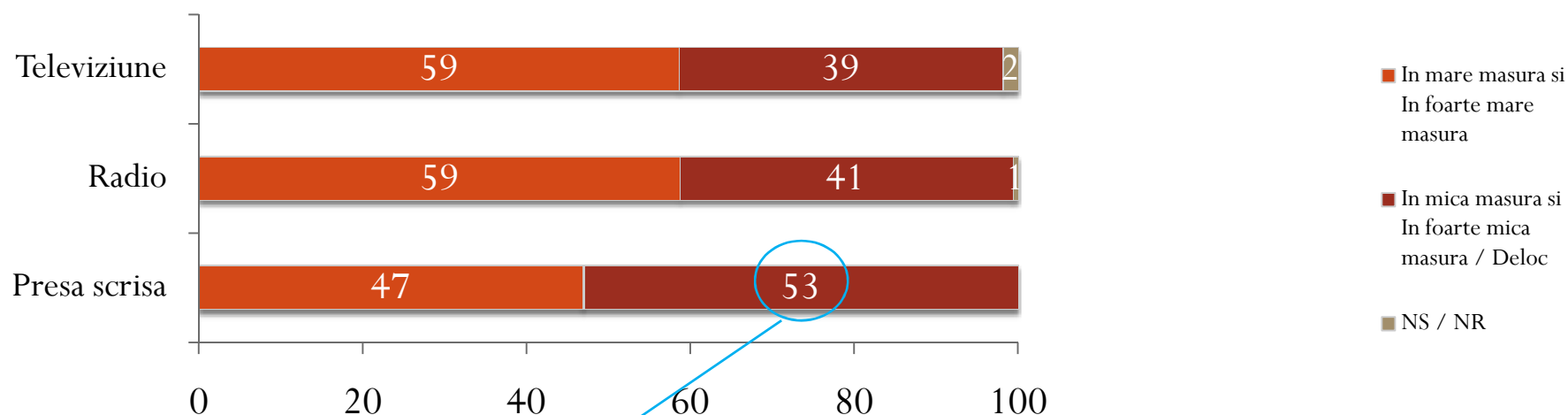


Diferențe
semnificative
statistic

Jurnaliștii din presa scrisă sunt cei mai dispuși să încălce dreptul la viața privată al unei persoane dacă ar face-o în interes public

Aspecte ale autoreglementării – după tipul media %, N=508, (slide 7/7)

“Nu există persoane suficient de credibile pentru a fi alese într-un organism de autoreglementare a breslei, care să judece încălcările deontologiei”



Diferențe
semnificative
statistic

Jurnaliștii din presa scrisă sunt mai puțin sceptici în privința existenței unor persoane credibile care să conducă un organism de autoreglementare a breslei

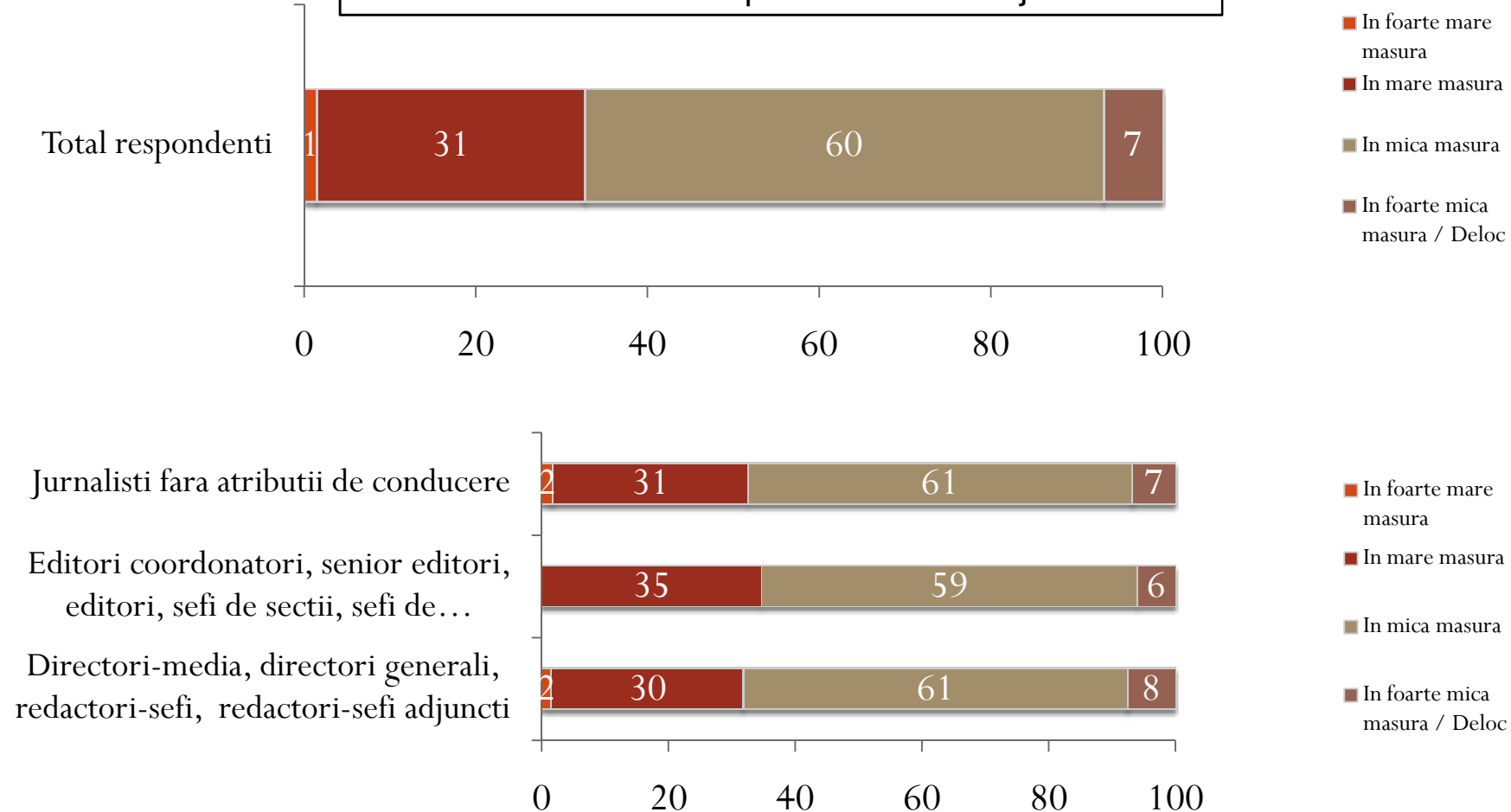
Percepția asupra respectării normelor jurnalistice și cauzele cele mai frecvente ale încălcării acestor norme

- În ceea ce privește respectarea normelor jurnalistice, doar 32% dintre respondenți spun că din punctul lor de vedere aceste norme sunt respectate în practică. Răspunsurile nu diferă în funcție de poziția pe care o are respondentul în redacție - jurnalist cu sau fără funcție de conducere.
- Cauza cea mai des invocată privind încălcarea normelor jurnalistice este legată de **presiunile politice**; 60% dintre respondenți spun că este una dintre cele mai frecvente cauze. Jurnaliștii din radio și televiziune invocă mai des presiunile politice decât cei din presa scrisă.
- De asemenea, **insuficienta pregătire a jurnaliștilor** este o cauză frecventă a încălcării normelor, mai ales din punctul de vedere al jurnaliștilor din presa cu acoperire națională.
- Jurnaliștii din presa locală menționează mai des **influența patronatului** drept cauză a încălcării deontologiei.

Percepția asupra respectării normelor jurnalistice

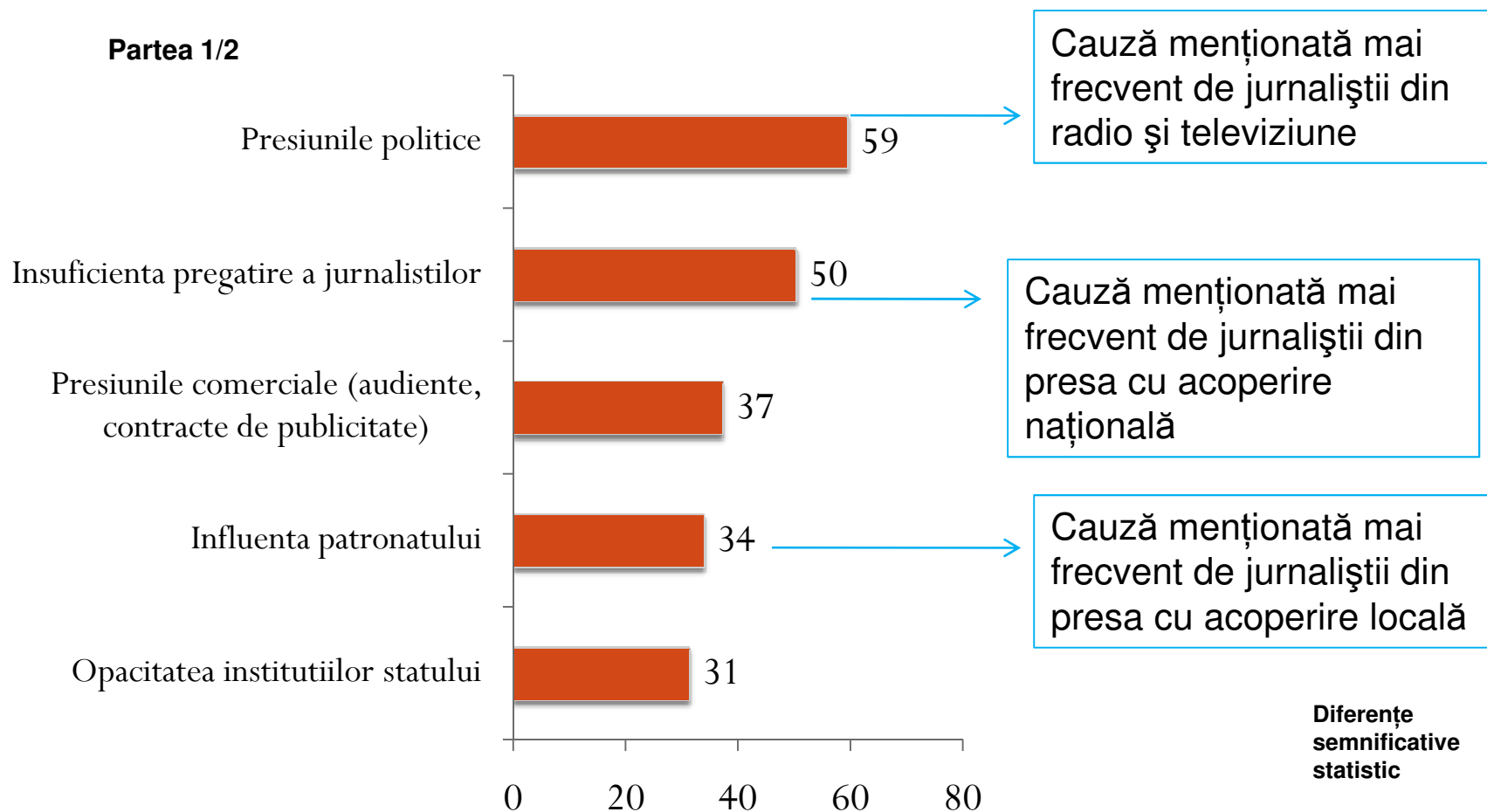
%, N=508

Măsura în care sunt respectate normele jurnalistice



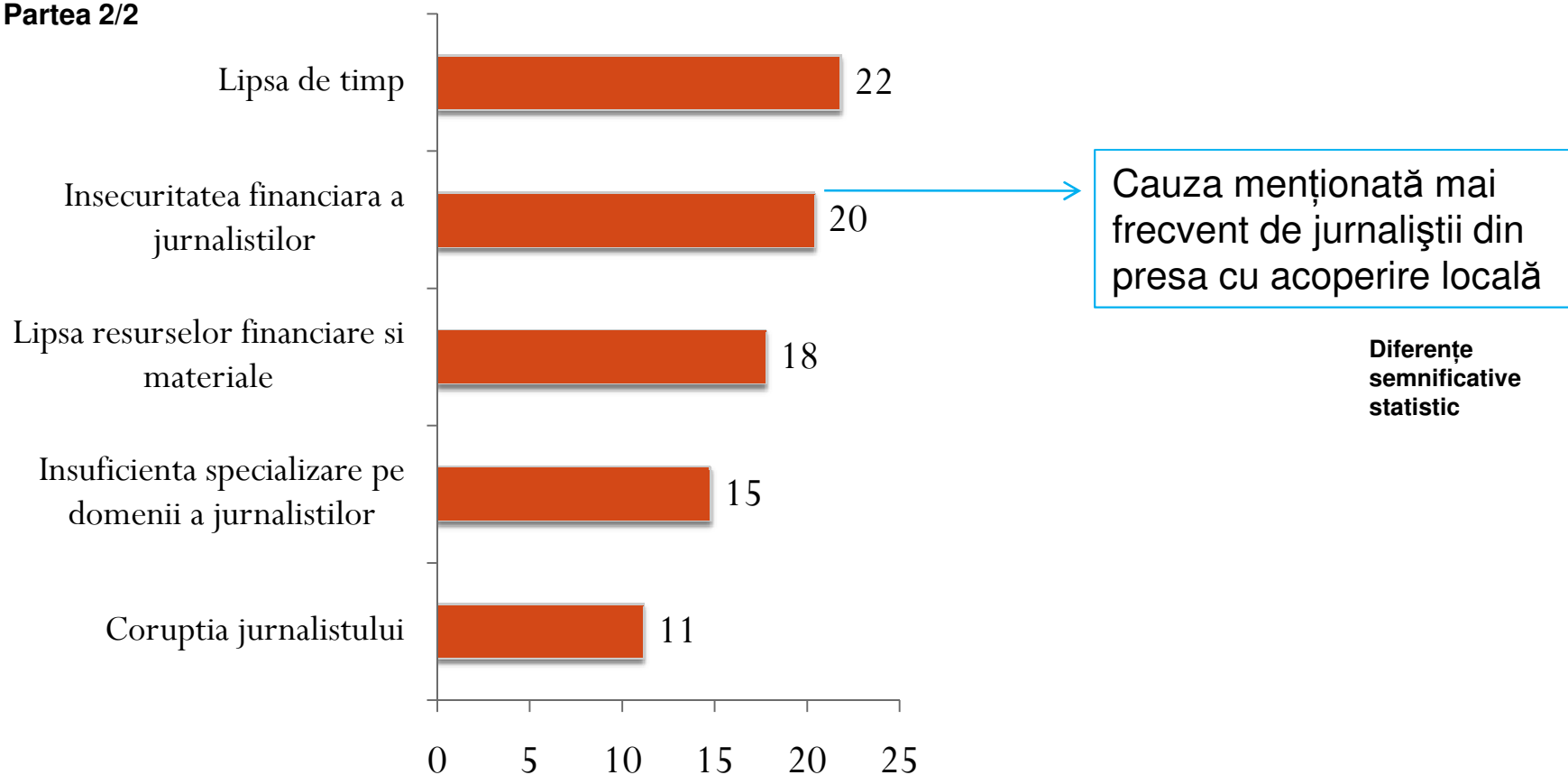
Cauzele cele mai frecvente ale încălcării normelor jurnalistice %, N=508, (slide 1/4)

Partea 1/2



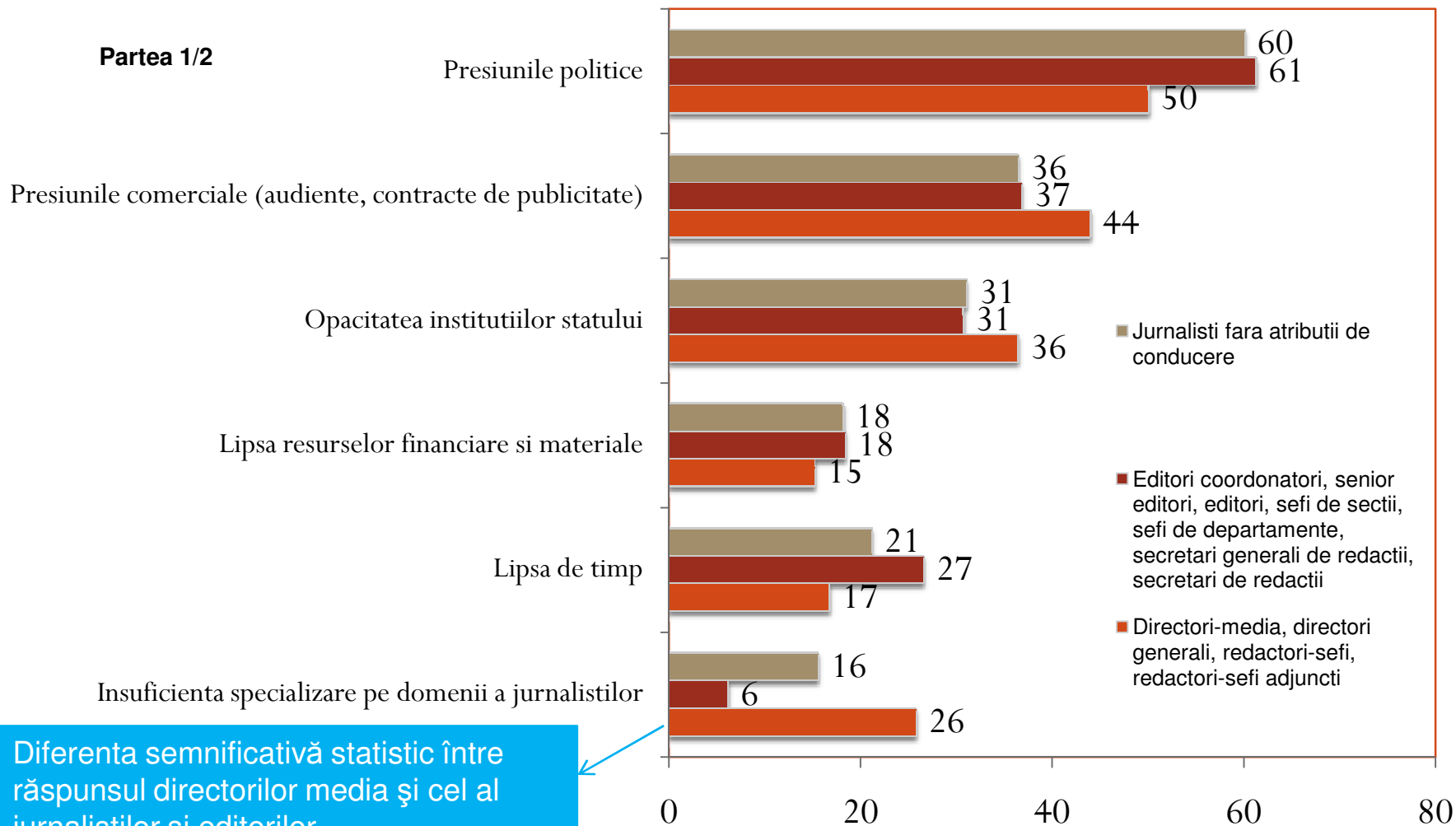
Cauzele cele mai frecvente ale încălcării normelor jurnalistice %, N=508, (slide 2/4)

Partea 2/2



Cauzele cele mai frecvente ale încălcării normelor jurnalistice – după funcția respondentului %, N=508, (slide 3/4)

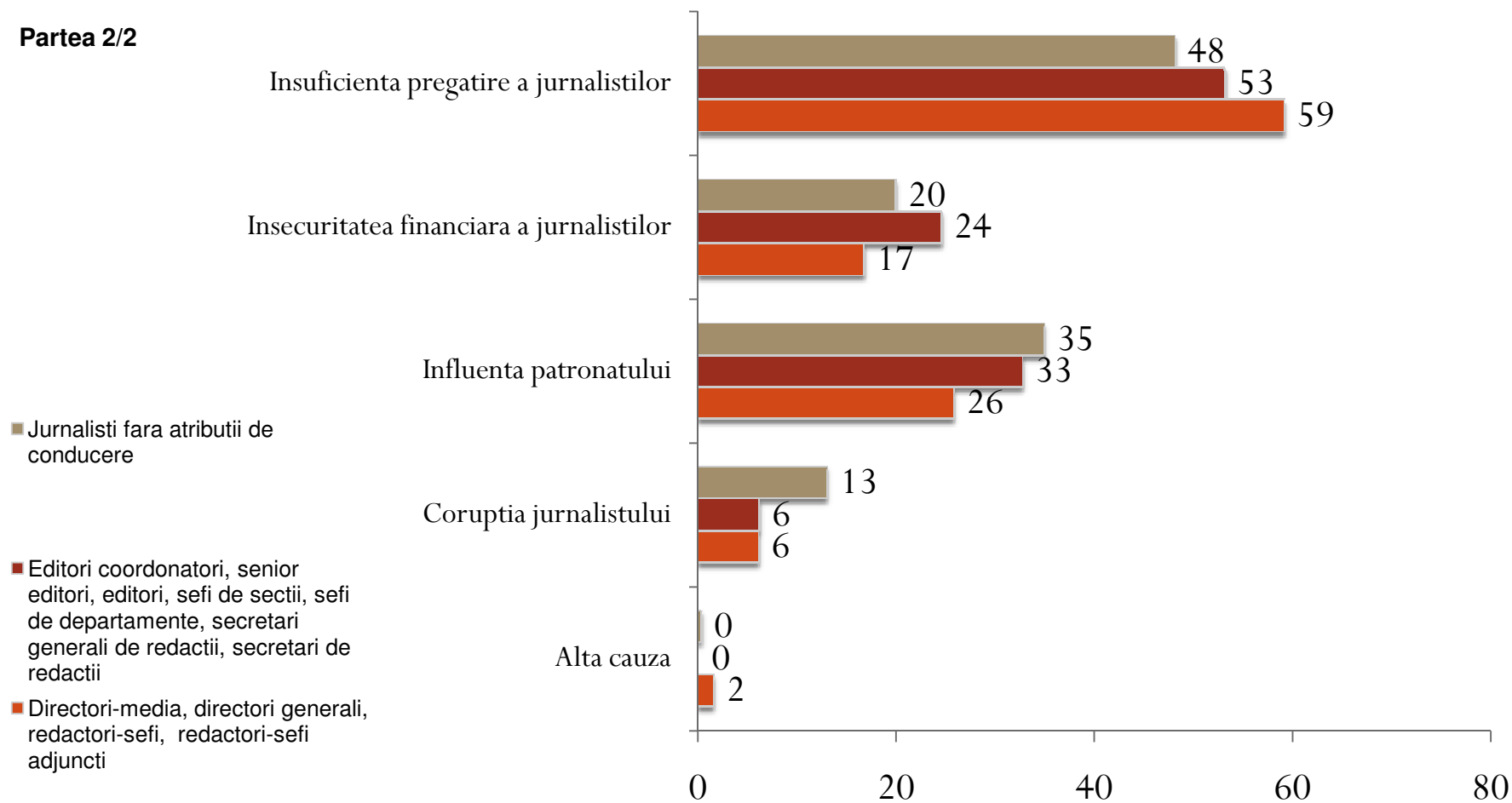
Partea 1/2



Diferenta semnificativă statistic între răspunsul directorilor media și cel al jurnaliștilor și editorilor

Cauzele cele mai frecvente ale încălcării normelor jurnalistice – după funcția respondentului %, N=508, (slide 4/4)

Partea 2/2

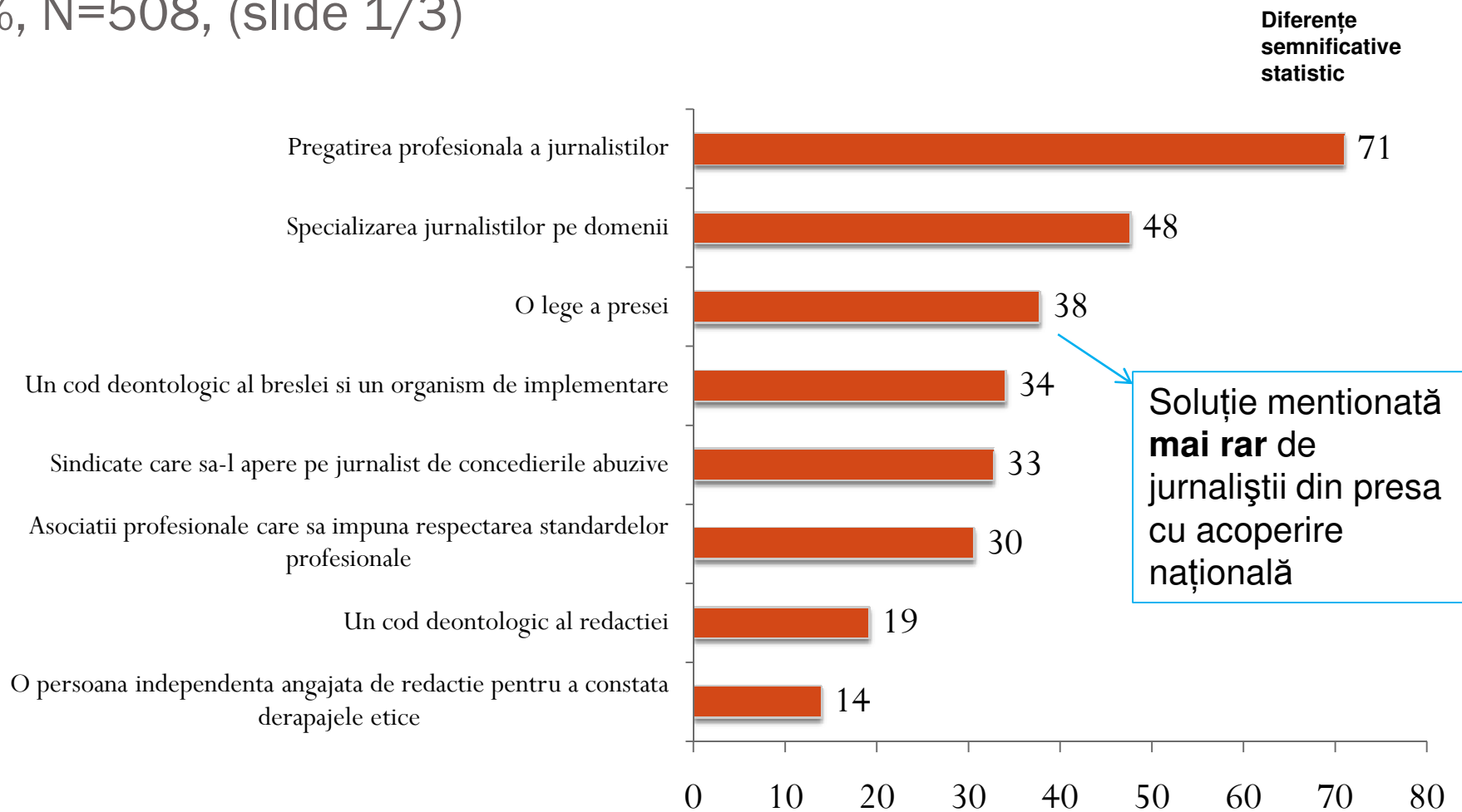


Soluții ale creșterii nivelului de respectare a deontologiei și posibile sancțiuni

- Chiar dacă cea mai des întâlnită cauză a încălcării normelor este legată de presiunile politice, cea mai des întâlnită soluție pentru respectarea deontologiei este **pregătirea profesională a jurnaliștilor** – 71% dintre respondenți propun această soluție.
- Aproape jumătate dintre respondenți spun că **specializarea jurnaliștilor pe domenii** ar fi o soluție bună pentru creșterea respectării deontologiei.
- Aproape 40% spun că **o lege a presei** este o soluție viabilă, dar jurnaliștii din presa cu acoperire națională menționează mai rar această soluție decât cei din presa locală.
- Doar o treime dintre respondenți văd drept soluție un **cod deontologic al breslei** și un **organism de implementare**.
- Sancțiunile preferate de respondenți sunt **obligarea la corectarea erorii** (73%) și **obligarea publicării de scuze** (42%). Jurnaliștii din presa locală și cei din presa scrisă în general sunt mai dispuși să publice scuze decât cei cu acoperire națională și cei din alte tipuri de media (radio și tv). Jurnaliștii fără atribuții de conducere preferă într-o proporție mai mică obligarea la corectarea erorii decât respondenții cu funcții de conducere.

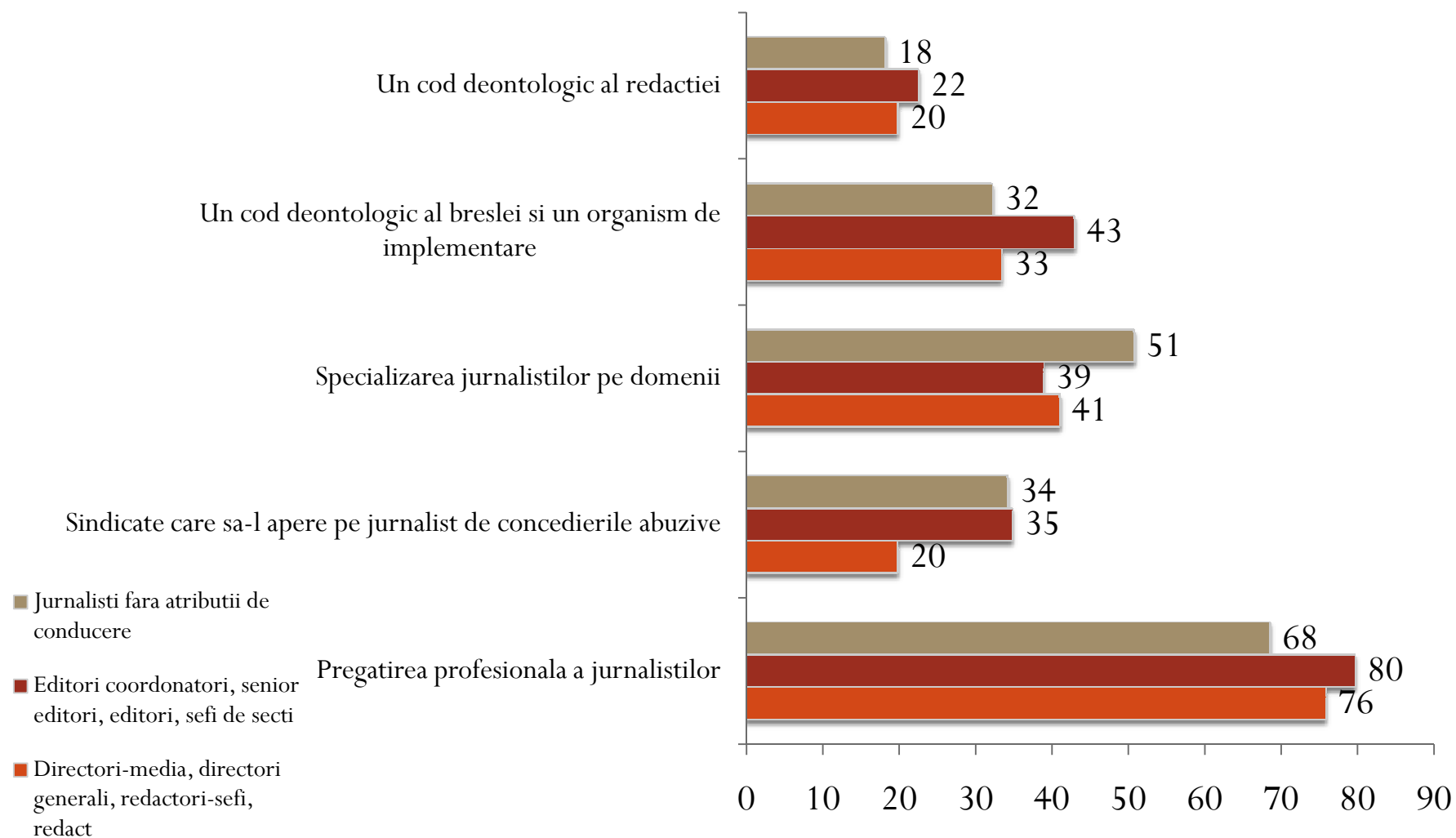
Soluțiile creșterii gradului respectării deontologiei – total mențiuni

%, N=508, (slide 1/3)



Soluție menționată mai rar de jurnaliștii din presa cu acoperire națională

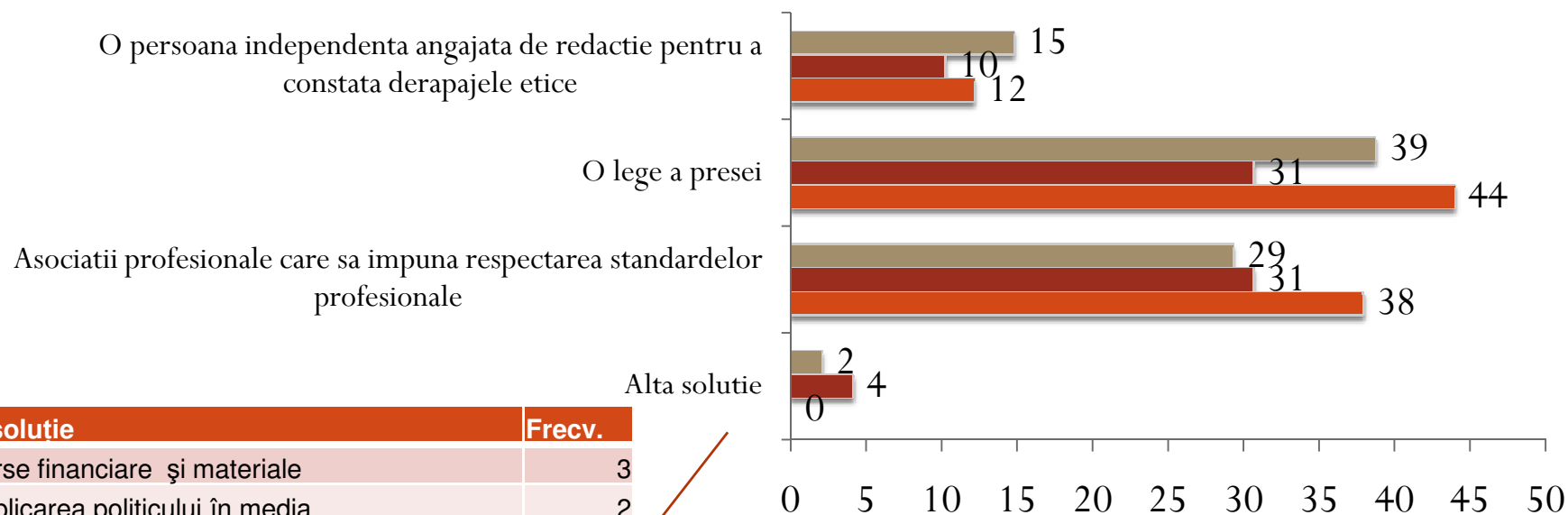
Soluțiile creșterii gradului respectării deontologiei – după funcția respondentului %, N=508, (slide 2/3)



CJ7. În opinia dvs., care sunt soluțiile creșterii gradului respectării deontologiei? Vă rugăm să menționați principalele 3 soluții. răspuns multiplu)

Soluțiile creșterii gradului respectării deontologiei – după funcția respondentului

%, N=508, (slide 3/3)

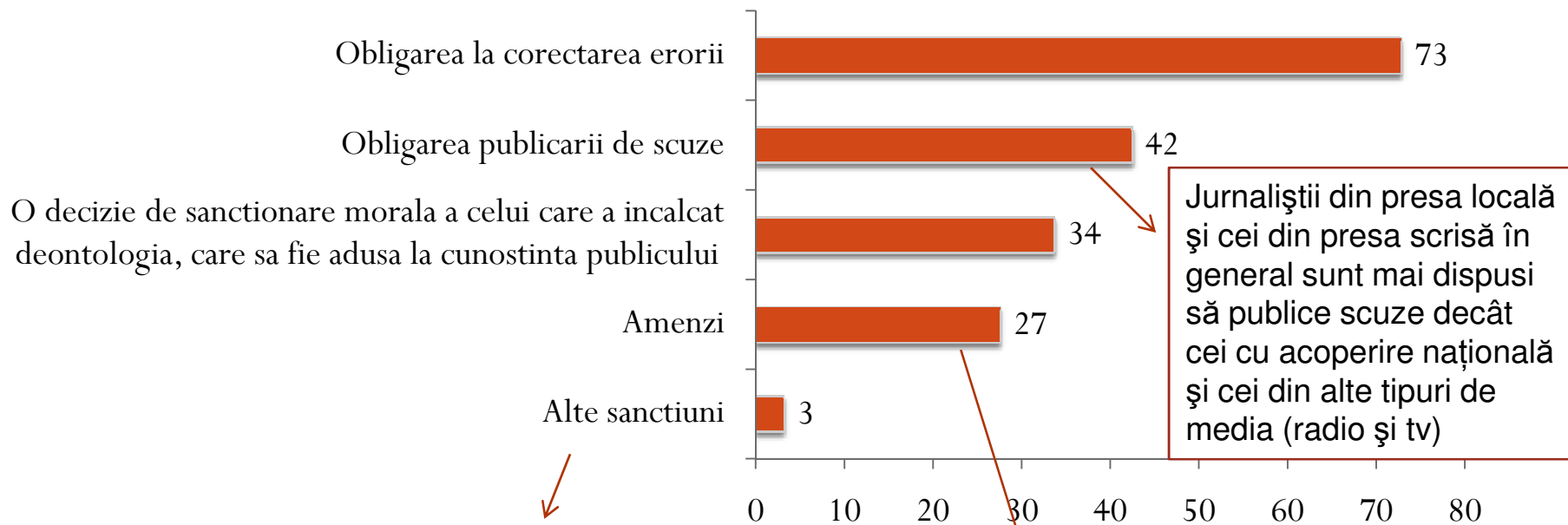


Altă soluție	Frecv.
Resurse financiare și materiale	3
Neimplicarea politicianului în media	2
O piata economica sanatoasa in care organismele media sa functioneze ca si orice societate comerciala pe principii de eficienta	1
Modificarea legilor referitoare la transparenta institutionala ; adoptarea unor reguli clare referitoare la publicitatea publica	1
Schimbarea perceptiei față de presă	1
Transparenta instituțiilor	1
Timp suficient pt. documentare și investigație	1
Total	10

CJ7. În opinia dvs., care sunt soluțiile creșterii gradului respectării deontologiei? Vă rugăm să menționați principalele 3 soluții. *răspuns multiplu*)

Sanctiuni în cazul încălcării deontologiei

%, N=508, (slide 1/2)



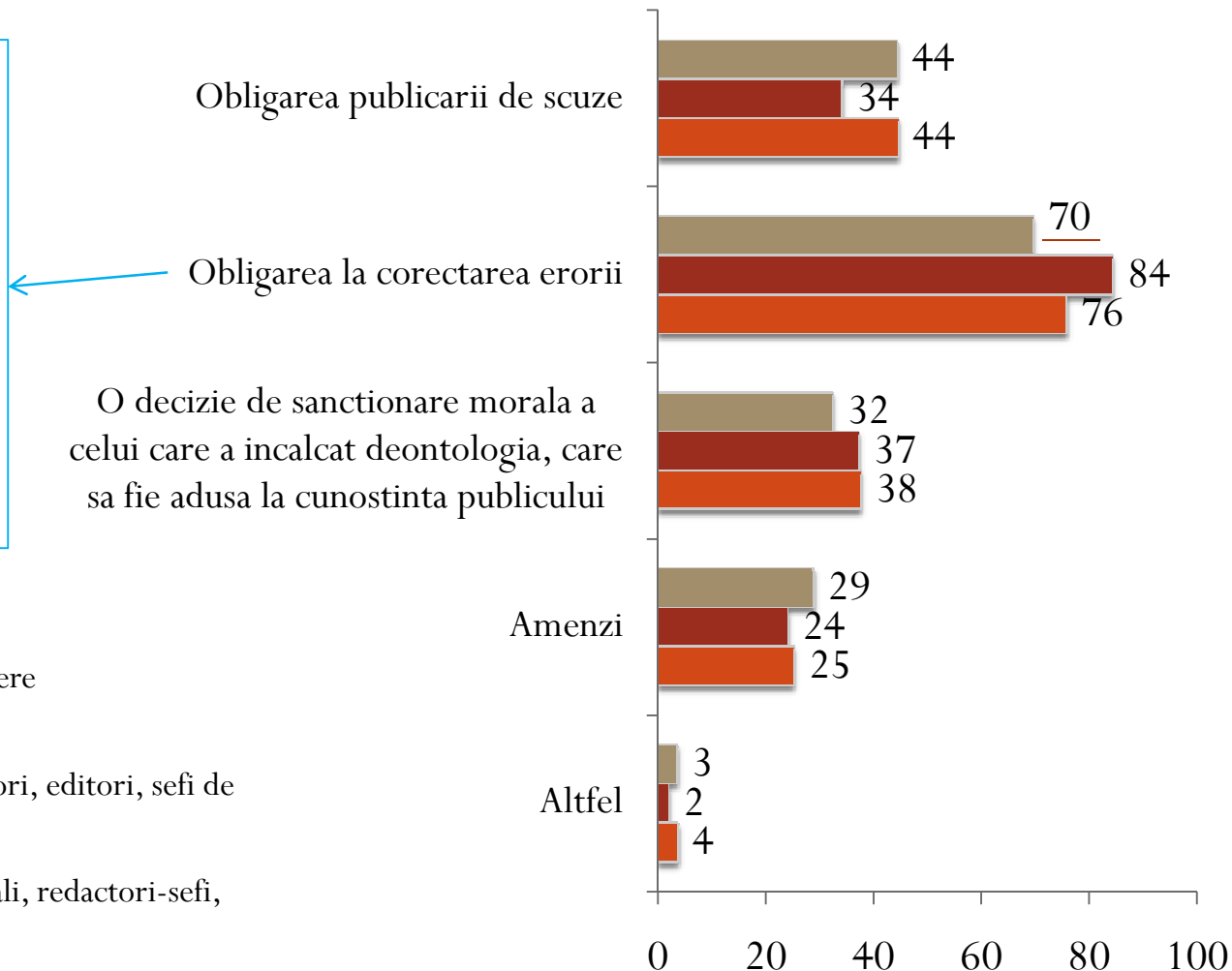
Alte sancțiuni	Mentionări (frecvențe)
Nu trebuie să existe sancțiuni	2
Concedieri fără drept de angajare în domeniu	8
Obligarea trustului de media de a angaja specialiști	1
Desfacerea contractului de muncă	1
Raspundere penală	1
Ridicarea dreptului de semnătură	1

Diferențe semnificative statistic

Sanțiuni în cazul încălcării deontologiei

%, N=508, (slide 2/2)

Jurnaliștii fără atribuții de conducere preferă într-o proporție mai mică obligarea la corectarea erorii decât respondenții cu funcții de conducere



■ Jurnalisti fara atribuții de conducere

■ Editori coordonatori, senior editori, editori, sefi de secti

■ Directori-media, directori generali, redactori-sefi, redact

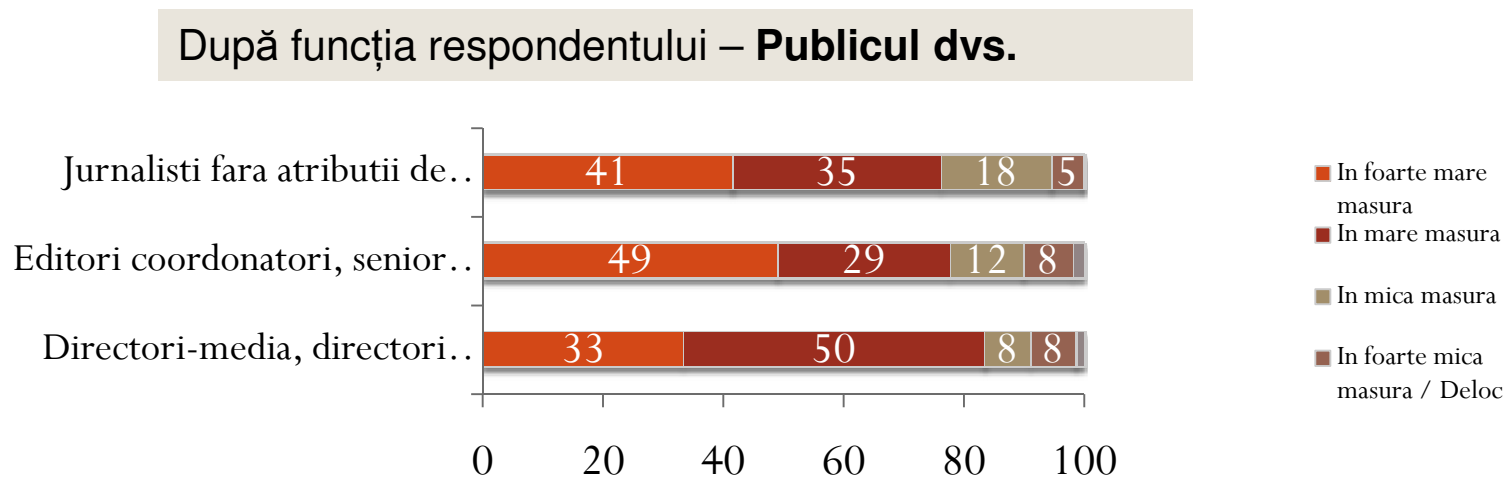
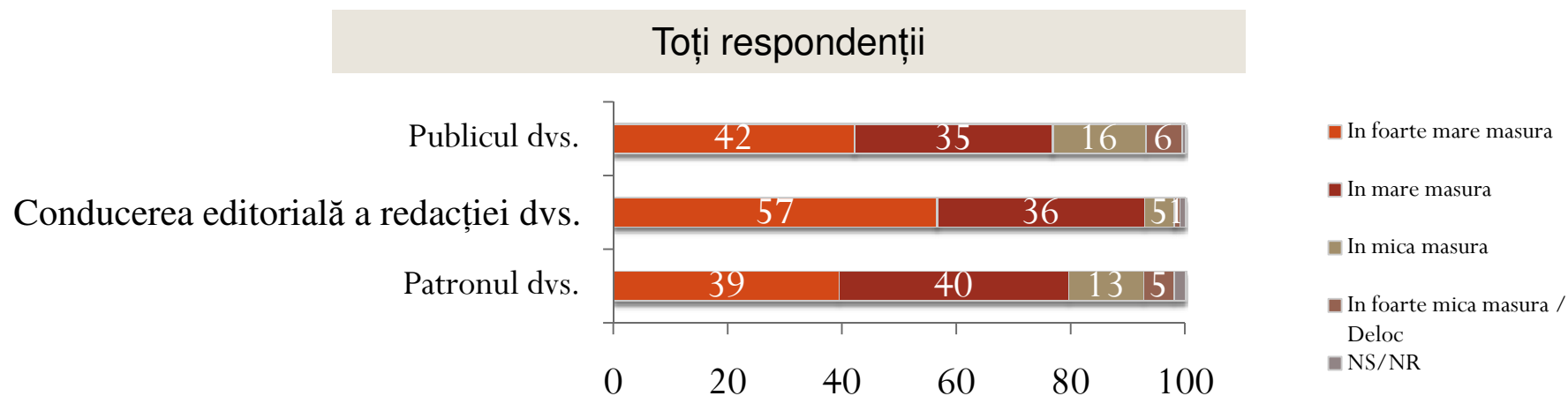
Interesul față de respectarea eticii jurnalistice

- Cei mai multi respondenți cred că cei mai interesați de respectarea eticii jurnalistice sunt **persoanele din conducerea editorială a redacției** și mai puțin patronul ziarului și publicul – 95% față de 79%, respectiv 77%

Ghiduri deontologice

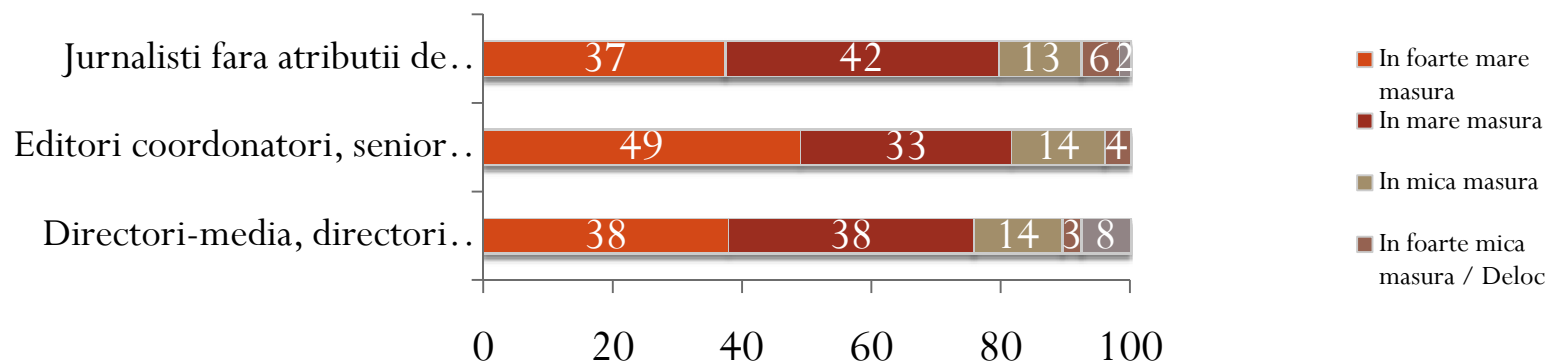
- Întrebați de existența în redacții a unui document de politică editorială, puțin mai mult de jumătate dintre respondenți au declarat că știu despre existența unui astfel de document. Jurnaliștii din media cu acoperire națională spun într-o mai mare măsură că au un document de politică editorială în redacții decât cei din media locală.
- Doar jumătate din respondenți spun că știu ghiduri deontologice, iar jurnaliștii fără funcții de conducere declară într-o mai mare măsură că nu cunosc astfel de ghiduri decât cei cu funcții de conducere. Din totalul de menționări de coduri deontologice, doar aproximativ o treime sunt nume specifice, restul fiind menționări generice.

Interesul față de respectarea eticii jurnalistice %, N=508, (slide 1/2)

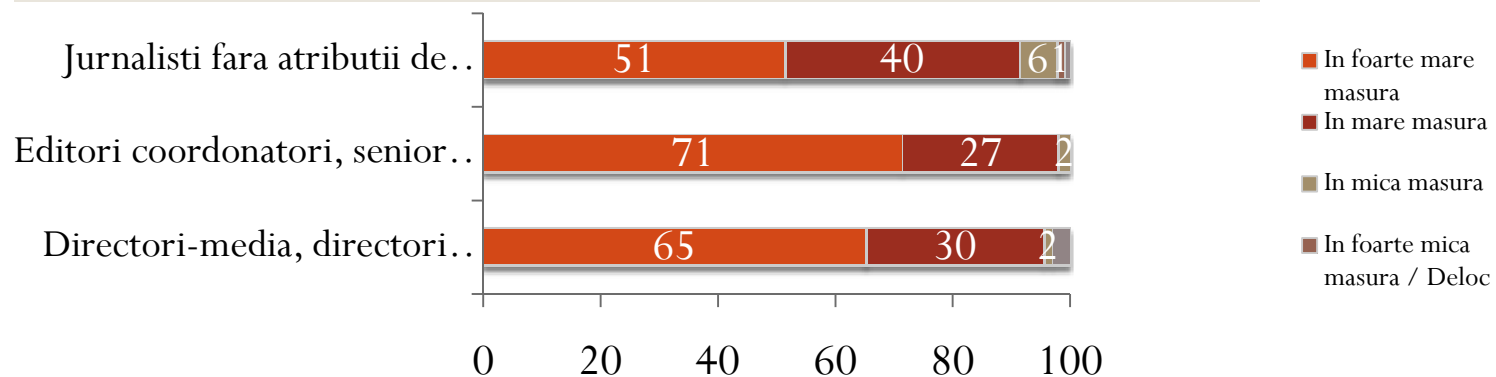


Interesul față de respectarea eticii jurnalistice %, N=508, (slide 2/2)

După funcția respondentului – Patronul dvs.

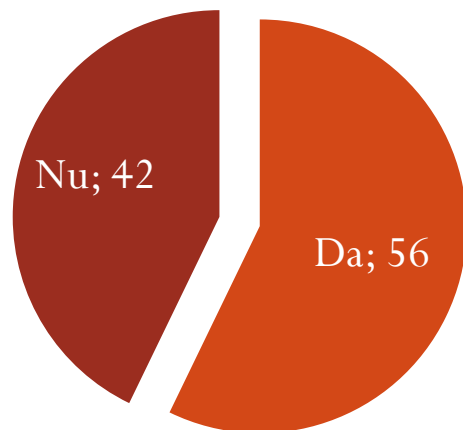


După funcția respondentului – Conducerea editorială a redacției dvs.



Existența în redacții a unui document de politică editorială

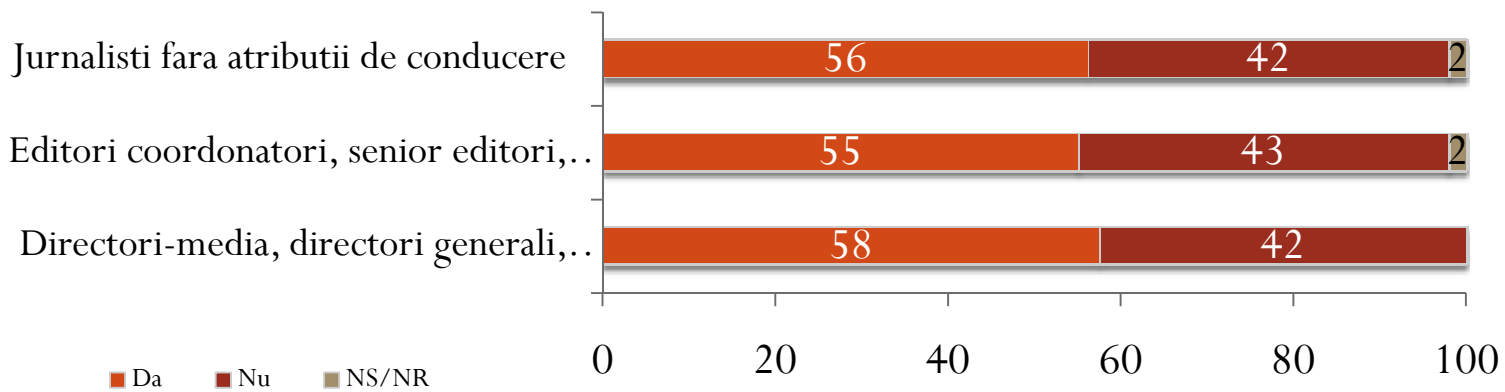
%, N=508



Diferențe semnificative statistic

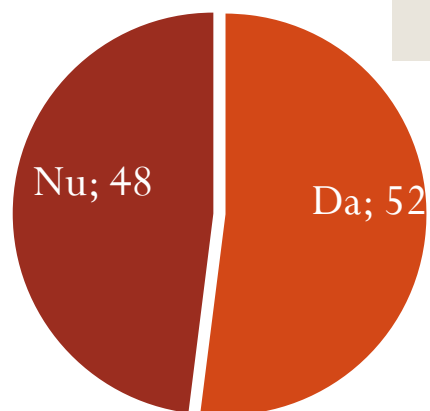
Toți respondenții

- Mai multe răspunsuri pozitive în rândul jurnaliștilor din media cu acoperire națională
- Mai puține răspunsuri pozitive în rândul jurnaliștilor din presă scrisă



Grad de cunoaștere ghiduri deontologice

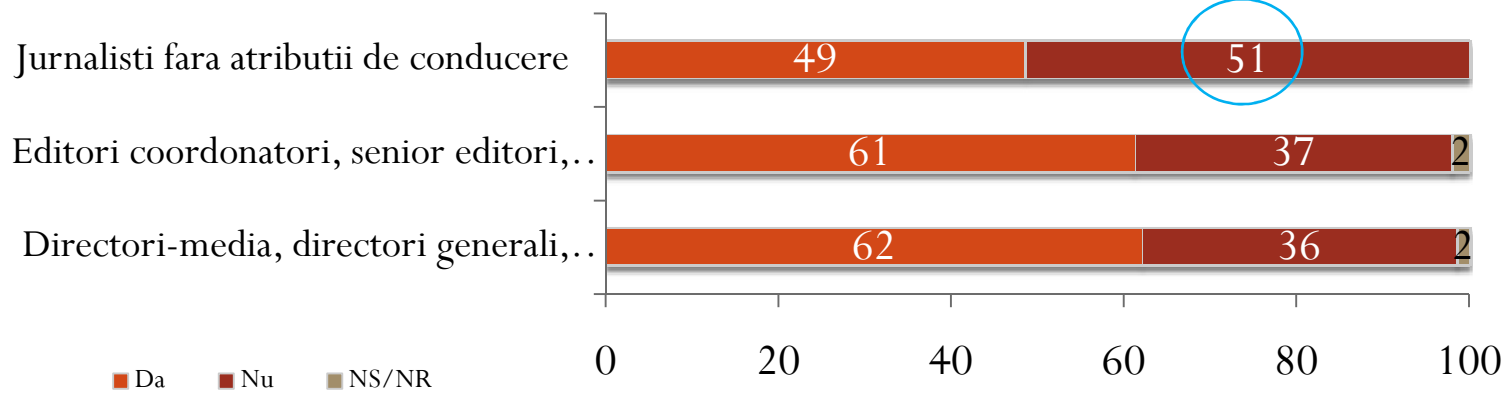
%, N=508



Toti respondenții

Diferențe semnificative statistic

Jurnaliștii fără funcții de conducere cunosc într-o mai mică măsură ghiduri deontologice



Ghiduri deontologice enunțate de respondenți

N=263 (persoanele care au spus că știu coduri deontologice)

Coduri enunțate de respondenți	Menționări (frecvențe)	Coduri enunțate de respondenți	Menționări (frecvențe)
cod deontologic generic/ neidentificat	69	codul Uniunii Jurnaliștilor Maghiari	5
enunțarea unor principii deontologice, nu al unui cod	52	cod Societatea Română de Radiodifuziune	5
bibliografie specifică, literatura de specialitate /cursuri	46	nume organizatie media	5
legi	45	codul Uniunii Ziaristilor Profesioniști	4
codul Clubului Român de Presă	36	cod deontologic neidentificat Germania	3
cod și lege Societatea Româna de Televiziune	18	cod deontologic neidentificat Franța	2
codul deontologic intern al ziarului / al redactiei din care fac parte	15	cod Reuters	2
codul Convenției Organizațiilor de Media	14	codul MediaSind	2
cod BBC	12	cod deontologic neidentificat Anglia	1
codul Asociației Jurnaliștilor din România	8	ghidul Realitatea TV	1
cod deontologic neidentificat Europa	6	codul Agenției France Presse	1
		codul Agerpres	1
		codul MediaSind	1

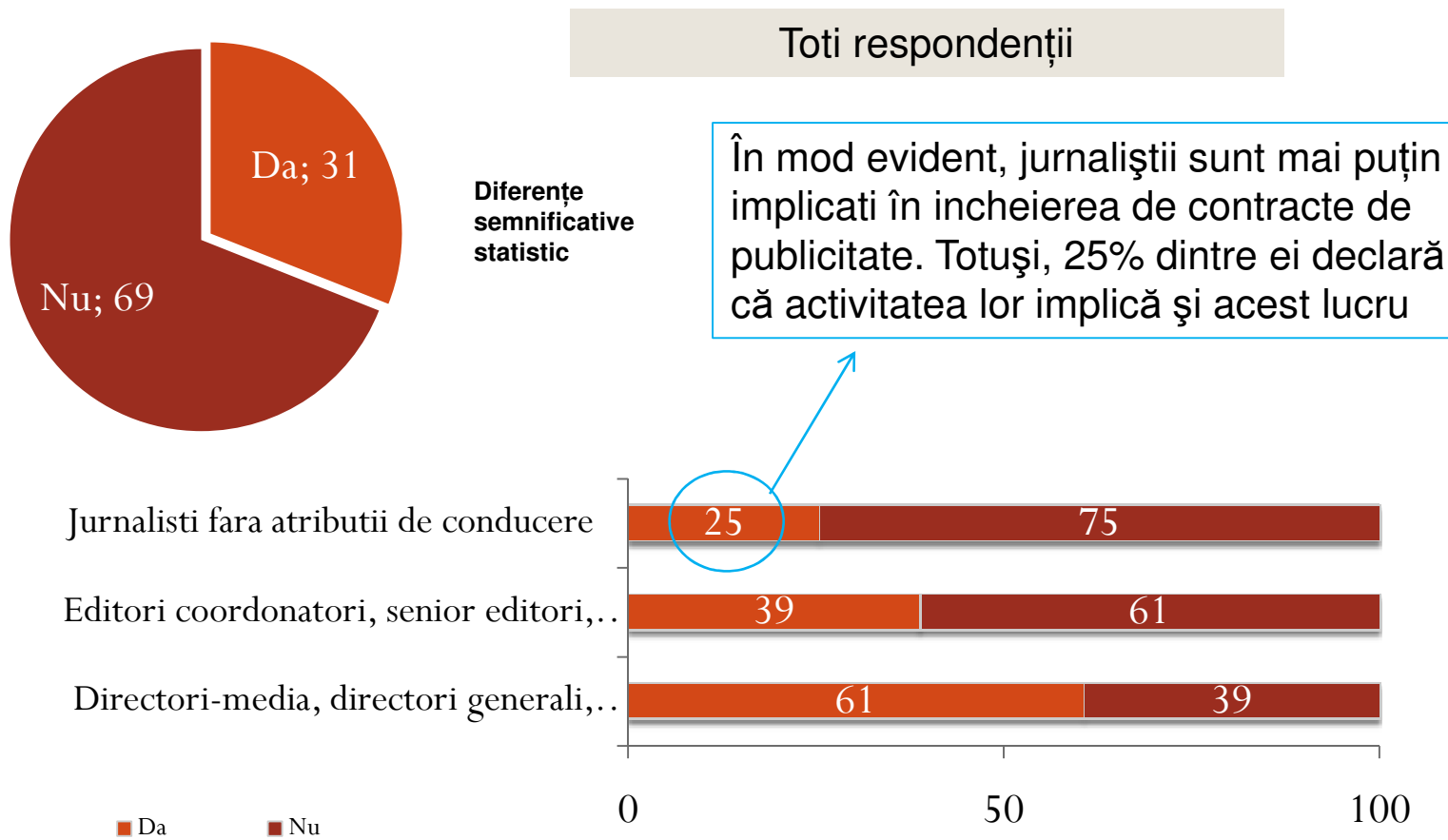
Implicarea jurnaliștilor în încheierea de contracte de publicitate

- 31% dintre respondenți spun că sunt implicați în încheierea de contracte de publicitate. Din totalul celor care nu au funcții de conducere, un sfert dintre ei spun că sunt în continuare implicați activ în acest demers.
- Jurnaliștii din presa locală și cei din radio spun că sunt implicați în mai mare măsură în încheierea de contracte de publicitate.

Prezența în redacții a subiectelor interzise

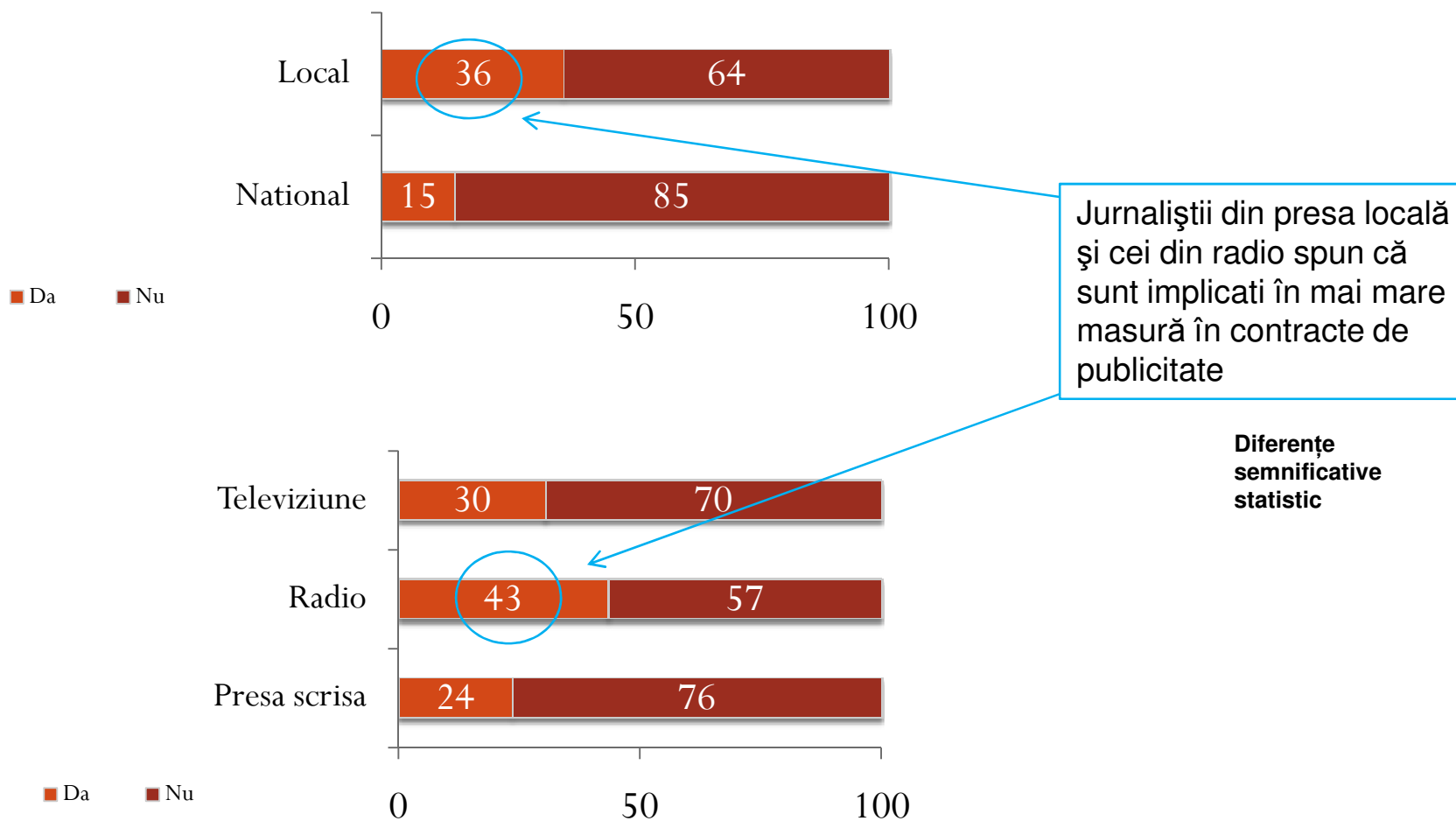
- Întrebați dacă există subiecte interzise în redacții, 17% dintre respondenți reclamă acest lucru.
- Mai puțin de jumătate spun că nu au avut diferențe de opinie cu superiorii pentru publicarea unui articol; 41% dintre respondenți spun că au invocat norme deontologice în sprijinul materialului lor, iar dintre aceștia doar un sfert spun că acest lucru nu a ajutat.

Încheierea de contracte de publicitate %, N=508, (slide 1/2)

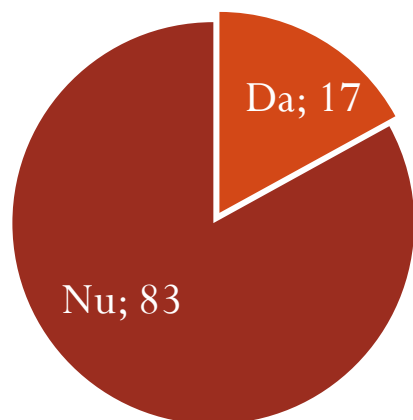


Încheierea de contracte de publicitate

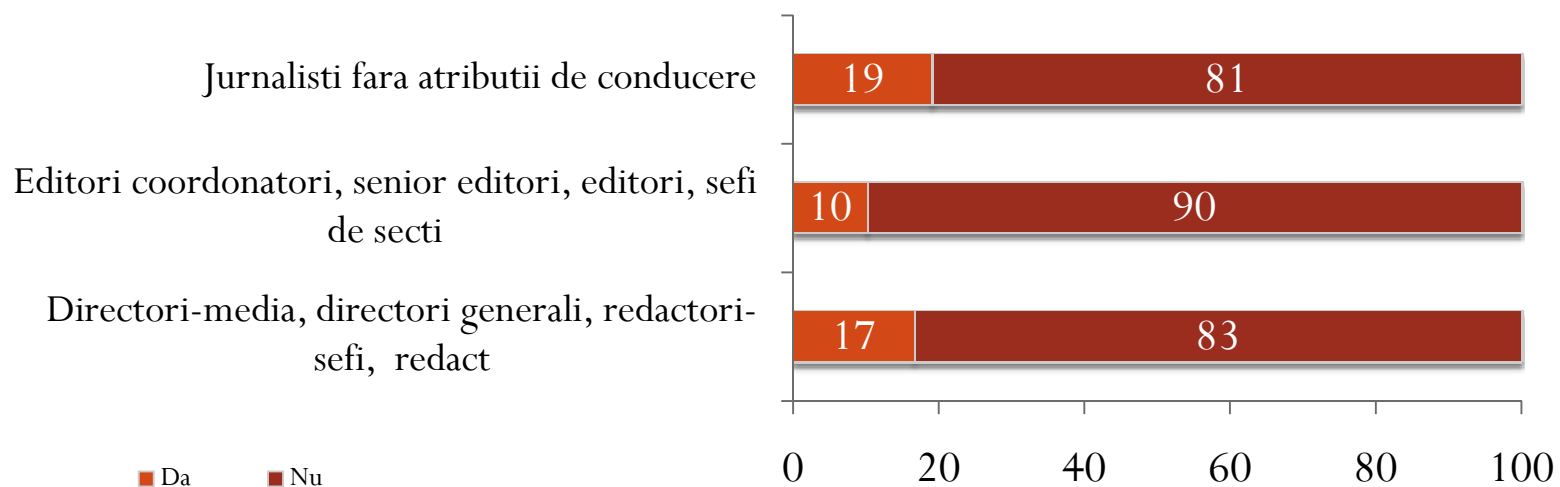
% N=508 (slide 2/2)



Prezența în redacții a subiectelor interzise % N=508

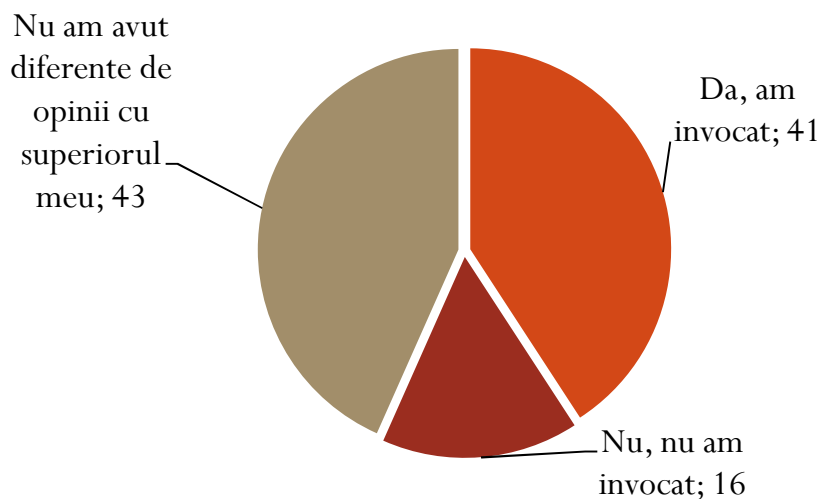


Toți respondenții

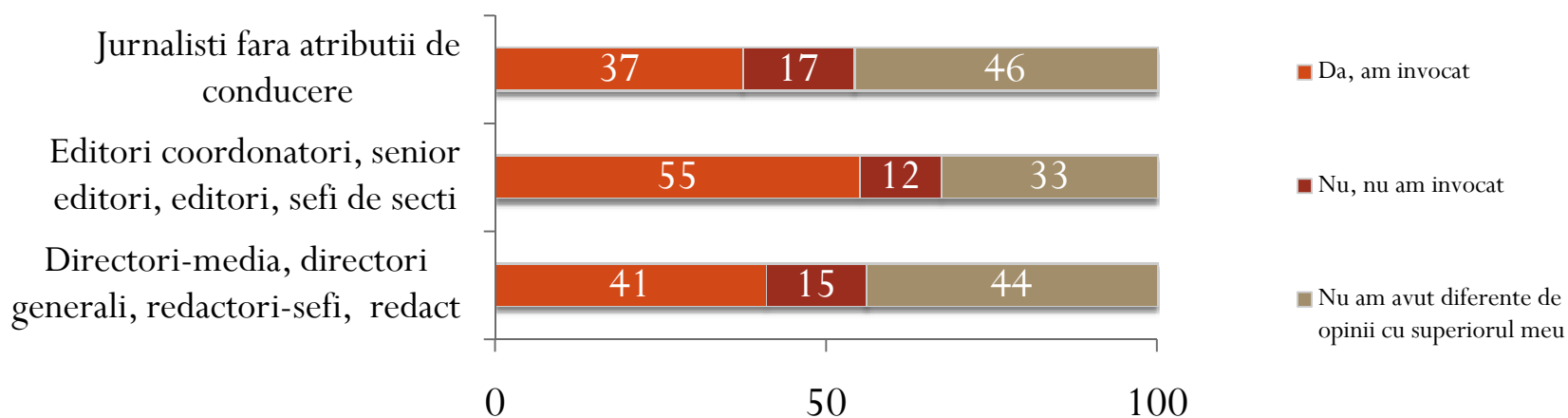


Invocarea normelor deontologice în sprijinul materialului scris

% N=508

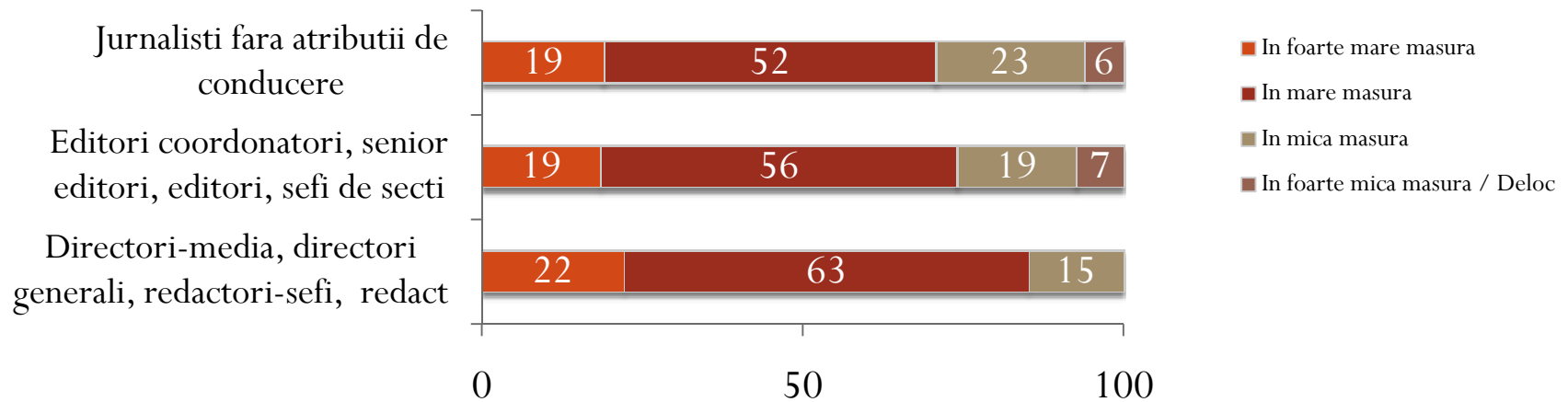
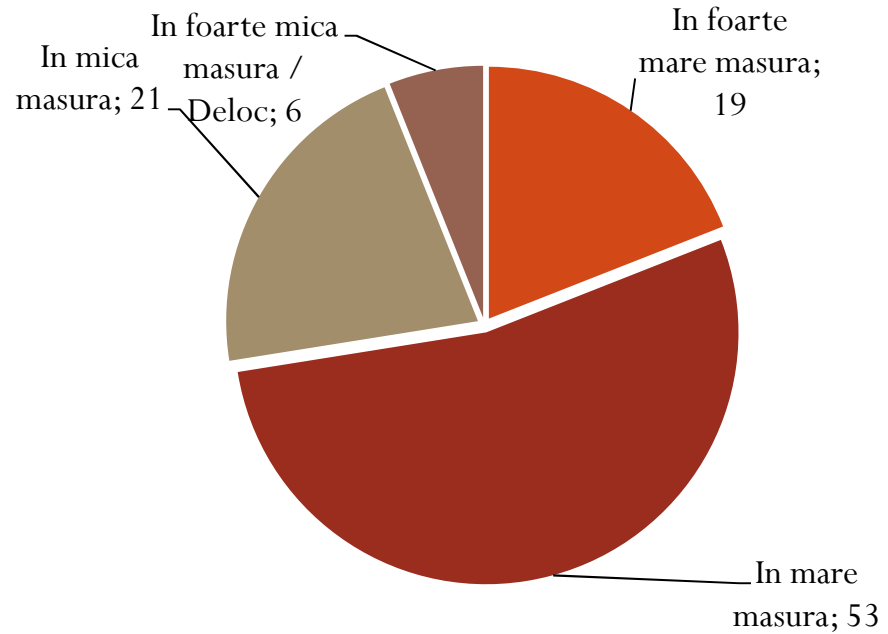


Toți respondenții



Măsura în care invocarea normelor deontologice a ajutat la publicarea materialelor %, N=201

Toți respondenții



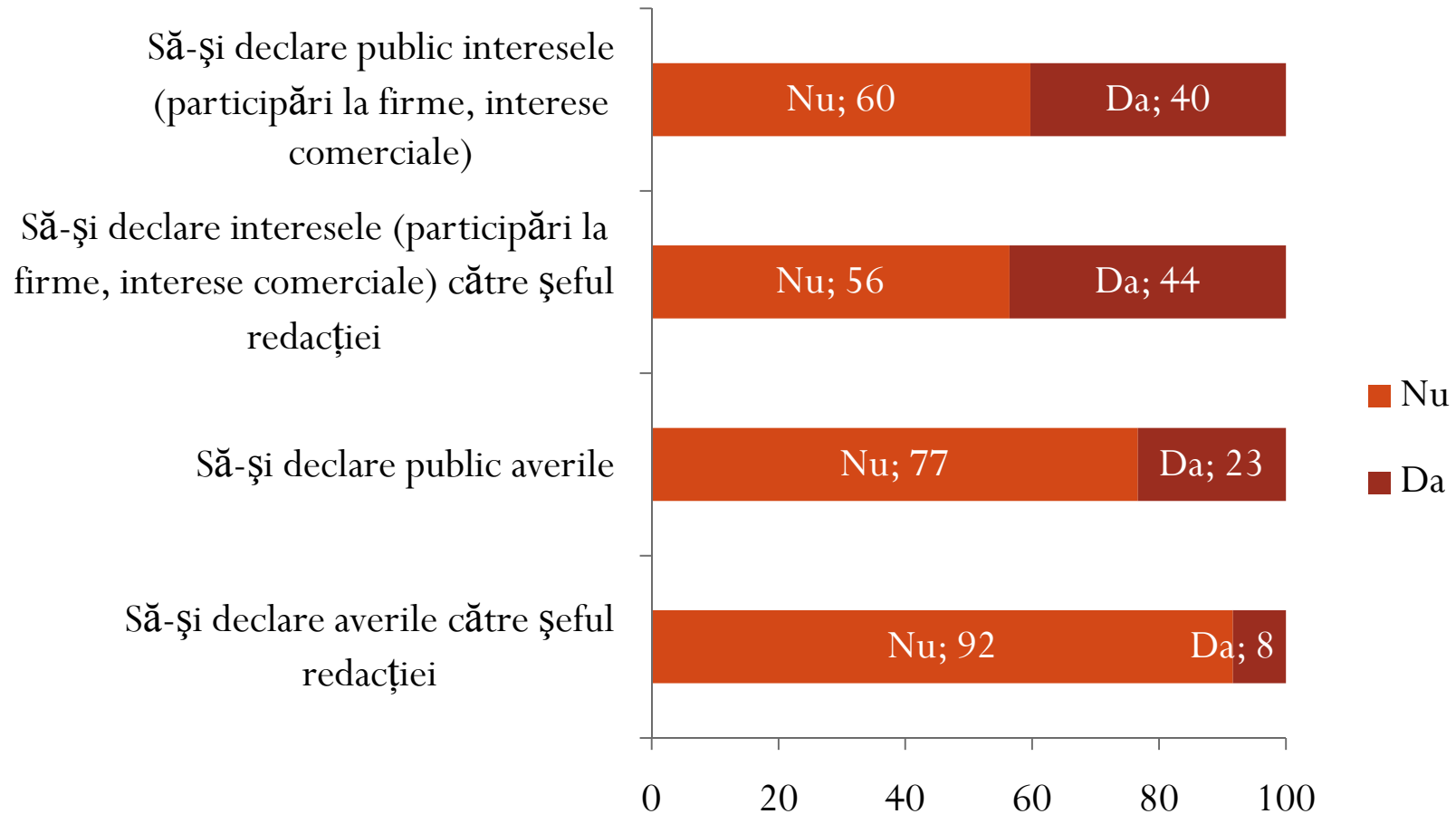
Transparența averilor și intereselor

- Aproape toți respondenții sunt împotriva declarării averilor către șeful redacției și mai mult de trei sferturi împotriva declarării publice a averilor.
- Ceva mai mult de jumătate dintre ei sunt de acord să își facă publice interesele (participări la firme, interese comerciale etc.)

Modele pentru mediul jurnalistic

- O treime dintre respondenți îl numesc pe Cristian Tudor Popescu drept model pentru mediul jurnalistic în ceea ce privește respectarea eticii profesionale. Acesta este urmat la diferență mare de procente de Ion Cristoiu și Robert Turcescu (cu 12 %) și Mircea Badea și Emil Hurezeanu cu 10 procente. Procente peste 5% mai înregistrează Marius Tucă și Andreea Esca. Ceilalți jurnaliști menționați au procente de sub 5%.
- 14% dintre respondenți spun că nu există persoane care să fie date drept exemplu de urmat pentru respectarea normelor etice.

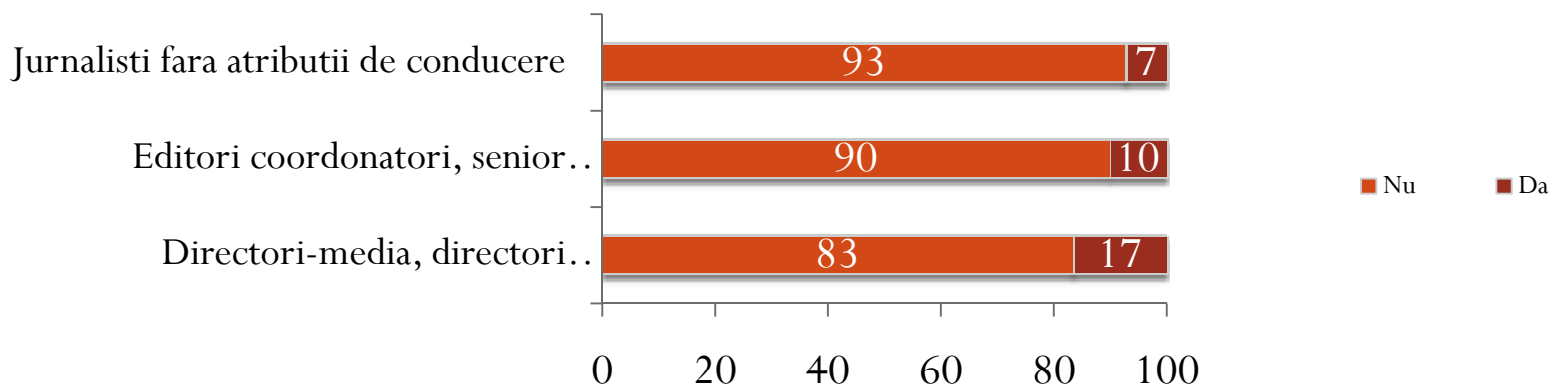
Transparența averilor și intereselor – total respondenți % N=508 (slide 1/3)



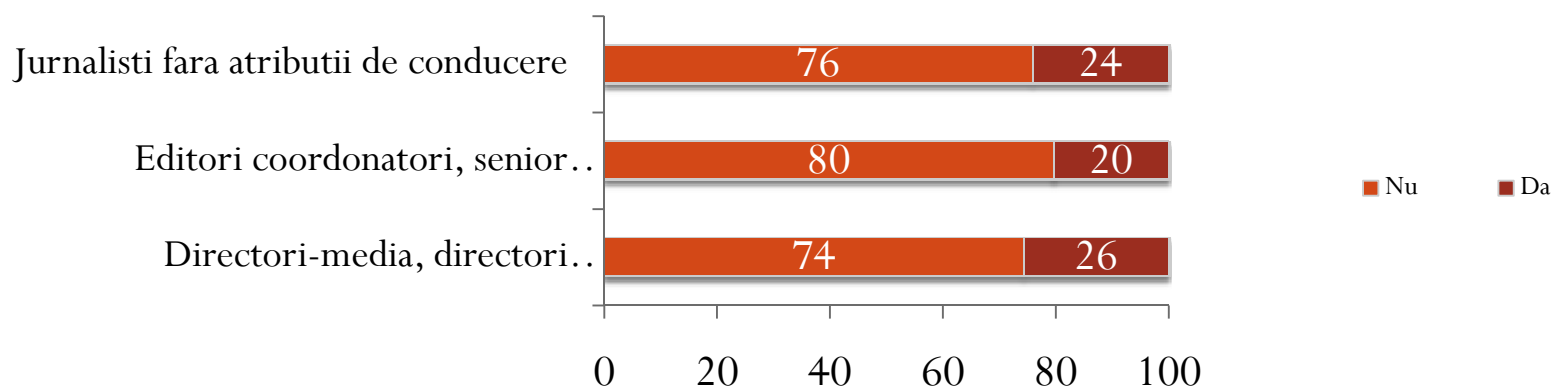
CJ17. Credeți că jurnaliștii ar trebui... (răspuns multiplu)

Transparența averilor și intereselor – total respondenți % N=508 (slide 2/3)

Să-și declare averile către șeful redacției

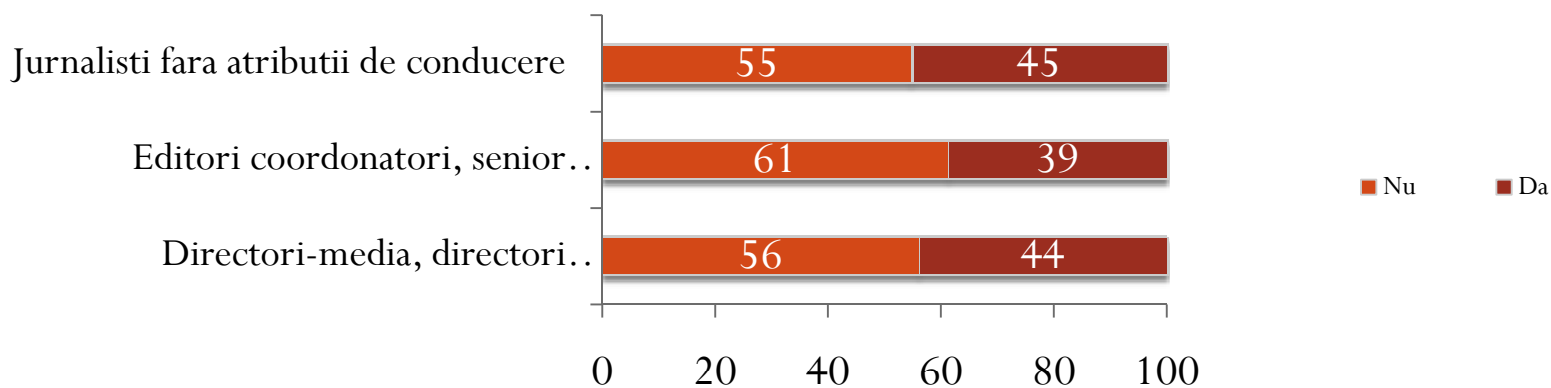


Să-și declare public averile

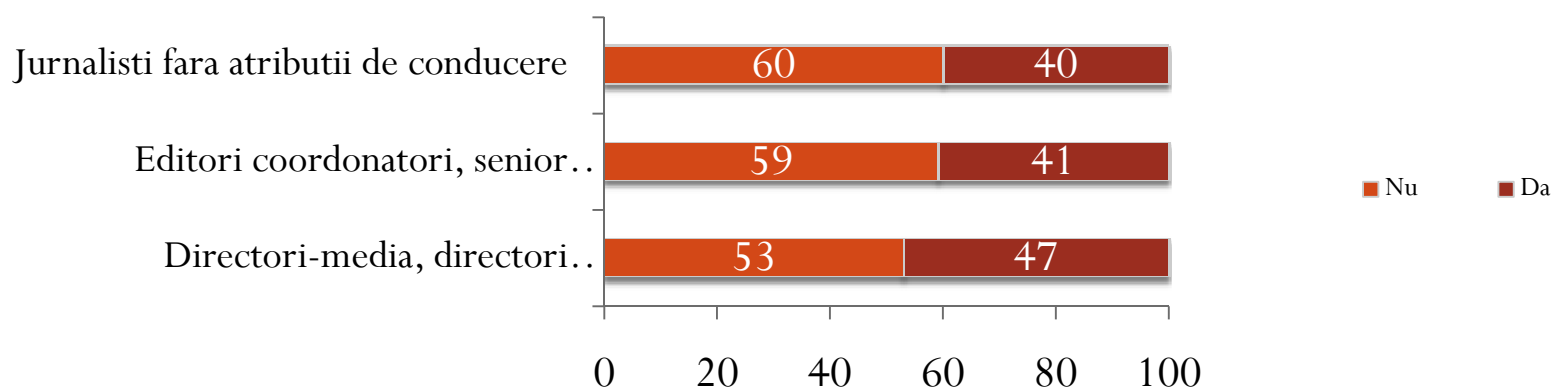


Transparența averilor și intereselor – total respondenți % N=508 (slide 3/3)

Să-și declare interesele (participări la firme, interese comerciale) către șeful redacției

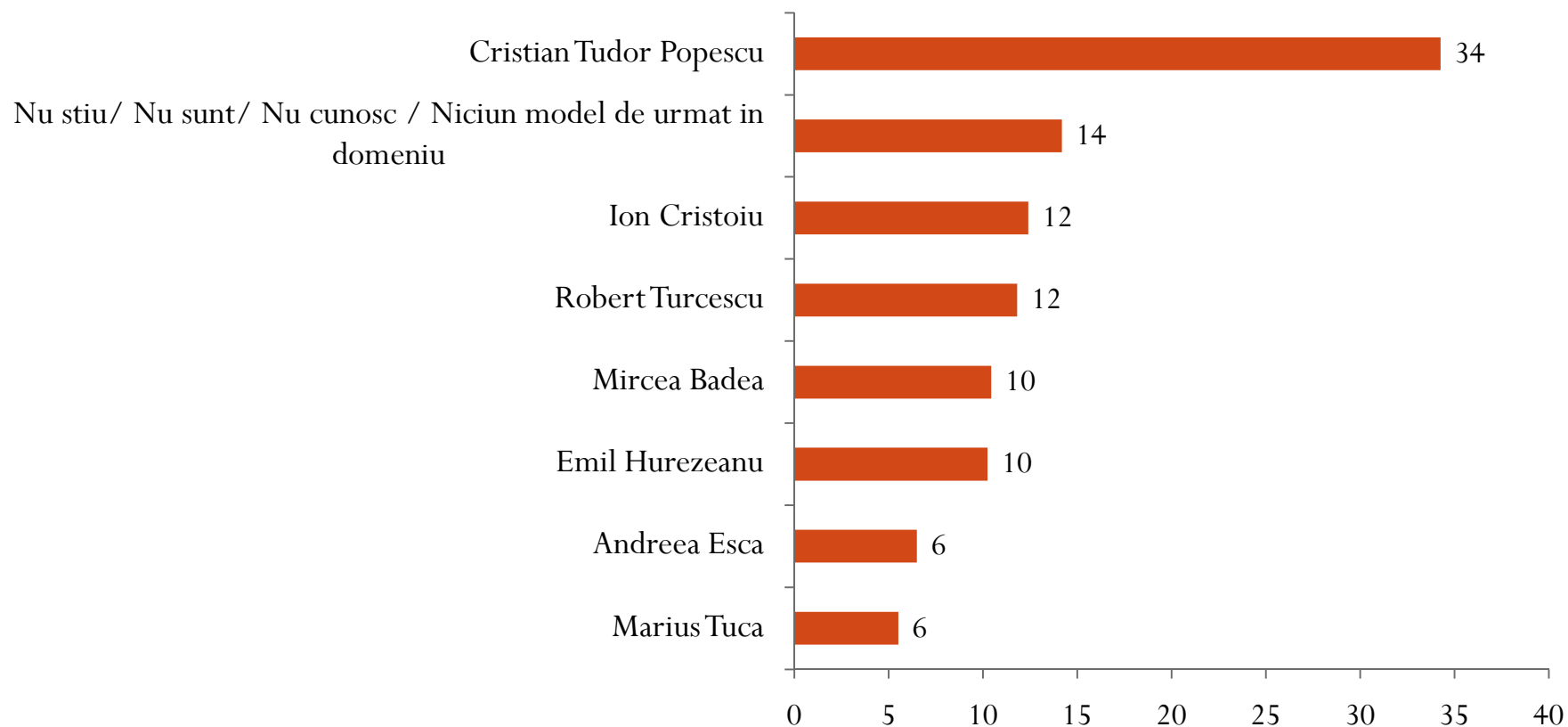


Să-și declare public interesele (participări la firme, interese comerciale)



Modele pentru mediul jurnalistic

%, N=508

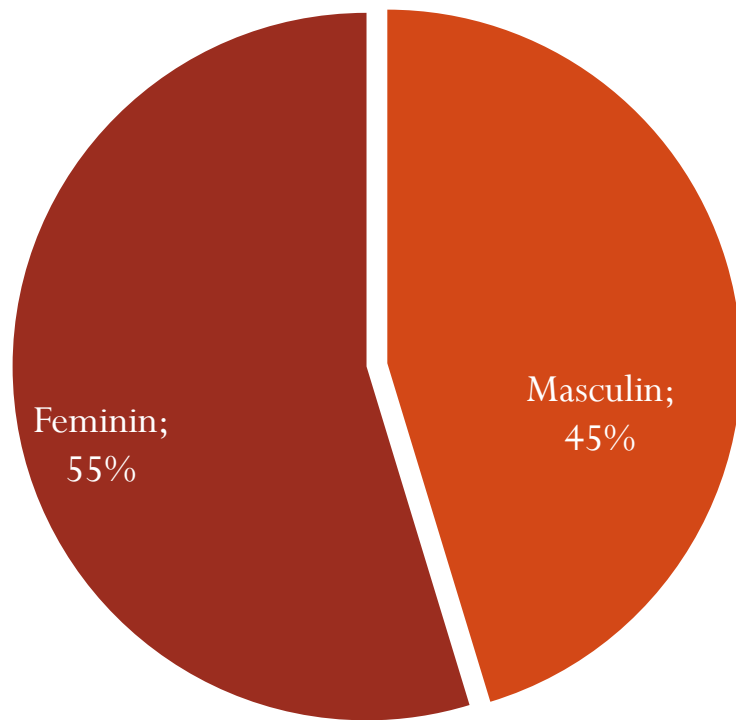


Notă: restul menționărilor au înregistrat procente de sub 5%

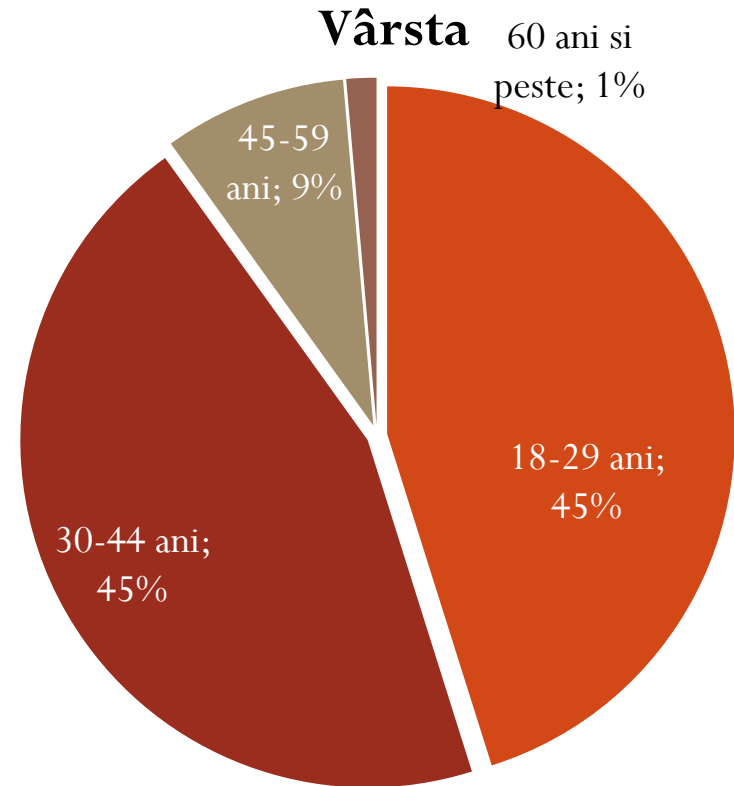
71 CJ18. Vă rog să numiți doi jurnaliști care reprezintă modele pentru mediul jurnalistic în ceea ce privește respectarea eticii profesionale. Vă rog să vă referiți la jurnaliști cu vizibilitate publică, reprezentativi la nivel național, nu la nivel local. (răspuns multiplu)

Structura eșantionului %, N=508 (slide 1/3)

Gen

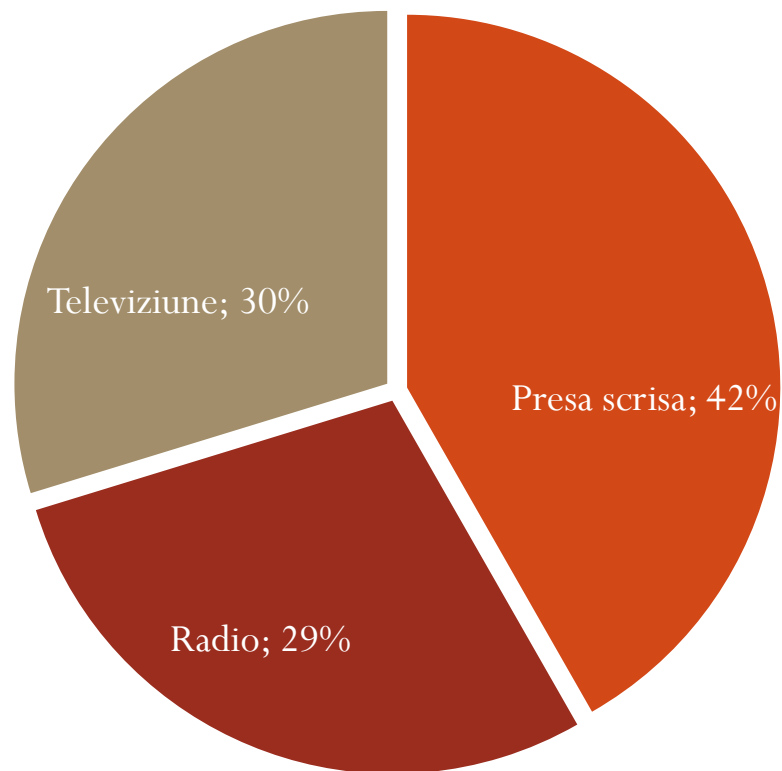


Vârsta



Structura eșantionului
%, N=508, (slide 2/3)

Tip media

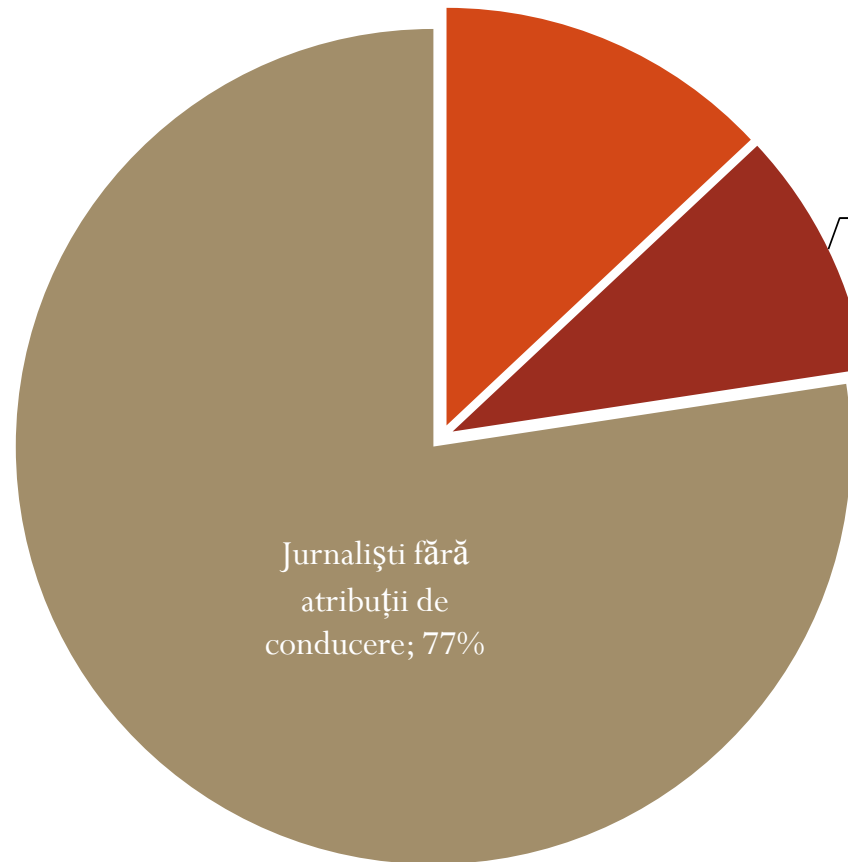


Structura eșantionului %, N=508, (slide 3/3)

Directori-media,
directori generali,
redactori-șefi,
redactori-șefi
adjuncți; 13%

Funcția respondentului

Editori
coordonatori, senior
editori, editori, șefi
de secții, șefi de
departamente,
secretari generali de
redacții, secretari de
redacții; 10%



Jurnaliști fără
atribuții de
conducere; 77%

Structura eșantionului % N=508

Educație

