

GHID
de **STIL**
cu norme etice

al membrilor
Asociației Presei Independente (API)

Ghidul pe care îl țineți în mâini este un produs al Asociației Presei Independente (API), destinat jurnaliștilor care înțeleg să-și facă meseria profesionist și cu responsabilitate. Între copertile acestei culegeri au fost adunate principalele norme lingvistice, un set unitar de reguli din punct de vedere al stilului jurnalistic, standardelor etice și al conduitei profesionale, pe care au convenit să le respecte colectivele redacționale reprezentate în API. În același timp, membrii asociației noastre îl recomandă cu sinceritate tuturor jurnaliștilor din Republica Moldova, dar și studenților facultăților de jurnalism. Redactorii și reporterii vor găsi în acest ghid răspunsuri la multe din întrebările și situațiile dificile din punct de vedere profesional, de care se ciocnesc în activitatea lor de zi cu zi. Studenții vor învăța mai mult despre regulile limbajului jurnalistic, normele de stil ale limbii române, etica și conduita profesională corectă. De asemenea, în anexă am inclus un set de recomandări pentru îmbunătățirea designului și a paginării ziarelor, pe care ar trebui să le cunoască nu doar machetatorii, ci și redactorii și reporterii de ziar. Luată în ansamblu, normele incluse în acest ghid ne vor ajuta să devenim profesioniști adevărați, adică jurnaliști care oferă publicului informații corecte, obiective și echidistante.

Consiliul de Etică al API va urmări cum sunt respectate prevederile prezentului ghid de către mijloacele de informare în masă afiliate API și va propune eventuale modificări sau adaptări pentru reeditările care vor urma.

Ghidul de stil cu norme etice al membrilor Asociației Presei Independente (API) a fost elaborat în cadrul unui proiect finanțat de Comitetul Helsinki pentru Drepturile Omului (Suedia) în perioada mai 2008 – februarie 2009. Ca punct de pornire în elaborarea ghidului a servit „Manualul de stil” (autor – **Theo Temmink**, traducere și adaptare - **Alexandru-Brăduț Ulmanu**), editat de Fundația Start Media din România în cadrul unui proiect de parteneriat cu organizația olandeză Free Voice.

API aduce mulțumiri echipei de jurnaliști care a lucrat la definitivarea ghidului după un seminar tematic, ținut de **Ioana Avădani**, directorul Centrului pentru Jurnalism Independent din București. Este vorba de **Liliana Vițu**, expert media, **Rodica Mahu** („Jurnal de Chișinău”), **Ana Butnariuc**, („SP”, Bălți), **Olesea Hâncu** („Ora locală”, Ialoveni) și **Tudor Iașenco** („Cuvântul”, Rezina). Ghidul de design și paginare a fost redactat de **Slava Perunov**, editorul săptămânalului „SP” din Bălți în baza literaturii de specialitate. Mulțumim și **Alinei Radu** („Ziarul de gardă”), cu ajutorul căreia în ghid au fost incluse mai multe recomandări pentru respectarea în presă a egalității de gen.

Lectură plăcută și utilă!

Petru Macovei,
director executiv API

Prefață

Una dintre cele mai zburcănate zile din viața mea de jurnalist s-a petrecut acum câțiva ani în redacția unui mare cotidian din București. Fiica unui înalt demnitar fusese agresată în plină zi, în centrul Bucureștiului. Victima depusese plângere pentru viol, apoi și-o retrăsese. O jumătate de zi, editorii, împărțiți în două tabere, s-au certat pe tema "Dăm sau nu dăm". Scriem despre viol sau nu?

După ore de dezbateri tensionate și căutări febrile prin codurile de bune practici, redacția a decis să nu facă publică informația respectivă, întrucât victima trebuia protejată. Numai că acele coduri le-am găsit pe internet, nu în redacție. Pe atunci, mai nici un ziar din România nu avea un cod deontologic sau alte documente care să ofere soluții pentru diversele situații cu care se pot întâlni reporterii.

Codurile de proceduri nu oferă răspuns chiar la toate. Editorii trebuie uneori să cântărească îndelung un caz înainte de a lua o decizie. Dar ghidurile de stil și codurile de conduită sunt indispensabile în orice redacție care se respectă.

Cine își închipuie că jurnalismul se poate face după ureche se înșală. Pentru că meseria de jurnalist poartă cu sine o răspundere imensă, în primul rând față de public, care vrea informații corecte și relevante, ea nu se poate face fără un set cuprinzător de valori, principii și standarde.

Documente precum cel pe care îl aveți în fața ochilor, primul de acest fel din presa din Moldova, sunt vitale pentru jurnaliști. Dar sunt importante și pentru cei care depind într-un fel sau altul de munca lor: publicul, sursele și actorii de pe scena socială, politică, economică, sportivă sau culturală, pentru care, cu ajutorul cărora și despre care gazetarii scriu zi de zi.

Prin astfel de documente, jurnaliștii, ca breaslă, comunică faptul că activitatea lor se bazează pe principiile acurateței și corectitudinii. Că informația care ajunge la public a fost documentată, verificată, scrisă și pusă în pagină cu profesionalism și bună credință.

Pe lângă reguli, norme și proceduri menite să asigure tratarea corectă a informațiilor, surselor și personajelor despre care scriu jurnaliștii, ghidul de față are și rostul de a asigura un stil de redactare unitar (scriem "internet sau "Internet"? "Președintele Snegur" sau "președintele Snegur"? Folosim semnul de exclamare în titluri? Scriem "S.U.A." sau "SUA"?

El conține și elemente de abc jurnalistic, cum ar fi principiile de redactare a știrii.

E un pas mare pentru presa din Republica Moldova și este meritul API, al colectivului de redactare și al redacțiilor care îl adoptă că un asemenea text a putut apărea. E un miez care va trebui completat și actualizat în permanență. Odată adoptat în redacții, el va contribui la formarea conștiinței profesionale a jurnaliștilor și la asumarea unor valori care nu sunt importante doar pentru ziaristică, ci pentru democrație în general. În timp, poate că asemenea scrieri vor educa și autoritățile, care vor învăța din atitudinea din ce în ce mai profesionistă a jurnaliștilor că presa nu trebuie să servească interesele organelor de guvernământ, ci pe cele ale publicului.

Alexandru-Brăduț Ulmanu,
jurnalist independent și trainer în jurnalism

1. Stilul jurnalistic

Ghidul de stil trebuie să-i ajute pe reporterii să-și dezvolte scriitura. Evitarea greșelilor gramaticale nu este suficientă pentru ca scriitura să fie bună. Jurnaliștii trebuie să reușească să capteze atenția și să obțină aprecierea cititorilor lor.

Limbajul jurnalistic

Ca regulă generală, toți jurnaliștii sunt obligați să respecte normele limbii literare fixate în dicționarele academice ale limbii române: DEX, DOOM-2007 etc.

Scrierea cu â sau cu î

Vom decide în redacție asupra ortografiei în care vom redacta publicația. În cazul în care vom aplica Hotărârea Academiei Române din anul 1993 (nepreluată oficial în Republica Moldova), o vom respecta în toate textele. Totodată, autorii din afară vor respecta ortografia redacției.

Există o serie de probleme lingvistice tipice, prezentate mai jos în ordine alfabetică, cu care jurnaliștii se confruntă frecvent.

Abrevieri

- > Vom abrevia denumirile mai puțin cunoscute de organizații, companii și mărci numai după ce le-am scris mai întâi în întregime, atunci când le-am menționat pentru prima dată în articol. Nu e întotdeauna necesar să dăm denumirea completă a entităților foarte cunoscute.
 - Vom folosi abrevieri pentru organizații binecunoscute precum UE, NATO și ONU, pentru boli ca SIDA sau termeni ca ADN.
- > Nu vom folosi puncte în abrevieri.
 - Vom scrie AFP (Agence France Presse), și nu *A.F.P.*
- > Nu vom prescurta titlurile și funcțiile.
 - Vom scrie președintele Snegur, și nu *preș. Snegur*.
- > Vom folosi abrevierile cu moderație. Prea multe abrevieri vor irita cititorii și vor îngreuna lectura.
 - Vom folosi litere mici pentru abrevierile măsurilor. Vom scrie kg, km, g etc.
 - Vom folosi litere mari în abrevierile alcătuite din inițiale: GMT (Greenwich Mean Time), MS (Maiestatea Sa), în unele expresii: N.B. (nota bene), P.S. (post scriptum).

Adjective

- > Vom evita adjectivele (calificative subiective) în articolele de știri. Vom încerca să scriem economic. Un stil concis de scriitură e mai eficient decât unul cu înflorituri. Vom renunța la adjective dacă acestea nu aduc nimic în plus. Ex.: „*adept înflăcărat*”, „*odihnă bine meritată*” etc.
- > Vom utiliza cât mai rar posibil adjectivul „frumos”: „*aniversare frumoasă*”, „*vârstă frumoasă*”, „*realizare frumoasă*” etc.
 - „Cel mai bun atlet din lume” e mai expresiv decât „*Legendarul, unicul și admirabilul atlet*”.
- > Vom folosi adjective doar ca să adăugăm claritate și precizie.
 - „*Un bărbat conduce un autoturism*” nu e știre, dar „Un bărbat conduce un autoturism furat” este.

Clișee și cuvinte parazit

- > Vom evita clișeele, cuvintele și expresiile utilizate în mod frecvent, pentru că acestea fac ca scriitura să pară prăfuită.
- > Nu vom perpetua clișee ale propagandei sovietice gen „*flagmanul științei*” (pentru fruntaș, înaintaș), „*flacăra albastră*” (când e vorba despre gazificarea localităților), „*rădăcinile dulci*” (sfecla de zahăr) etc.
- > Ne vom debarasa de sintagme tautologice gen „*patriot al neamului*”.
- > Vom evita stilul emfatic, grandilocvent gen: „*avea a spune*” în loc de a scrie simplu, direct: „a spus”.
- > Vom evita ticurile verbale gen *practic, merge vorba, menționăm că, vreau să vă spun că, este vorba că, care va sa zica, efectiv, adevărul e că, vă amintim că, adică* etc.
 - În acest sens, vom fi mai relaxați în materialele de opinie, asupra cărora ultima restricție nu trebuie proiectată.
- > Vom evita utilizarea expresiilor stereotipe care prezintă dezechilibrat diverse entități după principiu etnic, de gen sau categorie socială. Ex: *Țigani sunt hoți, Femeile la volan comit mai multe accidente, Africani sunt săraci*.

Diateza activă vs. diateza pasivă

- > Vom folosi diateza activă de fiecare dată când este posibil. Ritmul lecturii lăncezește, iar fraza poate suna ciudat atunci când folosim prea multe construcții pasive.
 - Vom scrie „A îl admiră pe B” în loc de „B este admirat de A”.
 - Vom folosi activul „Partidul îi va cere demisia”, în loc de „I se va cere demisia”.
- > Totuși, nu vom evita toate construcțiile pasive. Uneori, diateza pasivă poate fi funcțională, în special când complementul este (mult) mai important decât subiectul.
 - „O femeie a fost lovită de trăsnet” e mai dramatic decât „Trăsnetul a lovit o femeie”.

Eufemisme

- > Eufemismele sunt cuvinte și fraze moi, lipsite de un sens clar, menite să atenueze un lucru dezagreabil sau șocant. Autoritățile obișnuiesc să le folosească, dar jurnaliștii trebuie să fie clari și preciși.
 - Nu vom scrie „*reorganizarea personalului*” când e vorba de concedieri.
 - Atunci când vom prelua termeni din vocabularul funcționăresc, al întreprinderilor comerciale sau al birourilor de marketing și relații publice care ar putea plasa lucrurile pe un teren ambiguu, vom avea grijă să-i explicăm, astfel încât toată lumea să înțeleagă despre ce este vorba. De exemplu, vom explica atunci când "reglementarea" sau "liberalizarea" prețurilor înseamnă, de fapt, scumpiri.
- > Pe de alta parte, atunci când vom scrie despre subiecte ca moartea, sexul, bolile mintale, infracțiunile și crimele, discriminările și alte aspecte care ar putea leza dreptul cuiva la intimitate sau ar putea fi considerate nepotrivite de către cititori, vom fi atenți la termenii folosiți.
 - Vom evita folosirea unor cuvinte ca "nebun" sau "curvă", care sunt riscante și pot perpetua stereotipuri negative. Vom utiliza, în schimb, cuvinte și expresii sinonime, cum ar fi "persoană cu probleme mintale", "prostituată" etc. Astfel de termeni pot apărea ca atare în citate.

Expresii din limbi străine

- > Nu vom folosi rusisme decât în contexte în care reproducem intenționat vorbirea eroilor din articolele noastre sau în care ele dau „culoare locală” textului, pentru a-i sublinia încărcătura stilistică. De ex.: *pravlenie, selpo, zakaz, naread, zvenovoi, uciotcik, stukaci, gulag* etc.
- > Vom utiliza ghilimele sau cursiv, consecvent și unitar, atunci când vom folosi o expresie într-o limbă străină în original.
- > Vom utiliza cu moderație cuvintele și expresiile provenite din limba engleză. Nu vom folosi anglicisme în cazul în care limba română are deja cuvintele necesare. De ex.: *board* - conducere, consiliul de administrare, *job* - loc de muncă etc.
 - Totuși, nu tot ce vine din altă limbă trebuie eliminat. Anumite englezisme sau cuvinte

preluate din alte limbi sunt acceptabile atâta vreme cât au intrat în vocabularul de bază. Chiar dacă pare prea generală, e grăitoare paralela cu disputele provocate de preluările din limba franceză care „au inundat”, acum un secol și jumătate, teritoriul limbii române. Cine mai resimte, astăzi, ca unități străine de vocabular, majoritatea franțuzismelor? Dar câtă împotrivire au iscat și ele, la vremea lor?

- > Vom evita substandardele (vulgarismele, argotismele, „mahalagismele”) provenind din limbile rusă, română ș.a. De ex., „*krutoi*” în loc de „dur”, am „*prițâchit-o*” în loc de „am agățat-o”, „*baftă*” în loc de „noroc”, „*gagică*” în loc de „iubită”, „*mișto*” în loc de „bun”, „*nasol*” - „rău”, „*și-a tras o mașină*” - „și-a cumpărat o mașină” etc.
 - Regula nu se aplică articolelor de culoare, reportajelor și altor materiale în care autorul decide să utilizeze asemenea termeni pentru anumite efecte stilistice. În aceste cazuri, intră în atribuțiile editorului să decidă respingerea unor termeni de genul acesta.

Ghilimele

- > Vom folosi întotdeauna ghilimele atunci când redăm exact spusele unei surse.
 - Primarul a spus: „Nu voi tolera o revoltă în acest oraș”.
 - Primarul a reacționat prompt. „Nu voi tolera o revoltă în acest oraș”.
- > Vom parafraza dacă nu știm sau nu putem reda cuvintele cu exactitate.
- > Vom folosi apostroful pentru un citat în interiorul unui citat.
 - „Antrenorul mi-a spus: ‘Lovește puternic’”, a declarat campionul.

Jargon

- > Jargonul este un limbaj specific, folosit de profesioniști (de ex.: „*pierderi*” este termenul de jargon militar și polițienesc pentru „victime” - morți, răniți, dispăruți). Vom găsi cuvinte din vocabularul comun care să înlocuiască termenii de jargon. Totuși, putem folosi jargonul când cităm pe cineva atâta vreme cât explicăm - în paranteză sau într-o propoziție ulterioară - termenii care nu fac parte din vocabularul comun.
 - Exemplu: "Osteoporoza este flagelul secolului când e vorba de doamnele trecute de prima tinerețe", a spus medicul. Osteoporoza este boala manifestată prin rarefierea oaselor.
- > Este acceptabil să folosim expresia „*conducere corporatistă*”, dacă explicăm imediat despre ce e vorba („modul în care companiile sunt conduse și controlate”). Un reporter sportiv poate scrie despre un „*hat-trick*”, dar ar trebui să explice înțelesul termenului („situația când un jucător marchează de trei ori într-un meci”).

Majuscula

- > Vom începe denumirile oficiale și numele de persoane cu literă mare. De exemplu, *Guvernul Republicii Moldova, Președinția României, Crucea Roșie, Primăria Municipiului Chișinău, Universitatea Pedagogică „Alec Russo”, Ion Luca Caragiale*. Regiunile geografice se scriu și ele de obicei cu literă mare - *Oceanul Atlantic, Marea Neagră, Orientul Mijlociu*. Nu vom folosi litera mare pentru substantivele comune și pentru formele scurte ale denumirilor oficiale - *mergem la guvern, am scris o cerere la primărie, întârziile la universitate, m-am programat pentru audiență la președinție*.
- > Substantivele care denumesc funcții, ranguri etc. și nu fac parte din numele propriu, precum și cuvintele ajutătoare din componența altor nume de persoană le vom scrie cu literă mică. De exemplu, directorul Vasilescu, inginer Toma, profesorul Negru, judecătorul Popescu, președintele Costin ș.a.
- > Vom folosi litera mică pentru grade și titluri atunci când ele sunt urmate de un nume.
 - Vom scrie *prim-ministrul Greceanii, generalul Creangă, academicianul Ion Druță, profesorul dr. Ion Ciobanu, directorul general Antocel* ș.a.
 - Numele unor medalii sau premii, precum și titlurile științifice și onorifice le vom scrie cu

literă mică: *doctor honoris causa, doctor în filologie, membru de onoare al Academiei Române.*

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

Mărci și alți termeni specifici

- > Vom verifica și reverifica scrierea numelor, a funcțiilor persoanelor vizate și a firmelor, a instituțiilor și organizațiilor, precum și a tuturor termenilor cu care nu suntem familiari.
 - De exemplu, termenii și gradele militare și religioase, terminologia științifică, termenii istorici, animale, plante etc.
- > Vom verifica și reverifica numele și mărcile, despre care credem că știm cum se scriu, dar în legătură cu care e posibil să ne înșelăm, de ex., scrierea tuturor mărcilor de mașini, de produse, de brand-uri.

Nume străine

- > În românește vom transcrie de obicei fonetic numele unor persoane din țări care folosesc un alfabet diferit, însă nu vom adapta nume din limbi cu alte caracteristici de pronunție și alfabet similar.
- > Exista însă cazuri în care nume de ruși sau chinezi, de exemplu, ajung la noi prin intermediul agențiilor internaționale de presă sau al Internetului, iar atunci *Gorbaciov* poate apărea *Gorbachev* (cum îl scrie cotidianul britanic *The Guardian*) sau *Gorbatchev* (cum este scris de ziarul francez *Le Monde*). *The Guardian* scrie *Nikita Khrushchev* și *Mao Zedong*, *Le Monde*, *Nikita Khrouchtchev* și *Mao Zedong*, în timp ce în românește se scrie *Nikita Hrușciiov* și *Mao Tze Dung*.
- > Indiferent dacă hotărâm să transcriem fonetic sau să folosim o versiune de transcriere importată, trebuie să fim consecvenți.
- > Vom alcătui o listă de toponime și nume străine de persoane și organizații despre care scriem, pentru a avea consecvență în utilizarea lor. Vom face același lucru și pentru denumirile geografice.

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

Ritm

Vom compune articolele ca pe niște bucăți muzicale.

- > Vom căuta varietatea în scriitură. Vom varia cuvintele (folosind sinonime), lungimea frazelor și dimensiunea alineatelor.
- > Vom alterna alineatele dense în informație cu cele mai ușoare, mai scurte; ne vom asigura că fiecare alineat conține o informație nouă. Vom încerca să construim în așa fel articolul (atunci când e vorba de un articol de background sau de un interviu, de exemplu, dar nu și în cazul unei știri), încât să ajungem la punctul culminant spre sfârșit.

Titluri de cărți, tablouri, filme etc.

- > Vom folosi cursive sau ghilimele, dar consecvent și unitar, pentru titlurile cărților, tablourilor, pieselor muzicale, filmelor etc.
 - „Procesul” lui Kafka, „Domnișoarele din Avignon” de Picasso și „Tosca” lui Puccini.
- > Ne vom asigura că scriem corect și exact titlul oficial al unei cărți, al unui film etc. Titlurile străine le vom scrie în limba originală. Dacă o operă de artă este binecunoscută, iar titlul este tradus, vom scrie titlul în limba română.

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

- > Vom menționa titlurile și gradele academice prima dată când amintim o anume persoană în articolul nostru. După aceea, e de ajuns să numim persoana și (dacă este necesar) să abreviem gradul academic.
 - „Fostul ministru al Afacerilor Externe din Marea Britanie, Sir Alex Douglas-Home” va deveni „Douglas-Home” la a doua mențiune.
 - „Master of Business Administration” va deveni „MBA”.
- > Vom explica titlurile mai puțin cunoscute.
 - Orice cititor va ști ce este un *general*, dar câți știu cu exactitate ce este un *emir*?

Citate

- > Vom folosi citatele cu măsură într-un articol tip știre. Vom recurge la citate doar atunci când vorbitorul spune ceva surprinzător sau relevant. Sau ceva foarte puternic, foarte sugestiv. Sau ceva explicit. Nu vom da citat dacă vorbele sunt mai degrabă obișnuite; mai bine vom parafraza.
 - Nu e prea interesant să cităm un primar care spune: „Vom face planuri pentru construirea de noi drumuri în orașul nostru”. Mai bine vom scrie: „Primarul vrea drumuri noi în oraș”.
- > Vom încerca să prezentăm vorbitorul chiar de la început, înainte să îl cităm.
- > Vom da numai citate literale. Cititorii trebuie să aibă încredere că citatele reprezintă exact vorbele sursei. Numai erorile gramaticale trebuie sărite sau corectate.
- > Nu vom copia citate din alte ziare; nu putem fi siguri că citatele sunt corecte. În plus, citarea altor jurnaliști este o mostră de lene și constituie un risc din punct de vedere legal. Totuși, atunci când un alt ziar va fi singura sursă într-un caz de răsunet despre care relatăm, ne vom asuma acest risc.
- > Vom fi cât mai preciși posibil. Dacă nu suntem siguri care sunt vorbele exacte, mai bine folosim citatul indirect.
 - „Sunt împotriva noii legi” este un citat inexact dacă politicianul a declarat doar că se gândește să voteze împotriva noii legi.

Legende la fotografii

- > Vom explica cine apare în fotografie, dar nu vom indica ceea ce este evident din poză. Totuși, am putea sublinia detalii care ar putea fi mai greu de văzut pentru cititori.
 - Nu e necesar să descriem ce poartă cineva, dacă cititorii pot vedea acest lucru din fotografie.
- > Nu vom specula atunci când nu suntem chiar siguri în legătură cu ceea ce se arată în poză.
- > Vom indica întotdeauna numele persoanelor din fotografie, chiar dacă sunt bine cunoscute.
- > Vom indica ordinea („de la stânga la dreapta...”), atunci când într-o poză apar mai multe persoane.
- > Vom evita să evidențiem în legendă anumite trăsături fizice ale persoanei din imagine, particularități de gen sau apartenența etnică. De ex: *Angela Merkel și-a arătat decolteul. Europarlamentara bătrână se ia după tineri etc.*

Prima frază și primul paragraf (lead-ul)

În privința *primei fraze* a unei știri:

- > Vom oferi maximum de informație cu minimum de cuvinte. Prima frază trebuie să fie directă, să spună care este știrea și să indice importanța acesteia.
 - „Un bărbat de 31 de ani a recunoscut ieri că și-a ucis un vecin cu o sabie de samurai, după o luptă aprigă între două bande din Manchester”.

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

- > Vom încerca să găsim o primă frază tentantă pentru cititor. O fraza care interesează, captează atenția și ține treaz interesul cititorului. O anecdotă, de pildă, ar putea fi un mod de a

deschide primul alineat al unui feature.

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

- > Vom scrie lead-uri scurte și la obiect, sumarizând principalele fapte dintr-un articol.
- > Vom folosi lead-ul pentru a introduce cele mai importante și mai interesante informații sau idei.

Vom verifica dacă primele propoziții ale știrii (două sau trei) conțin faimoșii 5W&1H: who, what, when, where, why and how (cine, ce, când, unde, de ce și cum).

Titluri

În privința **titlurilor de știri**:

- > Vom da, pur și simplu, informația: scurt, brut, la obiect, fără nuanțări. Titlurile trebuie să prindă esența problemei prin câteva cuvinte bine alese.
 - „Ținta: America” (după atacurile teroriste de la 11 septembrie 2001, din SUA).

În privința **tuturor titlurilor**:

- > Vom capta atenția cititorilor folosind verbe active și creând titluri vii și originale (mai ales titlurile interviurilor, articolelor de background/sinteză, de opinie etc.).
 - „Sunt dușmanul meu cel mai aprig” (deasupra unui interviu cu un dependent de droguri).
- > Vom crea titluri clare: fără ambiguități, scrise la diateza activă și la timpul prezent: „Au rămas 5 zile până la scrutin”.
- > Vom evita negațiile în titlu.
 - Vom scrie „Mingea a rămas în teren” în loc de „Mingea nu a ieșit din teren”.
- > Vom evita semnele de întrebare.
- > Vom reda faptele fără a exagera.
- > Nu vom pune punct după titluri, subtitluri, textele la fotografii.

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

INCORECT

a da întrebări

a prelucra pământul

urnă de gunoi

represat

salutabil

au fost impuși să plătească

a fost impusă să se prostitueze

careva schimbări

a influența, influență

la moment

s-a primit (ceva)

CORECT

a pune/a adresa întrebări

a lucra pământul

coș/ladă de gunoi, ghenă

persoană supusă represiunilor

salutar

au fost obligați să plătească

a fost forțată să se prostitueze

unele/niște schimbări

a influența, influență

pentru moment, momentan

a ieșit

unde nu s-ar duce	oriunde s-ar duce
s-au schimbat cu locurile	și-au schimbat locurile
a petrece manifestații	a organiza manifestații
în ordinea de zi	pe ordinea de zi
situiază	situează
creiază	crează
merge vorba de	este vorba despre
să continue	să continue
tu vrei, iai, beai	tu vrei, iei, bei
eu aș dori	eu aș dori
el trebuie să se determine/ să se aprecieze	el trebuie să se decidă
persoană traumatată	persoană traumatizată
oamenii aceștea	oamenii aceștia
fata aceia	fata aceea
aceiași situație	aceeași situație
spre regret	cu regret/spre regretul nostru
spre exemplu	de exemplu
inclusiv și	inclusiv
în rezultat	ca rezultat
în rezultatul accidentului	în urma accidentului
legea a fost primită	legea a fost adoptată
actele au fost oformate	actele au fost perfectate
aniversarea a 15 ani	aniversarea a cincisprezecea
25 ani	25 de ani
vinde în mediu 2 mere	vinde în medie 2 mere
a face totalurile	a face bilanțul
instituții superioare	instituții de învățământ superior
de învățământ	
bilete/locuri bronate	bilete/locuri rezervate
recete	rețete
necitând la obstacole	în pofida obstacolelor
numai ce	adineaori, recent
până ce	deocamdată
gară feroviară	gară

pune injecții	face injecții
viața familiară	viața familială
a îndeplini ancheta	a completa ancheta
capurile oponentilor	capetele oponentilor
nici într-un fel	în niciun fel
în unison	la unison
am abonat un ziar	m-am abonat la un ziar
în dependență	în funcție de
vorbesc din numele meu	vorbesc în numele meu
duce în eroare publicul	induce în eroare publicul
locatarii orașului	locuitorii orașului
vinoveți	vinovați
rezultate preventive	rezultate prealabile
alegerile au avut loc	alegerile au fost validate
așa sau altfel	cu toate acestea, astfel stând lucrurile
plus la toate	mai mult, în plus
și-au onorat obligațiunile	și-au onorat obligațiile
ore citite	ore predate
demers în adresa MAI	demers adresat MAI
injurii în adresa lor	injurii la adresa lor
am făcut concluziile	am tras concluziile
îndemnizație	indemnizație
pieți	piețe
samovolnic	samavolnic
implimenta	implementa
succesorul în drept	succesorul de drept
se atârnă serios față de studii	are atitudine serioasă...
așa și n-a apărut	n-a mai apărut
scrutin electoral	scrutin
abiturient	candidat la admitere
a aplica (la bursa, grant)	a candida (pentru o bursă, grant)
federația conduce cu	
arbitrii	federația conduce arbitrii
am primit un duș/o baie	(mi-)am făcut un duș/o baie
calculator	calculator, computer

ce n-ai spune	orice ai spune
cât n-ar fi de straniu	oricât de straniu ar părea
atragera la răspundere	tragerea la răspundere
jucăria este predestinată copiilor	jucăria este destinată copiilor
modelier	designer vestimentar, creator de modă
firme-fantome	firme-fantomă
să ne de-a	să ne dea
ce-a de-a 15-a ediție	cea de-a 15-a ediție
ei se dau cu părerea	ei își dau cu părerea
calculare preventive	calculare prealabile
investitura miniștrilor	întestitura miniștrilor
investit în funcția de președinte	întestit în funcția de președinte
a hotărî întrebarea	a rezolva problema
mijloc mass-media	instituție mass-media
mijloace mass-media	mijloace de informare în masă
te felicit cu sărbătoarea	te felicit cu ocazia sărbătorii
nu se încadrează în termeni	nu se încadrează în termene
a primi satisfacție de la ceva	a avea satisfacție de la ceva
cu atât mai mult că	cu atât mai mult cu cât
a-i suna cuiva	a da telefon cuiva/a suna pe cineva
a culege un număr	a forma un număr de telefon
n-am dovedit	n-am reușit
a dovedi	a demonstra
am multe publicații	am multe articole

(Lista poate continua, fiind completată în fiecare redacție)

2. Etica jurnalistică

Următoarele două secțiuni din *Ghidul de stil cu norme etice al membrilor API* dezvoltă problema integrității jurnalistice și a conduitei etice. Cititorii trebuie să poată conta pe obiectivitatea noastră și trebuie să fie convinși că articolele din ziarul nostru sunt credibile și nepărtinitoare.

Acuratețea și verificarea faptelor

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

- > Atunci când adunăm informații și fapte, ne vom asigura că vorbim cu surse de prima mână, oameni care sunt implicați direct în subiect. Putem apela și la surse indirecte, dar numai pentru informații suplimentare sau ca punct de pornire. După consultarea cu aceste surse, informațiile ce ne-au fost oferite le vom verifica neapărat din surse la prima mână.
 - În cazul reflectării unei decizii a autorităților, vom consulta documentul respectiv și vom discuta cu funcționarul care a semnat decizia.
 - În cazul reflectării unui subiect ce ține de o persoană fizică, de un conflict civil, vom discuta neapărat cu persoana fizică vizată sau cu persoanele antrenate în conflictul civil respectiv și nu ne vom rezuma la publicarea comentariilor funcționarilor, poliției, ale reprezentanților instituțiilor judiciare. În cazul în care persoana fizică nu poate fi contactată din motive obiective (este bolnavă și în imposibilitatea de a vorbi, este în detenție și nu putem obține întrevederi, se află la o distanță foarte mare etc.) vom apela la documente oficiale care se referă la situația persoanei sau la conflictul civil, vom apela la reprezentantul legal al persoanei (avocat, tutore, etc.), la rude sau cel puțin la colegii de serviciu sau vecini sau vom prezenta poziția/opinia/declarația făcută public anterior de aceasta pe subiectul relatat.
- > Presa este responsabilă de ceea ce publică, chiar dacă declarațiile sunt atribuite altor surse.
 - Dacă cineva ne spune că noul primar, director de școală, spital sau alt funcționar a fost, în trecut, condamnat pentru fraudă, nu putem publica acest lucru - chiar dacă sursa își dă acordul să fie citată iar noi punem declarația între ghilimele. Trebuie să verificăm o asemenea acuzație înainte de a o publica, prin solicitarea unei declarații din partea oamenilor legii (procuror, polițist) sau prin consultarea unui document oficial. De asemenea, vom oferi posibilitatea persoanei acuzate să reacționeze și vom publica neapărat infirmarea (sau confirmarea) din partea persoanei acuzate.
- > Vom fi extrem de atenți atunci când ne confruntăm cu scurgeri de informații.
 - Un politician, un consilier sau un funcționar ne dezvăluie informații confidențiale, secrete comerciale sau de stat, putem fi siguri că are un interes să facă acest lucru. De aceea vom avea grijă să verificăm și să reverificăm din mai multe surse informația cu maximă seriozitate. În caz contrar, riscăm să fim folosiți ca un instrument de reglare de conturi sau să fim parte a unui conflict de interese. În plus, am putea fi nevoiți să facem rectificări, dezmințiri, astfel prejudiciind credibilitatea ziarului.
- > Vom fi precauți cu sursele care ne contactează prin telefon sau cele care ne scriu scrisori, întrucât putem să ne confruntăm cu farse, cu persoane fictive, sau cu mărturii false, ce au drept scop să ne dezinformeze.
 - Într-un comentariu postat la un material pe site-ul ziarului găsim o informație-bombă, sau primim o anumită informație prin poșta electronică, sau vom asculta anumite informații prin telefon de la persoanele cunoscute. Cum acționăm?
 1. Cerem telefonul, adresa și numele sursei.
 2. La telefon, prin poștă sau e-mail adresăm întrebări de precizare și control asupra informației ce ne-a fost furnizată.

3. Încercăm să obținem o întrevvedere cu sursa de informare, garantându-i confidențialitate și discreție.

Sau

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

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

□ ARGUMENT:

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

Rectificările

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

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

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

- > Vom ține minte că nu e nimic rău în a recunoaște o greșală. Vom căuta posibilitate să înființăm un spațiu special pentru erate.
- > Vom respecta principiul potrivit căruia orice persoană vizată direct într-un material are dreptul la replică pe subiectul materialului publicat. Astfel vom oferi spațiu pentru replică, de regulă pe aceeași pagină și în dimensiuni proporționale cu spațiul alocat afirmațiilor contestate.

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

Fotografiile

Fotojurnalismul a devenit un element important al oricărui ziar. Aceleași principii etice care se aplică

textului jurnalistic trebuie aplicate și fotografiiei.

- > Vom avea grijă când utilizăm fotografiile ale unor persoane necunoscute pentru a ilustra un articol de interes general.
Am scris un articol despre bandele de stradă. Pentru a ilustra articolul, reporterul caută prin internet o fotografie-simbol, ca rezultat apare articolul însoțit de o fotografie în care sunt câțiva tineri, care nu au nicio legătură cu subiectul. Astfel reporterul a lezat drepturile persoanelor din poză și nu a respectat dreptul de autor.
- > Fotoreporterul va respecta intimitatea persoanelor și va cere permisiunea de a le face fotografii, cu excepția cazului în care subiectul se află într-un loc public.
 - Intervievăm o persoană publică într-un loc public - avem dreptul să nu cerem permisiunea pentru a o fotografia.
 - Intervievăm într-un loc public o persoană care nu este o persoană publică - avem dreptul să nu cerem permisiunea pentru a o fotografia.
 - Intervievăm o persoană publică într-un cadru privat - vom cere neapărat permisiunea pentru a o fotografia.
 - Intervievăm într-un cadru privat o persoană care nu este persoană publică - vom cere neapărat permisiunea pentru a o fotografia.
 - Nici în cadru privat și nici în cel public nu avem dreptul să fotografiem un minor fără permisiunea părinților, tutorelui sau a altui reprezentant legal, excepție sunt situațiile în care surprindem că minorul este agresat, este implicat într-un accident sau i se încalcă drepturile. Însă pentru a publica fotografiile este necesar acordul părinților, al tutorelui sau al reprezentantului legal.
 - Avem dreptul să fotografiem minori, fără acordul părinților, tutorelui sau al altui reprezentant legal, în cazul în care aceștia se manifestă într-un loc public, într-o ceremonie sau acțiune publică (concerte, acțiuni etc.).
 - Vom avea grijă să fotografiem persoanele de la distanța de un metru.
 - Nu avem dreptul să intrăm pe un spațiu privat și să fotografiem fără acordul proprietarului sau al celui care arendează terenul sau încăperea (pentru a fotografia pe cineva la o petrecere vom cere permisiunea celui care a arendat restaurantul).
- > Nu vom manipula subiectul sau subiecții fotografiei pentru a face poza mai spectaculoasă. Fotografiile trebuie să reprezinte realitatea cu cât mai multă acuratețe.
- > Vom folosi tehnica electronică doar pentru a îmbunătăți calitatea fotografiei (de exemplu, pentru a o face mai clară sau pentru a o mări, dacă este necesar), și doar până la un punct. Niciodată nu vom folosi programele de lucru cu fotografiile pentru a crea o impresie falsă asupra persoanelor și evenimentelor reprezentate.
 - Excepție sunt colajele decente. Acestea însă vor fi neapărat însoțite de inscripția „COLAJ”.
- > Vom avea grijă să nu publicăm fotografii șocante, conținutul violent sau indecent al cărora poate provoca anumite stări psihice negative asupra cititorilor.
- > Vom evita publicarea fotografiilor sângeroase de la un accident grav, sau de la locul unei crime. În cazul cadavrelor care nimeresc într-o poză de ansamblu, vom proteja tehnic cadavrul. De asemenea vom evita să publicăm nuduri fără protecție tehnică a zonelor intime.
- > Vom respecta diversitatea și vom evita să prezentăm dezechilibrat în imagini anumite etnii sau categorii sociale. Vom prezenta, pe cât e posibil, în imagini bărbați și femei în egală măsură. În R. Moldova, 52 la sută din populație o constituie femeile și 48 la sută bărbații.

Identificarea suspecților

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

- > Vom evita identificarea suspecților înainte ca poliția să formuleze acuzații.
- > Vom găsi un echilibru între datoria de a relata faptele pentru cititori și dreptul suspectatului la intimitate și la un proces corect.
- > Vom evita identificarea suspecților juvenili (sub vârsta de 18 ani).
- > Vom folosi mozaicul în fotografii și fotografierea din spate a suspecților sau a acuzaților, precum și fotografierea acestora din față contra luminii.
- > Nu vom dezvălui detalii (nume, adresă, domiciliu, numele părinților, rudelor etc.) care ar putea duce la identificarea suspecților.
- > Vom evita să facem public numele persoanelor aflate într-o situație jenantă.

Text ce contravine acestui principiu:

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

Identificarea și tratamentul victimelor

- > Vom avea în vedere că persoanele private au în mai mare măsură drept la intimitate decât vedetele sau oficialitățile publice.
- > Vom evita să dezvăluim identitatea victimelor, în special a victimelor agresiunilor sexuale. Niciodată nu vom publica numele lor fără permisiunea în scris a acestora. Impactul unei astfel de fapte asupra vieții personale a victimei este imens și nu ar trebui adâncit și de aducerea identității acesteia la cunoștința publicului.
- > Vom folosi mozaicul în fotografii și fotografierea din spate a victimelor.
- > Nu vom dezvălui detalii (nume, adresă, domiciliu, numele părinților, rudelor etc.) care ar putea duce la identificarea victimelor.
- > Minorii, care figurează în calitate de victimă, vor fi intervievați numai cu acordul părinților, asistenților parentali (sociali) sau al tutorilor legali.

Prezumția nevinovăției

- > Orice persoană este considerată nevinovată până la pronunțarea în justiție a vinovăției printr-o decizie definitivă și irevocabilă.
- > În text vom evita formulări care ar indica cu certitudine că suspectatul a săvârșit crima respectivă. Vom prefera formulări relative de genul “este bănuit că ar fi intrat, ar fi furat, ar fi violat, ar fi lovit, ar fi omorât...”.
- > Pe parcursul anchetei reportericești vom utiliza, în funcție de caz, termeni precum:
 - „persoana suspectată”, „suspect/suspectat”, „bănuit”, „cercetat penal”, „audiat în calitate de...” (până la înaintarea învinuirii)
 - „acuzat”(după înaintarea învinuirii)
 - „anunțat în urmărirea generală”, „inculpat” (după prima ședință de judecată)
 - „condamnat” (după pronunțarea deciziei irevocabile de către instanță)
 - „reținut” (persoană reținută pentru maxim 72 de ore)
 - „arestat preventiv” (persoană aflată în arestul preventiv al organelor de ordine conform deciziei judecătorului de instrucție)
 - „deținut” (persoană condamnată la detenție)
 - “recidivist” (persoană condamnată de mai multe ori pentru crime)
 - “achitat” (persoană a cărei nevinovăție a fost demonstrată în instanță și confirmată printr-o decizie irevocabilă).
- > Vom evita să utilizăm pentru persoana suspectată orice fel de calificative de genul *criminal*, *ucigaș*, *violator*, *hoț*, *escroc ș.a.*

Text ce contravine acestui principiu:

„Din august până în octombrie, Ion, anterior condamnat, împreună cu alți tâlhari a

comis un șir de infracțiuni. În majoritatea cazurilor au fost furate telefoane mobile. Acum, acesta riscă să petreacă de la 10 la 20 de ani în închisoare.”

- > Vom evita atitudinea ironică și învinovățitoare în raport cu persoanele aflate în conflict cu legea.

Text ce contravine acestui principiu:

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

- > Vom trata persoanele suspectate de pe poziția unui avocat, și nu de pe cea a unui acuzator.

Obiectivitate / Corectitudine

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

- > Vom încerca cu orice preț să fim obiectivi. Asta deși obiectivitatea absolută e imposibilă. Fiecare reporter duce cu sine propriul bagaj de atitudini și vederi asupra lumii și propria personalitate. Dar cititorii noștri așteaptă informații obiective. Ei ne citesc ziarul pornind de la premiza că informația este de încredere. Oamenii despre care scriem au și ei dreptul să fie tratați corect.
- > Vom reflecta o gamă largă de opinii și niciodată nu vom promova viziunile și opiniile unei singure părți.
 - Scriind un material pe un subiect contradictoriu, vom avea grijă să solicităm opinia tuturor părților implicate sau a reprezentanților categoriilor sociale, religioase, politice care au tangență cu acest subiect.
- > Corectitudinea, curiozitatea și lipsa de prejudecăți și preconcepții sunt trăsături distinctive care ar trebui să se regăsească în modul de viață al oricărui jurnalist.
 - În cazul în care ai o atitudine preconcepută și nu ești lipsit de prejudecăți privind un anumit fenomen social, evită reflectarea subiectelor ce țin de fenomenul social respectiv pentru a evita reflectarea unilaterală și incorectă a subiectului.

▣ ARGUMENT:

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

Separarea faptelor de opinii

- > În prezentarea evenimentelor vom face o distincție clară între informație și opinie, evitându-se orice confuzie. Știrile sunt fapte și date. Opiniile exprimă gânduri, idei, convingeri, judecăți de valoare ale ziariștilor, mijloacelor de informare în masă. Opiniile exprimate sub formă de comentarii ale unor evenimente sau acțiuni cu referință la persoane sau instituții nu trebuie să nege sau să ascundă în mod intenționat fapte sau date reale.
- > Vom insera opiniile într-un articol informativ doar din partea unei surse intervievate sau citate, dar niciodată din partea reporterului.
- > Opiniile jurnaliștilor sau cele ale ziarului le vom publica doar în paginile dedicate editorialelor, opiniilor și comentariilor, sau pe aceeași pagină cu știrea respectivă, însă le vom delimita clar (prin paginare).
- > Vom evita să ne spunem opinia în articolele de știri.

- Știrea constă din intro-ul care răspunde la întrebările: Cine? Ce? Unde? Când? Cum?, după care urmează partea a doua, care trebuie să includă opinia a două surse care vor răspunde la întrebările Pentru ce?, De ce?. Ultima parte a știrii poate include informații ce țin de istoricul evenimentului, fenomenului, sau date statistice relevante.
- > Vom evita utilizarea adjectivelor subiective și relative.
 - Nu vom scrie “un om gras” sau “o femeie urâtă”, pentru că aceste cuvinte imprimă un ton negativ relatării. De asemenea nu vom scrie “a furat mult” sau “s-a străduit puțin”, acestea fiind noțiuni relative, imposibil de măsurat. Nu vom folosi adjective precum “controversat”. E preferabil să nu folosim nici un cuvânt care înflorește sau colorează faptele nude.

Sursele (și sursele anonime)

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

- > Vom găsi cel puțin două surse independente una de alta sau alte dovezi pe care să le cităm, în cazul subiectelor controversate.
- > Vom ține cont ca sursele să aibă experiențe diferite sau chiar relații diferite cu subiectul.
- > Vom identifica neapărat sursele, dezvăluindu-le numele, prenumele, funcția, după caz statutul social sau vârsta. Acest lucru va crește credibilitatea articolului și integritatea ziarului.
- > Nu vom utiliza expresia criptică “(anumite) surse au spus...”, sau „potrivit surselor din primăria...”.
 - În cazul în care sursa nu-și dă acordul să fie citată, însă ne oferă informația oficial, vom folosi expresia „Potrivit informațiilor oferite de responsabili de la primărie”. În cazul în care sursa este o persoană privată și divulgarea identității sale ar provoca repercusiuni pentru aceasta, vom utiliza o expresie de genul „o femeie(sau un bărbat), numele căruia nu-l vom divulga din motive de securitate, a spus că...”.
- > Vom menționa, de la bun început, în fața surselor caracterul „on the record”/ „off the record” (declarații care pot fi atribuite sau nu respectivei surse) al discuției.
- > În cazul înregistrării convorbirii telefonice, vom anunța de la începutul discuției interlocutorul despre acest fapt.
- > Vom accepta surse anonime doar în cazul în care dezvăluirea identității acestora le va pune în pericol viața, securitatea sau activitatea profesională.
- > Vom folosi surse anonime doar în cazul în care informația nu poate fi obținută de la surse oficiale sau de la cele care acceptă să le fie dezvăluită identitatea.
 - În cazul în care o anumită sursă ne va da informații importante doar “off the record”(fără înregistrare), anonimatul sursei poate fi justificat doar dacă este singurul mod în care putem obține informații vitale și dacă acestea sunt de interes public. Din raționamente legale, vom informa redactorul-șef privind identitatea sursei anonime.
- > Vom manifesta loialitate față de sursă dacă i-am promis anonimatul. Protejarea surselor este un principiu fundamental al jurnalismului. Niciodată nu ne vom trăda sursele.
- > Vom proteja identitatea surselor și în fața justiției, procurorilor, polițiștilor. Dreptul la anonimatul poate fi încălcat doar în cazuri excepționale, ținându-se cont de urmările posibile, atât pentru surse, cât și pentru societate. Vom aplica anonimatul ca să protejăm securitatea persoanei, să n-o punem într-o situație jenantă și din considerente legale. Vom stabili nivelul de anonimatul înainte de publicarea articolului, ca să ne asigurăm că identificarea sursei nu este posibilă nu doar de publicul larg, dar și de membrii familiei sau prieteni. În privința imaginilor, vom aplica procedee tehnice care atenuează fata persoanei („blurring”, nu „pixilation” deoarece ultima permite identificare prin revers). Dacă ni se va solicita anonimatul absolut, nu vom păstra documente sau imagini în dosarul general de presă.
- > Vom proteja identitatea minorilor implicați în infracțiuni, ca victime sau ca autori, cu excepția cazurilor în care interesul public cere ca aceștia să fie identificați sau la solicitarea expresă a părinților și reprezentanților lor legali.
- > Vom „da voce” celor neauziți în selectarea surselor, respectând diversitatea etnică, de gen, de vârstă.

Viata privata / intimitate

- > Vom respecta dreptul cetățenilor la viața privată. Persoanele care dețin funcții publice au dreptul la respectul vieții lor private, cu excepția cazurilor când viața lor particulară are efect asupra vieții publice. Nu vom publica corespondență sau conversație privată, precum nu vom relata despre comportament privat al unei persoane, dacă nu există un interes public clar de a cunoaște conținutul acestora. Faptul că alte instituții media au relatat pe marginea unui comportament privat, aducându-l astfel în spațiul public, nu va servi drept justificare pentru noi să procedăm la fel. Ne vom ghida de fapte, nu de zvonuri, ca informația să fie nu doar importantă, dar și adevărată. Dacă viața privată a unei persoane reprezintă un subiect relevant pentru a-l trata în articolele noastre, vom scrie despre aceasta doar în cazul unor evoluții semnificative, și vom ignora schimbările minore. Cu toate acestea, nu vom renunța la investigații tocmai ca să putem stabili care lucruri țin de interesul public și care țin de respectul vieții private.
- > Vom considera interes public orice chestiune care afectează viața comunității.
 - Apariția cazinourilor electronice și a sălilor cu aparate de joc a provocat anumite probleme sociale: minorii fură bani pentru a juca, familiile divorțează, jucătorii care pierd sume considerabile de bani ajung să-și piardă locul de muncă, să vândă bunuri personale precum ar fi automobilul, casa sau chiar încearcă să se sinucidă atunci când au datorii foarte mari. Reflectarea în presă a efectului negativ al acestui tip de activitate economică a fost calificat de către proprietarii cazinourilor electronice drept imixtiune nefondată în afaceri, defăimare ce provoacă pierderi financiare. Este o opinie incorectă, întrucât în acest caz problemele sociale generate de acest tip de activitate devin un fenomen de interes public.
- > Vom ține cont că interesul public nu se rezumă doar la aspectele politice, ci include orice altă împrejurare care prezintă interes pentru comunitate.
- > Vom avea în vedere că interesul public nu privește doar ceea ce autoritățile consideră că este de interes public.
- > Vom conștientiza că noțiunea de interes public se extinde și asupra modului în care funcționează și acționează Guvernul, autoritățile ori instituțiile publice, precum și orice altă entitate care utilizează bani publici sau care afectează interesul comunității.
 - În baza principiului interesului public avem dreptul de a solicita și a reflecta informații despre modul în care sunt cheltuiți și gestionați banii publici sau bunurile publice de către un agent economic care a obținut un contract cu autoritățile, o organizație neguvernamentală și/sau de presă, care folosește pe gratis o încăpere sau alte bunuri publice, este finanțată prin intermediul unui proiect de către autorități, beneficiază de subvenții din partea statului.
- > Având în vedere contribuția autorităților la gestionarea puterii și serviciilor publice, vom înțelege critica adusă autorităților drept interes public major.
 - Unii politicieni de opoziție consideră că presa independentă este de fapt presa care susține partidele de opoziție și asta pentru că aduce critici guvernanților. Este o opinie incorectă. Presa independentă este întotdeauna în opoziție vizavi de autorități, indiferent de apartenența politică a reprezentanților în Guvern, Parlament, Consiliul local, Președinție sau Primărie.
- > Atunci când reflectăm un eveniment care nu reprezintă un interes public vom invoca dreptul la libera exprimare doar în cazul în care dezvăluirea informațiilor nu contravine unui alt drept fundamental.
- > Vom ține cont că orice informații privind încălcarea drepturilor omului, așa cum sunt acestea definite în documentele internaționale ratificate de Republica Moldova, sunt de interes public major.
 - Republica Moldova a ratificat Declarația Universală a Drepturilor Omului și Convenția Europeană privind Drepturile Omului, care presupun respectarea apartenenței la comunitățile religioase, politice, sexuale etc.

TEXTBOX

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

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

- > Vom scrie despre comportamentul în viața privată a unei persoane publice binecunoscute, atunci când acest comportament interferează cu activitățile sale publice.
 - Un bețiv nu este un subiect de ziar. Dar dacă acea persoană este primarul orașului, lucrurile ar putea sta altfel. Un primar alcoolic își va îndeplini, probabil, atribuțiile în mod defectuos și ar putea deveni ținta unui șantaj. Așa că este de interes public să scriem despre un primar alcoolic. De asemenea, vom califica drept subiect de interes public o relație extraconjugală a unui primar care se pronunță în public contra adulterului, invocând motive morale sau religioase.

- > Vom scrie despre comportamentul amoral al unei persoane private, dacă acest comportament provoacă probleme de ordin social altor persoane.
 - Să presupunem că un cetățean oarecare, alcoolic, ar începe să-și terorizeze comunitatea și s-ar implica în acte împotriva legii pentru a-și finanța viciul. Acest lucru ar constitui subiect de știre. De asemenea, poate fi subiect de știre adulterul unei persoane private care are o relație cu o minoră/un minor sau cu o persoană cu probleme de sănătate mintală.

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

- > Vom respecta viața privată a unei persoane, fie chiar și publice, dacă aceasta nu afectează interesul public.
 - Nu vom dezvălui informații despre membrii familiei, despre domiciliu sau corespondența și viciile unei persoane publice dacă acestea nu vizează în mod direct sau indirect interesul public, iar detaliile acestor aspecte nu au relevanță pentru exercitarea funcției.

- > Vom ține cont că toate acțiunile, omisiunile, gesturile și cuvintele demnitarilor, politicienilor și ale tuturor funcționarilor publici legate de exercitarea funcției lor sunt de interes public major.
 - Gafele gramaticale sau cele ce țin de istoria țării, orașului admise de către un funcționar în cadrul unei informații, document, discurs sunt de interes public. Gesturile imorale admise de persoane publice într-un loc public sunt de interes public.

Publicitatea

- > Vom marca clar publicitatea (inclusiv cea politică), delimitând materialele editoriale de cele publicitate prin procedee grafice (chenar, rubrică, însemne speciale).
- > În cazul publicității electorale, aceasta va fi însoțită de indicarea sursei de plată (de ex: *Achitat din fondul electoral*).
- > Nu vom marca drept publicitate materialele despre acțiuni care țin de Responsabilitatea Socială Corporativă (RSC), chiar dacă în text vom menționa denumirea unui agent economic, numele proprietarului sau a vreunui angajat.
- > Vom considera acțiuni de RSC acțiunile care nu implică oferirea gratuită a serviciilor și produselor pe care le prestează de obicei contra bani compania ce organizează acțiunea.
- > În articolele despre RSC, sau în fotografiile ce însoțesc astfel de materiale, nu vom menționa genurile de activitate, produsul, serviciile, telefonul sau adresa companiei, ce organizează acțiunea de RSC.
- > Nu vom marca drept publicitate și nu vom considera materiale publicitate articolele în care prezentăm în mod comparativ apariția pe piață a unor produse sau servicii noi. În asemenea cazuri analizând avantajele și dezavantajele pentru consumatorii serviciilor sau produselor similare prestate sau produse de diferite companii.
- > Vom discuta cu ofertanții de publicitate, după caz, anunțurile publicitare care conțin imagini care exprimă violență, sau sexism, de asemenea care au conținut ce promovează dezechilibre de felul: angajăm manager și spălătoreasă, angajăm fete până la 25 de ani, bărbați până la 30 de ani. Potrivit legislației muncii, discriminarea pe bază de vârstă sau sex este o încălcare a legii. Deși presa nu poartă răspundere pentru conținutul anunțurilor publicitare, nu e corect să promovăm o ilegalitate, contra bani, pe terță răspundere.

Reflectarea sondajelor de opinie

- > Vom indica în mod obligatoriu compania/organizația care a efectuat sondajul și finanțatorul acestuia. Vom indica perioada, metoda chestionării (față în față sau la telefon) și eșantionul. Vom informa publicul în mod obligatoriu despre marginea de eroare.
- > Nu vom conta pe interpretările pe marginea rezultatelor făcute de organizația care a comandat sondajul. Vom reflecta rezultatele în contextul tendințelor și doar atunci când explicațiile specialiștilor vor fi convingătoare.
- > Nu vom credita sondajele cu mai multă credibilitate decât ar fi cazul. Vom folosi termeni ca „sugerează” în loc de „demonstrează” sau „arată”.
- > Vom atrage atenția cititorilor asupra oricăror evenimente care ar fi putut influența într-un anume fel rezultatele sondajului.
- > În cazul alegerilor, vom respecta prevederile legale privind publicarea sondajelor. În ziua alegerilor nu vom publica nici un rezultat până în momentul închiderii secțiilor de votare (7:00-21:00).
- > Vom edita vox-populi astfel încât ambele părți ale unei dispute să fie prezentate, echitabil și echilibrat.

Toleranță și nediscriminare

- > Vom trata tolerant și nu vom discrimina în materialele de presă reprezentanții tuturor categoriilor sociale, de vârstă, gen, rasă, etnie, apartenență politică, apartenență religioasă și orientare sexuală, chiar dacă avem atitudini mai puțin pozitive vizavi de subiecții respectivi.
 - Vom utiliza înbinarea „afro-americani”, „persoane de culoare” în loc de „negri”.
 - Vom utiliza cu precădere etnonimul „rom”, locuțiunile „de origine romă” sau „de etnie romă” în locul cuvintelor „țigan”, „țigănime”.
 - Vom utiliza sintagma „de rasă mongoloidă” în loc de „gălbejiți”.
 - Vom utiliza etnonimul „evreu” sau locuțiunea „de origine evreiască” în loc de „ovreu”,

- „jidan”, „jidovi”.
- Vom evita evidențierea etniei sau a bolii de care suferă o persoană suspectată, un învinuit, inculpat, condamnat, criminal sau a altei persoane într-un context negativ.
- Vom evita utilizarea expresiilor „bandiți țigani și ceceni”, „teroriști afgani”, „persoane de naționalitate caucaziană”.
- Vom asigura echidistanță, paritatea informațională în reflectarea conflictelor interetnice.
- Nu vom admite formarea unui stereotip negativ stabil față de o întreagă etnie.
- Nu vom forma intenționat, prin intermediul articolelor, sentimente de supremație a unei națiuni sau a unei rase față de alta.
- Nu vom apela la prejudecăți naționale în cadrul campaniilor electorale.
- Nu vom face clasamente ale funcționarilor, activiștilor, după criteriul omogenității etnice.
- > Vom evita utilizarea expresiilor frazeologice, proverbe sau zicale discriminatorii din punct de vedere etnic care duc la perpetuarea stereotipurilor și prejudecăților.

Exemple negative:

- „Trăim ca țiganii”, replică ce se utilizează deseori pentru a ilustra dezordinea, mizeria, murdăria dintr-o locuință.
 - „Este mai rău ca un tătar”.
 - „Zgârcit ca un evreu”.
 - „Tot țiganul își laudă ciocanul”.
 - „Este un țigănist adevărat”, expresie folosită deseori pentru a demonstra aspecte negative, scandaloase ale unei situații.
 - „Ca țiganul la mal”, expresie utilizată în cazul unor persoane care nu au câștigat (nu au obținut) ceva, chiar dacă aveau prima șansă.
 - „O sa te fure țiganii”, expresie de speriat copiii neascultători.
- > Vom evita utilizarea noțiunii „invalid”, „handicapat”, înlocuindu-le cu alte cuvinte nediscriminatorii ce permit descrierea stării sănătății persoanei despre care scriem.
- Vom utiliza expresii de genul „persoană cu probleme de sănătate mintală” sau „persoană cu dizabilități mintale” în locul cuvintelor și expresiilor discriminatorii precum ar fi „debil”, „bolnav psihic”, „psihopat”, „persoană cu probleme psihice”, „retard”, „retardat mintal”, „idiot”, „persoană care și-a pierdut mințile”, „persoană care și-a pierdut cugetul”.
 - Vom utiliza expresii de genul „nevăzător”, „persoană cu probleme de vedere”, „și-a pierdut vederea”, „persoană cu dizabilități vizuale” în locul cuvintelor discriminatorii de genul „chior”, „miop”, „încrușat”, „sașiu”, „orbeț”.
 - Vom utiliza expresii de genul „persoană cu probleme de auz (auditive)”, „persoană cu dizabilități auditive”, „hipoacuzici”, „lipsit parțial sau total de auz” în locul cuvântului „surd”.
 - Vom folosi expresiile de genul „persoană fără darul vorbirii”, „persoană lipsită de facultatea vorbirii” în locul cuvântului discriminatoriu „mut”.
 - Vom utiliza expresii de genul „persoană cu defect de vorbire”, „persoană cu deficiențe de limbaj” în locul cuvintelor discriminatorii „bâlbâit”, „fâlfâit”, „cepeleag”, „gângâit”, „rârâit”, „fonf”.
 - Vom folosi expresiile „persoană cu dizabilități fizice”, „persoană cu dizabilități locomotorii”, „persoană cu probleme locomotorii” în locul cuvintelor discriminatorii „calic”, „beteag”, „olog”, „șchiop”, „cotonog”, „șontorog”.
 - Vom folosi expresii de genul „persoană care trăiește cu HIV”, „persoană care trăiește cu SIDA”, „bolnav de SIDA”, „suferă de SIDA” în locul expresiilor discriminatorii „HIV infectați”, „infectați cu HIV”, „infectați cu SIDA”.
 - Vom folosi expresii de genul „bolnav de tuberculoză”, „suferă de tuberculoză”, „bolnav TBC” în locul cuvintelor și expresiilor discriminatorii „ofticos”, „tuberculoznic”, „infectat cu tuberculoză”.
 - Nu vom utiliza cuvinte ce descriu o diagnoză sau o boală pentru a descrie viciile sau aspectele negative ale unei persoane care nu suferă de această boală.

- > Nu vom utiliza termeni discriminatorii la adresa cultelor.
 - Vom utiliza expresiile „asociație religioasă”, „organizație religioasă”, „grup religios”, „mișcare religioasă nouă”, „cult”, și nu vom utiliza cuvintele peiorative și batjocoritoare precum ar fi „sectă”, „sectar”, „sectant”, „sectă totalitară”. Notă: în cazul în care termenii discriminatorii se conțin în declarația unei persoane publice, nu vom omite sau înlocui termenul din citat.
- > Vom trata echilibrat bărbații și femeile în articole, imagini, în calitate de surse sau categorii sociale descrise. Nu vom scrie „Un tată deosebit își îngrijește singur copiii”, căci părinții sunt abilitați în egală măsură să îi îngrijească. Nu vom spune „bărbații din Parlament s-au adunat în sala de ședințe”, dacă ne referim la parlamentari, și nu la statutul lor sexual, și dacă din componența Legislativului face parte măcar o femeie. Nu spunem „participanții la congres și soțiile lor”, dacă congresul e pentru specialiștii dintr-un domeniu anume și nu pentru reprezentanții unui sex anume. Nu spunem domnul Vasile Moraru și Elena Micu. Folosim pentru ambele genuri, în mod egal, numele sau poziția socială, sau titlul științific. Nu descriem femeile ca pe cineva care reprezintă pe altcineva. Nu spunem „Maria, soția lui Vasile Palade, este cofetară”. Descriem o femeie pentru ceea ce reprezintă ea însăși. Nu scriem: „jumătatea slabă”, „jumătatea tare” sau „micuța femeie”, dacă vizează cazuri generale. Nu folosim singularul masculin, atunci când descriem o categorie care include și bărbați, și femei. De exemplu: „Profesorul școlar are salarii mici”, „Studentul trebuie să învețe”. Utilizăm mai mult pluralul decât singularul în asemenea cazuri.

Dreptul de autor

- > Vom semna orice material publicat.
- > Ne vom opune cenzurii de orice fel.
- > Nu vom prelua materiale (texte sau fotografii) fără să avem acordul autorului sau (după caz) publicației (sursei).
- > Nu vom imprima, multiplica sau distribui anumite materiale, dacă nu vom avea un acord (verbal sau în scris) cu autorul acestora în ceea ce privește drepturile conexe.
- > Vom ține cont că redacția nu are dreptul să-și dea acordul privind preluarea materialelor din ziar, dacă autorul materialelor nu a transmis ziarului și drepturile conexe.
- > Suntem responsabili de veridicitatea și obiectivitatea comunicărilor publicate, sub nume propriu sau pseudonim. Nimeni nu are dreptul să ne oblige să ne punem semnătura sub o publicație conținutul căreia, în opinia noastră, a fost schimonosit sau modificat împotriva voinței noastre.

3. Alte norme de conduită profesională

Respectarea drepturilor omului

- > Vom respecta legile țării noastre, dar vom respinge orice tentativă de presiune și de amestec în activitatea noastră jurnalistică din partea autorităților, formațiunilor politice sau altcuiva.
- > Vom cere permisiune să activăm pe o proprietate privată. Nu vom face o astfel de solicitare unde publicul are acces larg (piață, gară) sau acolo unei au loc activități anti-sociale pe care urmează să le relatăm. Dacă vom fi rugați să părăsim proprietatea privată (unde publicul general nu are acces), vom da curs invitației prompt, într-o manieră politicoasă.
- > Vom evita să publicăm numele victimelor, mai ales a celor agresate sexual, fără permisiunea lor.
- > Avem dreptul să fim protejați de către instituția de presă unde ne exercităm profesia, precum și de Asociația Presei Independente (API) sau de altă asociație profesională sau sindicală care ne reprezintă interesele împotriva oricărei presiuni exercitate contra noastră, de natură să determine o încălcare a conduitei personale prevăzute de normele deontologice și de prezentul Ghid.
- > Ne rezervăm dreptul să refuzăm o anumită misiune, dacă executarea acesteia contravine principiilor deontologiei profesionale și convingerilor noastre etice.
- > Ne rezervăm dreptul să refuzăm atragerea de contracte de publicitate sau sponsorizări pentru instituția de presă la care lucrăm.

Conflictul de interese

- > Vom activa în numele interesului publicului de a afla adevărul, nu vom folosi reputația și posibilitățile noastre profesionale pentru dezinformarea cititorului, difuzarea unor informații cu caracter publicitar sau comercial, promovarea unor interese de grup sau de altă natură.
- > Nu vom folosi în interese personale sau în interesul unor persoane apropiate informațiile confidențiale, aflate în virtutea exercitării atribuțiilor de serviciu.
- > Vom respecta drepturile de autor ale colegilor, vom face trimiteri la numele autorului ori de câte ori vom face uz de o lucrare a altcuiva. Plagiatul este inadmisibil.
- > Nu vom accepta, direct sau indirect, nici un fel de recompense, onorarii, bunuri, servicii, gratuități din partea unor persoane terțe pentru publicarea materialelor și opiniilor de orice caracter. Nu vom scrie despre prieteni sau rude.
- > Vom evita situațiile de conflict de interese. Vom separa activitățile editoriale de cele politice și economice.
- > Toate activitățile în afara redacțiilor nu trebuie să influențeze inadecvat articolele și serviciile noastre. Nu vom da niciun motiv cititorilor să pună la îndoială imparțialitatea, integritatea și standardele noastre etice. Reporterii vor obține acordul editorilor înaintea acceptării activităților lor extraredacționale, ca să fie evitat, astfel, orice conflict de interese. Reporterii nu vor fi subiecții unor promoții și reclame pentru produse comerciale. Participarea în acțiuni de caritate, de asemenea, trebuie făcută astfel ca să fie delimitată susținerea personală de cea a redacției.

Neapartenența la partidele politice, relațiile cu autoritățile publice

- > Profesia de jurnalist este incompatibilă cu orice funcții în organele puterii de stat, legislative sau de drept, dar și cu apartenența la diferite formațiuni politice, organe de conducere ale acestora.
- > Vom informa editorii despre orice afiliere politică.
- > Dacă vom fi înregistrați drept concurenți electorali vom cere degrevarea din funcție pe durata campaniei.
- > Nu vom accepta afilierea la structuri electorale sau staff-uri electorale. Vom accepta munca non-politică de voluntari. Participarea la dezbateri publice și scrierea pentru publicații din străinătate este permisă, cu acordul prealabil al editorului. Orice referire la ziar va fi făcută doar cu acordul prealabil al conducerii.

- > Vom informa în scris despre legăturile de afaceri sau financiare pe care le avem personal sau în cadrul familiei. Nu vom accepta să relatăm despre o firmă sau un produs față de care avem interese. Vom declara despre acțiunile pe care le deținem dacă acestea sunt în legătură directă cu materialul al cărui autor suntem. Reporterii specializați pe economie și finanțe vor face o declarație în scris privitor la acțiunile pe care le dețin. Declarațiile vor fi confidentiale, dar vor servi editorului drept bază pentru deciziile ulterioare privind eventuala existență a unui conflict de interese.

Tratamentul corect al cititorilor

- > Corectitudinea și imparțialitatea sunt criteriile fundamentale ale jurnalismului. Cititorii trebuie să aibă încredere în integritatea editorială a redacțiilor noastre și că deciziile noastre sunt luate numai pe baza unor motive robuste. Nu vom include în articolele noastre conținut ce aduce ofensă bunului-simț și decenței publice sau care e de natură să instige la dezordine publică și crimă. Vom evita limbajul dur (licențios) ce ar putea jigni cititorii, cu excepția cazurilor când acesta justifică interesul pentru autenticitate.
- > În cazul citării parțiale a unei persoane ne obligăm să nu denaturăm mesajul persoanei date.
- > Vom obține informații în mod deschis și transparent. Folosirea tehnicilor speciale de investigație este justificată atunci când informațiile de interes public nu pot fi obținute în alt mod. E bine ca cititorii să fie informați despre faptul că am utilizat tehnici speciale de colectare a informațiilor.

Versiunile on-line

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

Materiale puse la dispoziție

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

Anexă. Ghid de design și paginare

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

Michel A. Carter, expert al Agenției Informaționale a SUA

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

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

Fonturi

- > Alegeți un singur font (garnitură) pentru textele de bază. În aceste texte vor fi aplicate garniturile „obișnuite”, „de lucru”. Fonturile decorative sunt inoportune, deoarece conțin mai multe elemente adiționale care complică lectura. Astfel de fonturi sunt indicate pentru materiale publicitare sau pe paginile despre cultură, creația poezilor, pictorilor și scriitorilor, viața privată a VIP-urilor, pe paginile cu dedicații și cele de umor.
- > Ochiul nostru percepe cel mai ușor fonturile de tip “serif”, adică caracterele care au la finele fiecărei litere mici ornamente, nu pe cele “sans-serif”, care sunt lipsite de aceste mici ornamente. (Exemple de fonturi “serif”: Times New Roman, Georgia, Courier New etc., la categoria “sans-serif” se referă: Arial, Verdana, Tahoma etc.). Este recomandabil ca într-un ziar să nu fie utilizate mai mult de două fonturi. Totodată, unul dintre acestea, adică cel de bază, trebuie să fie de tip „serif”, iar cel adițional să fie din categoria „sans-serif”. Fonturile alese trebuie aplicate și pentru titlurile rubricilor de știri. Pentru titluri este mai indicat să utilizăm fonturi “sans-serif”.
- > Fontul unic va fi utilizat pentru tot textul materialului. Este inadmisibil ca o parte din text să fie redată cu un font, iar cealaltă - cu altul. La nivel de subconștient, cititorul deprins cu anumite caractere ale știrilor va înțelege că citește anume știrile, dar nu altceva.
- > Niciodată nu vom aplica acest font și pentru publicitate. Nu trebuie să derutăm cititorii noștri, încălcând această regulă. Același lucru este valabil și pentru articolele publicitare.
- > Vom utiliza caracterele suficient de mari ale fontului ales, pentru ca textul să fie ușor de lecturat. Pentru textul de bază sunt recomandabile caractere de 9-10 puncte, dar nu mai mici de 8. Pentru anunțuri și programele TV nu vor fi alese caracterele mai mici de 7 puncte.
- > Nu se poate de îngustat (șmăluit) sau de lărgit fonturile. Fonturile nu au fost elaborate întâmplător într-un mod anumit. Dacă într-adevăr aveți nevoie de un font foarte îngust (șmal), atunci e mai bine să-l selectați pe cel care a fost conceput inițial anume așa.
- > Intervalul dintre litere trebuie să fie același pe parcursul întregului articol, dar cel mai bine pentru întregul ziar. Dacă textul nu se încadrează în dimensiunile prestabilite, este mai indicat să se recurgă la prescurtarea acestuia, cu atât mai mult cu cât, așa cum ne-o confirmă uzul,

acest lucru este posibil întotdeauna. Vom evita să abuzăm de opțiunile “tracking” și „kernig” ale programelor de paginare, or, textul înșirat pe alocuri și înghesuit în alte locuri arată dezordonat și trădează lipsa de profesionalism, făcând totodată mai dificilă perceperea textului.

- > Vom respecta un interval egal (interlinie/interliniaj) și între rânduri. Nu se admite ca pe unele pagini distanța dintre rânduri pe orizontală să fie egală cu 10 puncte, iar pe cea de alături - de 12. Acest lucru face ca pagina să arate dezordonată și, în plus, complică perceperea textelor de către cititor. Intervalul între rânduri mărit într-o măsură potrivită face textul mai ușor de asimilat, mai ales când rândurile sunt lungi. Este bine să stabilim un standard propriu, care va fi aplicat mai apoi întotdeauna. Nu trebuie să mărim intervalul dacă articolul e prea mic și nici să-l micșorăm dacă textul este destul de mare.
- > În procesul de paginare sunt indicate evidențierile pentru a accentua un cuvânt sau un fragment din text. În acest scop vor fi aplicate caracterele grase sau negre (**bold**) și cursivul (*italic*). Lizibilitatea cu astfel de caractere este redusă, însă pentru fragmente mici de text acestea sunt potrivite. Cu caractere grase vor fi redată lead-urile, iar cu cele cursive, citatele nu prea mari.
- > Nu se recomandă categoric aplicarea sublinierii (underline). Acest mijloc de evidențiere este o „moștenire” din epoca mașinilor de scris, fiind considerat apogeul prostului-gust în domeniul tipografiei.
- > Pentru a scoate lead-ul în evidență, va fi ales un anumit procedeu pentru întreg ziarul. Metoda cea mai simplă este paginarea cu caractere bold. Uneori lead-urile sunt prezentate aplicând un corp de literă ceva mai mare decât textul de bază. La fel, în cazul lead-urilor vom recurge și la letrine, precum și la alinierea stânga, astfel încât marginea din dreapta să rămână „zdrențuită”. Din conținutul acestui procedeu textul devine mai „aerisit”.

Fonturile pentru titluri

- > Rămân valabile aceleași abordări și reguli ca și pentru textul de bază: va fi aplicat un singur font sau două. Pentru titlurile materialelor ce au legătură cu știrile va trebui ales un font unic.
- > Alt font poate fi ales pentru titlurile articolelor din alte compartimente ale ziarului (cele care nu au legătură cu știrile). Însă pentru astfel de materiale urmează a fi utilizat un singur font cu variațiuni. Procedeu propus va servi la fel drept un reper pentru cititori. Aceștia vor realiza că materialele care au titlurile tipărite cu un font sunt știri, iar cele tipărite cu font diferit se referă la alte compartimente ale publicației.
- > În titluri trebuie aplicate majuscule și minuscule. Cercetările au demonstrat că pentru a citi și percepe cuvintele tipărite doar cu majuscule oamenii au nevoie de un interval de timp mult mai mare decât pentru cele tipărite cu majuscule și minuscule. Același lucru este aplicabil și pentru publicitate. În cazuri excepționale, este admisibil să se utilizeze pentru titlul articolului de fond doar majuscule. În acest caz, dimensiunea corpului de literă va fi mărită în așa fel ca să fie eliminate toate impedimentele de lizibilitate generate de majuscule.
- > Odată elaborat designul fontului (garnitura, corpul de literă, interlinia/interliniajul), acesta va fi aplicat succesiv pe toate paginile publicației.

Lățimea și numărul coloanelor

- > Pentru textul de bază lățimea optimă a coloanelor este de cca 4-5 cm, aceasta însemnând 6-10 cuvinte sau 35-60 de semne. Textul mai înghesuit, adică șmăluit, devine mai puțin lizibil. În procesul lecturii, ochiul efectuează o mișcare în zigzag. Dacă colonița este îngustă, ochiul

„aleargă” dintr-o parte în alta. Mișcările nu mai sunt ritmice. Când colonița este aliniată centrat, mai multe cuvinte trebuie trecute dintr-un rând în altul, astfel că lungimea rândului se schimbă radical. Dacă rândurile sunt exagerat de lungi, ochiul se plictisește și mișcările încetinesc. Să găsești începutul rândului nou este chiar foarte greu. Respectivul procedeu este aplicat pentru a crea o anumită dispoziție. Un text despre business, unul energic, cum ar fi textul știristic, este de obicei încadrat într-o coloniță rezonabil de îngustă și dinamică, pe când în monografii și buclele pretențioase și scumpe designerul optează pentru rânduri lungi și „statice”.

- > Cea mai lată coloniță nu va avea mai mult de 10-12 cm. Este dificil de a citi colonițele mai late, de aceea procesul de percepție va fi mult mai lent. Cititorul va fi nevoit să cuprindă cuvinte separate, nu grupuri de cuvinte concomitent.
- > Este inadmisibil să desparti colonițele prin linii (bara dintre coloane), decât în cazurile când aceasta e neapărat necesar pentru a delimita materialele din pagină. Liniile dintre coloane aglomerează pagina, mai indicate fiind spațiile albe dintre coloanele textului de bază. Vom ține cont de același principiu și în cazul liniilor de separare orizontale.
- > Liniile textului din coloanele diferite de pe aceeași pagină se vor situa la același nivel orizontal. În partea de jos liniile tuturor coloanelor trebuie să coincidă. Dacă aceasta se întâmplă (și nu ați modificat interlinierea stabilită de machetă) toate liniile se află la nivelul necesar.
- > Pe pagină nu vor rămâne „linii suspendate”, așa-numitele „văduve” sau „orfani”. Aceasta înseamnă că sfârșitul textului nu poate fi trecut în cealaltă coloană dacă ocupă un rând sau două. În următoarea coloană, putem trece un fragment de text doar dacă acesta ocupă nu mai puțin de trei rânduri.
- > Pentru ca textul să nu pară prea anost și monoton, acesta va fi despărțit prin alineate. Dar și în acest caz simțul măsurii va fi indicat: când sunt prea multe alineate, aceste elemente de text arată prea mărunte, iar fiind prea puține ele par exagerat de masive și voluminoase.
- > Vom urmări ca pe pagină să nu fie doar text. Astfel de pagini sunt numite de către gazetari „cărămizi”, or, o cărămidă nu are nimic atractiv, cu atât mai mult cu cât paginile lipsite de elemente grafice prezintă dificultăți de lizibilitate.

Elementele articolului

Coloanele

- > Toate materialele articolului vor fi plasate cu grijă în blocuri dreptunghiulare. Este indicată diversificarea formei și a dimensiunii materialelor și ilustrațiilor. Formatul și locul vor corespunde priorității materialului. Nu este admisibilă paginarea textului în formă de „L” sau în formă de imagine în oglindă a literei „L”. În redacții, respectivul procedeu este numit „cizmă” sau „ciubotă”.
- > Divizând textul cu fotografii, infografică sau inserturi, le vom plasa în așa fel încât ochiul să poată desluși ușor și firesc continuarea textului. Privirea cititorului trebuie să surprindă instantaneu începutul textului și să nu-l caute nici pe parcursul lecturii respectivului material. Iată de ce fotografiile, infografica sau inserturile nu vor diviza un text integru. Este mai indicat ca respectivele elemente să fie plasate între părțile sau blocurile articolului separate între ele de intertitluri sau letrine (drop cap), adică litere cu corp mare plasate la începutul unui alineat.
- > Vom urmări echilibrul dintre dimensiunile titlului și ale textului. Toate textele diferă, astfel că și dimensiunile titlurilor vor fi diferite. Titlul nu trebuie să pară nici prea mare, dar nici prea

mic. Materialele mai voluminoase cu fotografii și titlu mari trebuie plasate în partea de sus a paginii. Cu cât materialul este mai mic ca dimensiune, cu atât mai jos se va situa. Firește, cel mai mare titlu va însoți anume cel mai mare material și respectiv cel mai mic titlu va avea materialul cel mai mic.

- > Pentru a facilita percepția textelor prea mari la nivel vizual se recomandă de a recurge la letrine. În aceleași scopuri mai pot fi utilizate intertitlurile la fragmentele articolului.
- > Pentru edițiile de tip tabloid este recomandat un număr de 5-6 coloane. Dacă sunt mai puține coloane, rândurile vor fi prea lungi, iar în caz contrar - prea scurte. În colonițe mai înguste putem încadra conținuturile rubricilor de anunțuri și programele TV.
- > Distanța dintre elementele conexe ale paginii va fi aceeași, egală cu distanța dintre coloanele textului de bază. Aceeași distanță va separa: a) titlul de începutul articolului; b) titlul de fotografie; c) legenda la fotografie de fotografia propriu-zisă; d) o fotografie de alta; e) toate elementele conexe.
- > Distanța care separă elementele nelegate unele de altele va fi de două ori mai mare. Acesta este un alt reper pentru cititor. Astfel, cititorului îi sunt oferite indicii clare privind elementele care sunt legate între ele, fotografiile ce se referă la articol, titlurile ce se raportează la acesta etc.
- > Machetele pentru prima pagină și paginile interioare ale publicației întotdeauna se vor deosebi.
- > În procesul de paginare este indezirabil abuzul de ornamente în formă de rame sofisticate, fonturi decorative și ilustrații de prost-gust.
- > O tendință indiscutabil proastă și care se manifestă în special la ziarurile mici și medii este inversarea culorilor (fundal închis și culoarea textului deschisă). Această modalitate este cea mai dificilă pentru lectură, potrivit unor studii. Dacă astfel de procedee sunt aplicate totuși, acestea urmează să fie reduse la minimum, spre exemplu, pentru evidențierea unor anumite elemente (titlurile articolelor, rubrici).
- > Pentru macheta unui ziar modern va fi benefică reducerea numărului de fonturi, stiluri și culori utilizate și mărirea dimensiunilor titlurilor și ilustrațiilor. Grație utilizării discrete a fonturilor, culorilor etc., vom putea evidenția mai bine elementele mai importante ale paginii, adică fotografiile, ilustrațiile, prezentarea grafică. Or, anume aceste elemente fac ziarul mai atractiv sub aspect vizual, iar dacă ne axăm pe acestea, „înzorzonarea” nu mai este necesară.

Infografica

- > Pentru vizualizarea știrilor se recomandă a utiliza grafica cu caracter informativ - hărți, tabele, diagrame, rating-uri, scheme etc. Cele mai simple elemente grafice cunoscute demult sunt hărțile care informează cititorul despre locația evenimentului la care se face referire în articol. Majoritatea articolelor mari se pretează la soluții grafice, cum ar fi tot felul de scheme. De exemplu, într-un material despre literatura pentru copii poate fi scoasă în evidență o listă a cărților recomandate pentru lectura copiilor. Ca să evităm repetiția, este mai indicat ca lista să fie separată de articol, să fie tipărită cu alte caractere, să i se dea un titlu ce poate fi încadrat într-o ramă.
- > La crearea infograficii, va avea prioritate caracterul informativ, nu cel artistic. O grafică sofisticată este inutilă dacă aceasta nu explică și nu completează articolul. Totodată, utilizarea diferitelor diagrame trebuie să fie diversă, în caz contrar, în loc de un design gazetăresc ne vom pomeni cu o prezentare specifică revistelor științifice, ceea ce va plictisi cititorul.

Inserturile

- > Un fragment mai important de text sau o frază relevantă culeasă cu caractere mai mari și prezentată în forma unui bloc de text independent, aplicându-se cadrarea sau marcarea cu ajutorul opțiunii „highlight”, care dă evidențierea cu ajutorul liniilor, se numește **insert**. Insertul este recomandat mai ales în cazul articolelor care ocupă o pagină întreagă sau chiar două. Acesta va fi plasat în interiorul textului; un insert „descarcă” un text masiv. Insertul joacă rolul unui lead și incită cititorul să lectureze textul. Insertul poate fi evidențiat adițional cu o pereche stilizată de ghilimele sau cu ghilimele simple.

Spațiul alb

- > Spațiile albe în pagină reprezintă unul dintre cele mai utile elemente. Spațiile albe ajută să creăm un ziar cu prezentare atractivă. Pentru separarea elementelor din pagină vom utiliza spațiile albe în loc de liniile negre. Trăsând în pagină linii negre, designerul distruge spațiile albe făcând pagina mai aglomerată.
- > Plasând materialul în pagină, vom urmări ca toate petele albe să fie dispuse în jurul textului. Însă această regulă are și o excepție. În ultimul timp, în mai multe ziare de peste hotare, un spațiu alb echivalează cu 2-3 volume de spațiu dintre coloane și este plasat în cadrul articolului, ceea ce arată stilat și fresh. Destul de bine dă și spațiul dintre coloane suprapus cu un insert în formă de citat în partea de sus a unei coloane goale.

Fotografiile în ziar

- > Pe fiecare pagină, ar trebui să existe o fotografie principală. Dimensiunile fețelor din fotografii nu vor fi mai mici decât o monedă de 25-50 de bani. Când fețele sunt prea mici, vom mări fotografiile. Este necesar să ne preocupăm și de echilibrul materialului ilustrativ din pagină. Cititorului trebuie să-i fie clar la ce material se referă imaginea.
- > Fotografiile trebuie să fie însoțite de text aproape întotdeauna. Excepție ar putea fi imaginile ilustrative fără legendă din materialele de divertisment, din textele publicitare, din programele TV etc. La fel o inscripție nu este neapărat necesară când este publicată o fotografie extrem de relevantă care uneori poate înlocui chiar un articol întreg, de exemplu, o fotografie mare de la executarea lui Saddam Hussein. Un prim-plan al feței și ochilor lui Saddam Hussein cu ștreangul la gât nu mai necesită comentarii. Însă astfel de fotografii relevante sunt extrem de rare.
- > Legenda la fotografie trebuie să sugereze expres: de ce a fost publicată poza, cine sunt persoanele din imagine, dacă poza conține ceva interesant și important pe care cititorul ar putea să nu-l observe. Textul care însoțește fotografia este redactat la timpul prezent, fiind plasat cu litere mai mari decât textul de bază. La fel se recomandă de a utiliza caracterele grase (bold). Dacă la text a fost utilizat un font “serif”, atunci pentru legendă vom alege un “sans-serif”. Nu sunt prea indicate legendele plasate chiar pe fotografie, căci acestea, în primul rând, acoperă o parte din imagine, iar în al doilea rând, nu sunt prea lizibile, mai ales că la noi în țară calitatea poligrafiei nu este prea bună.
- > E bine să urmărim ca sub fiecare fotografie sau alături de aceasta să fie indicat autorul și sursa de unde a fost preluată. Dacă imaginea a fost selectată din Internet, este bine să se precizeze de pe ce site a fost preluată. Când este publicată o fotografie din arhivele ziarului sau din colecția unei persoane, este necesar de precizat: „Fotografie din arhiva ziarului” sau „Fotografie din colecția...” etc.
- > Dacă pentru ilustrare nu au fost utilizate fotografiile originale sau regizate, acest lucru va fi

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

- > Odată aleasă amplasarea semnăturilor la fotografii, a autorilor care le-au realizat și a inscripțiilor de tipul „fotografie ilustrativă” sau „fotografie regizată”, aceasta va fi aplicată pentru toate paginile publicației. Este interzis ca pe anumite pagini inscripțiile să fie plasate pe fotografie, pe unele - sub fotografie, iar pe altele - într-o parte și vertical. Același lucru va fi respectat și la textele care însoțesc fotografia.
- > La rubricile de știri și reportaje vor fi realizate filmări de la eveniment. Astfel de imagini trebuie să demonstreze ceea ce a avut loc în realitate, iată de ce orice simulare în acest caz este contraindicată.
- > Pentru publicarea interviurilor, portretelor jurnalistice sau pentru familiarizarea cu autorii celor mai importante materiale sunt recomandate fotografiile de tip „portret”. Acestea pot fi individuale sau de grup. În ultimul caz, poza va fi mărită pentru ca cititorul să deslușească bine persoanele din imagine.
- > Pentru a ilustra articolele și a le conferi mai multă credibilitate, vor fi utilizate reproducțiile foto, adică copiile scanate ale documentelor, fragmentelor din articole din ziare și reviste.
- > Pentru schițele fotografice nu se recomandă să se utilizeze mai puțin de trei fotografii care redau filmul unui eveniment. Este necesar ca fotograful să redea povestea destul de captivant și viu fără a uita însă și de detalii, altfel riscând să prezinte doar o serie plictisitoare de imagini dispartate.
- > Periodic, ziarele vor publica și imagini realizate cu camerele telefoanelor mobile, dacă subiectul este inedit, relevant, interesant și senzațional, în cazul când redacția nu dispune de alte imagini de la respectivul eveniment. În astfel de situații, putem face anumite concesii la capitolul calitatea imaginii. Uneori o calitate mai proastă a imaginii face poza mai veridică, însă și în acest caz nu trebuie să exagerăm.
- > Dacă redacția nu dispune de imagini realizate chiar în cadrul evenimentului, ar putea fi folosite fotografii post-eveniment care reflectă consecințele acestuia. La fel putem utiliza imaginile realizate de martori oculari sau fotografiile regizate ce reconstituie evenimentul.
- > Pentru a diversifica paginarea, redacția trebuie să dispună de fotografii de la eveniment realizate din unghiuri diferite, în plan orizontal și vertical.
- > Imaginea va reda mișcarea; persoanele din imagine nu trebuie să pozeze. Fotografia trebuie să redea dispoziția, emoțiile.
- > Compoziția foto va fi compactă, fără viduri. În imagine va exista doar un centru compozițional, altfel atenția privitorului se dispersează. Grație asimetriei, imaginea este percepută mai bine.
- > Numărul de persoane din imagine trebuie limitat dacă nu dorim să creăm un efect de mulțime. 3-4 persoane sunt mai indicate decât 10-12.
- > Aproape pe fiecare imagine vor fi prezente și persoane, altfel vom obține un cadru numit în limbajul de specialitate al redacțiilor „peisaj selenar”.
- > Uneori este indicat să întoarcem camera, adică să filmăm nu doar acțiunea, dar și reacția la această acțiune, de exemplu, suporterii.

- > Imaginea va transmite un mesaj, nu doar va ilustra textul; sunt necesare cadre relevante, care „vorbesc”. Atenția cititorului întotdeauna este captată de imaginile cu copii, animale, vedete și VIP-uri, pozele mai haioase, fotografiile de gen.
- > Lățimea fotografiei va fi divizibilă la lățimea coloanei, asta însemnând că o fotografie trebuie să ocupe una, două sau trei și mai multe coloane, dar nu 1,5 sau 2,3 din lățimea coloanei. Se mai întâmplă cazuri când fotografia „nimereste” parțial în coloana de alături, însă astfel de situații sunt inadmisibile. Sunt permise ca excepție doar cazurile când fotografia este tăiată după contur și se „izbește” de text, iar textul în acest caz îl „învaluite”.
- > O fotografie frumoasă trebuie să fie elementul dominant al paginii. Este necesar să ținem cont de amplasarea fotografiei sau a fotografiilor la paginarea materialelor și ilustrațiilor. O pagină este montată în jurul fotografiei. Se recomandă să elaborăm designul paginii ținând cont de faptul că cititorul observă în primul rând fotografia.
- > Dacă redacția dispune de o fotografie bună, ea va fi plasată la dimensiune mare. Aceasta va atrage atenția cititorului asupra paginii și, implicit, asupra articolului. O fotografie frumoasă va fi momentul-cheie în prezentarea paginii realizate de designer.
- > Fotografiile vor fi cadrate, nu publicate în forma lor inițială. În acest caz chiar și o fotografie ordinară poate fi transformată în una bună dacă-i vor fi tăiate reușit marginile. Este esențial să găsim cea mai importantă parte a imaginii, să accentuăm acțiunea, să eliminăm tot ce este inutil, mai ales spațiile „goale”. Pentru a concentra atenția asupra acțiunii putem chiar decupa mâinile sau picioarele cuiva.
- > Este recomandabil de a prezenta fotografiile în formă de dreptunghi maxim (orizontal) sau profund (vertical). Forma pătrată este anostă. Cu cât mai mult ne vom detașa de pătrat cu atât mai interesantă va fi fotografia.
- > Dacă într-o pagină sunt mai multe fotografii, acestea trebuie să se deosebească în funcție de dimensiune și formă. Ca excepție poate fi paginarea unei serii de fotografii ce amintește de o peliculă cinematografică, precum și punerea în pagină a unor mini-interviuri cu mai multe persoane, pe o anumită temă, însoțite de portretele acestora.
- > Cele mai bune fotografii vor fi rezervate pentru pagina întâi. Este mai bine să plasăm respectivele poze pe prima pagină, chiar dacă respectivul articol este inserat pe una dintre paginile interioare. În inscripția care însoțește fotografia putem îndemna cititorul să deschidă pagina respectivă pentru a citi materialul. Aceeași fotografie, însă de dimensiuni mai mici, poate fi repetată și în interiorul ziarului.
- > Când plasăm câteva fotografii conexe într-o schiță fotografică, evidențiem una dintre ele ca principala. Aceasta trebuie să fie tipărită de două ori mai mare ca celelalte. Toate fotografiile vor fi plasate în pagină în așa fel încât să se atingă. Impactul fotografiilor este mai mare în acest caz, reducându-se când imaginile sunt dispersate în pagină și sunt divizate de text.
- > Înainte de publicare, vom identifica „linia de forță” a fotografiei. În majoritatea cazurilor fețele din imagini sunt orientate spre stânga sau spre dreapta. Când fotografia redă o mișcare, aceasta are o anumită direcție; în cazul portretului sau al „fotografiei capului” direcția este sugerată de ochi și umeri. Stabilind direcția, vom crea designul paginii așa ca toate fotografiile „să privească” în interiorul paginii, nu în exteriorul ei. Fotografiile vor fi orientate spre articolul pe care-l însoțesc, nu în sens invers. Când grupăm imagini pentru schița fotografică, acestea trebuie să fie orientate unele spre altele, nu în direcții opuse.
- > Este indicat de a desena fotografiilor un contur utilizând o linie foarte subțire. Astfel putem evidenția fotografia în pagină, îi putem imprima mai mult dramatism. Un atare procedeu

permite să se perfecționeze calitatea tuturor fotografiilor din ziarul dvs. La fotografiile cu fundal alb linia este imperios necesară, pentru ca imaginea să nu se contopească cu fundalul alb al paginii. Linia care evidențiază fotografia va fi trasată exact pe conturul imaginii. Vom evita spațiile albe între fotografie și linia de contur, însă regula aceasta nu este o dogmă, deoarece mai multe publicații de calitate nu recurg la cadrarea imaginilor.