


**Etic, uman și senzațional în
relatarea despre persoanele
vulnerabile, dezavantajate și
cu handicap**



O față a problemei

**Cum ne
prezentăm noi?**

Vindem povești

Vindem
senzațional

Vindem violență

Vindem durere

Vindem moarte

Vindem nevoie

**Cum suntem
prezențați?**

Cumpărăm povești

Cumpărăm
senzațional

Cumpărăm violență

Cumpărăm durere

Cumpărăm moarte

Cumpărăm nevoie





O altă față a problemei

- Una oferim și alta scriu ei...
- Eu am oferit informații și iată ce a ieșit...
- Doar am trimis informații, de ce nu a apărut nimic?...



- Media influențează opinia publică și atitudinea generală privitor la HIV/SIDA, inclusiv atitudinea față de persoanele infectate cu HIV, fiind un canal de comunicare foarte important.
- Modul în care media prezintă informațiile poate avea efecte pozitive sau negative la nivelul populației.
- În goana după audiență și tiraj, jurnaliștii minimalizează adesea efectele psihosociale la nivelul persoanei seropozitive HIV.



„Totuși, cea mai gravă problemă rămasă este cea a mentalității populației deoarece în țara noastră se fac încă discriminări grave ale persoanelor seropozitive HIV.”

Extras din raportul comun al programului Națiunilor Unite pentru HIV/SIDA – UNAIDS și al OMS privind evoluția epidemiei în anul 2004

Etic

- ◆ **Legea nr. 544/2001 privind liberul acces la informațiile de interes public**

(publicata in Monitorul Oficial nr. 663/23 octombrie 2001). Reglementează în ce măsură o informație este de interes public și cum poate fi obținută).

- ◆ **Decizia nr. 187/ 3 aprilie 2006 și Codul de reglementare a conținutului audiovizualului.**

“ART. 2 Ori de câte ori copilul este subiect al emisiunilor audiovizuale, radiodifuzorii au obligația să respecte principiul interesului superior al acestuia. Copilul are dreptul la protejarea imaginii sale publice și a vieții sale intime, private și familiale.”

- ◆ **Statutul jurnalistului elaborat de Convenția Organizațiilor Media.**

- ◆ **Codul deontologic al jurnalistului elaborat de Convenția Organizațiilor Media**





Uman

- Povestea poate fi spusă dacă se respectă etica
- Și cel mai dur jurnalist este om
- *Doar cca 9% dintre articole fac referire directă la numărul pacienților existenți în sistemul medical, a celor care beneficiază de servicii medicale și sociale, respectiv prognoze asupra evoluției cazuisticii HIV/SIDA la nivel național*

(monitorizare septembrie 2006-iunie 2007 pe un număr de 358 articole apărute on-line la nivel național)

Senzațional

titluri bombă extrase din presa analizată on-line:
Gest criminal al unui pacient bolnav de SIDA – Ziua de Roman, 29 septembrie 2006 sau O elevă de clasa a IX-a din Alba Iulia, posibila furnizoare de SIDA pentru tot cartierul – Gândul, 8 iunie 2007)



Situații care prejudiciază persoane infectate și afectate HIV/SIDA

- ◆ Publicarea indirectă a unor detalii de identitate – prin declarații ale unor intervievați care încalcă legea, publicarea imaginii.
- ◆ Utilizarea de termeni incorecți, neintenționat, din prea puțină documentare.
- ◆ Exploatarea senzaționalului.
- ◆ Utilizarea “titlului bombă”.
- ◆ Ignorarea sau necunoașterea limitelor legii și răspunderii legale a jurnalistului.





Concluzii

- Trebuie să transmitem clar, consecvent, profesional și luând toate măsurile de siguranță
- Există legislație, putem să ne cerem drepturile
- Regula neștiută a jocului se poate învăța.