

FUNDAMENTE TEORETICE ALE AUTOREGLEMENTĂRII ÎN MASS-MEDIA

THEORETICAL FOUNDATIONS OF SELF-REGULATION IN MASS MEDIA

CZU: 070.13:174 + 659.3

<https://doi.org/10.59295/eie2026.17>

Georgiana POPA,
asistent universitar,
Universitatea Apollonia Iași
E-mail: georgianaalinapopa@yahoo.com

Rezumat. *Lucrarea abordează autoreglementarea în mass-media ca parte a teoriei responsabilității sociale a presei și a rolului acesteia într-o societate democratică. Autoreglementarea apare ca o necesitate de a menține independența față de intervenția statului și de a asigura respectarea standardelor etice în activitatea jurnalistică. Aceasta se realizează prin mecanisme precum coduri deontologice, consilii ale presei și proceduri interne care, deși nu au caracter juridic obligatoriu, contribuie la creșterea credibilității mass-mediei. Scopul autoreglementării este de a ghida activitatea jurnalistică în conformitate cu principii fundamentale precum adevărul, corectitudinea, imparțialitatea, responsabilitatea față de public și respectul pentru demnitatea umană. Lucrarea evidențiază relația dintre libertatea de exprimare, autonomia editorială și exigențele etice care definesc profesia jurnalistică.*

Cuvinte-cheie: *autoreglementare, mass-media, responsabilitate, etică, independență, credibilitate, jurnalism.*

Summary. *The paper addresses self-regulation in mass media as part of the theory of the social responsibility of the press and its role in a democratic society. Self-regulation emerges as a necessity to maintain independence from state intervention and to ensure compliance with ethical standards in journalistic activity. It is implemented through mechanisms such as codes of ethics, press councils, and internal procedures, which, although not legally binding, contribute to enhancing the credibility of the media. The purpose of self-regulation is to guide journalistic activity in accordance with fundamental principles such as truth, fairness, impartiality, responsibility toward the public, and respect for human dignity. The paper highlights the relationship between freedom of expression, editorial autonomy, and the ethical requirements that define the journalistic profession.*

Keywords: *self-regulation, mass media, responsibility, ethics, independence, credibility, journalism.*

Introducere

Autoreglementarea în mass-media reprezintă unul dintre mecanismele esențiale prin care profesia jurnalistică își afirmă autonomia, responsabilitatea socială și angajamentul față de respectarea valorilor democratice. În contextul societății contemporane, caracte-

rizate printr-o circulație rapidă a informației și prin presiuni economice, politice și tehnologice tot mai accentuate asupra activității jurnalistice, problematica autoreglementării capătă o relevanță deosebită, atât din perspectivă teoretică, cât și practică.

Conținut

Fundamentarea teoretică a prezentei cercetării se bazează pe literatura de specialitate care analizează literatura de specialitate care abordează nemijlocit autoreglementarea în mass-media, precum și pe studiile care evidențiază activitatea funcțională a mass-mediei, în general. Lucrările analizate pe tot parcursul cercetării noastre utilizează metode de cercetare științifică, care asigură prezentarea într-o manieră concretă, investigarea pe principii noi a fenomenului mediatic contemporan. Etica profesională completează rolul reglementării și al autoreglementării și contribuie la menținerea integrității și credibilității presei în fața provocărilor și presiunilor din mediul actual, precum și la promovarea libertății presei și a libertății de exprimare a jurnaliștilor în societatea contemporană.

De remarcat faptul că, în ultima perioadă de timp, în materia mass-media, raportul dintre orice normă adoptată și textul constituțional, în litera dar mai ales în spiritul ei, reprezintă o condiție obligatorie, *sine qua non*, însuși fundamentul democrației. „Natura moral-juridică naște o serie de întrebări, prima dintre ele fiind cea referitoare la societatea pe care o determină: una democratică, libertară sau o societate autoritară, controlată prin posibila instrumentalizare a informației ?” [1, p.10].

Este vorba așadar, de cele mai reprobabile modalități de nesocotire a normelor de autoreglementare, dintre care fac parte și cele deontologice, de pervertire a lor și transformare în opusul acestora, fapt nu întotdeauna sesizabil, câtă vreme formatorii de opinie prezenți în spațiul mediatic susțin propriile interese și ale grupurilor pe care le reprezintă, în ultimă analiză, politice, dar cu determinare economică, într-un mod suficient de pătrunzător și convingător, totodată, spre a trece drept un mesaj de bună credință. „Persuasiunea urmărește schimbarea opiniei unor persoane sau audiențe și, implicit, modificarea atitudinii și comportamentului lor” [2, p. 145], conform intenției și strategiei comunicatorului care, nu în puține cazuri, sunt susceptibile de manipulare.

În opinia noastră, la etapa actuală se impune adoptarea unui Cod al presei, consacrat prin lege, care să includă principii și norme generale și speciale privind reglementarea activității mass-media, în special în ceea ce privește aspecte extrem de controversate și adesea insuficient analizate din perspectiva factorilor implicați. „Între acestea, se află printre altele reglementarea dreptului la replică, a insultei și calomniei prin presă, stabilirea drepturilor subiective și obligațiilor corelative ale patronatului și lucrătorilor, constituirea unei organizații puternice profesionale și altele” [3, pp. 28-35]. Conceptul de autoreglementare media se referă *in concreto* la capacitatea industriei media de a-și reglementa propriile acțiuni și practici în conformitate cu standardele etice și profesionale. Acest proces

implică stabilirea unor coduri de conduită, norme și proceduri care să asigure respectarea valorilor jurnalistice și a standardelor de calitate în ceea ce privește conținutul media.

Autoreglementarea media are scopul de a promova transparența, responsabilitatea și integritatea în industria media, contribuind astfel la menținerea încrederii publicului în presă.

Dar, în privința înțelegerii conceptului de autoreglementare, considerăm faptul că există un aspect esențial care trebuie lămurit și anume: *existența sau non-existența unei limite între principiile abstracte ale mass-mediei și formele concrete ale autoreglementării acesteia*.

De altfel, întregul nostru studiu este axat pe analiza tuturor aspectelor legate de această problemă, de aceea considerăm că această temă trebuie abordată într-o manieră pragmatică, directă, fără a lăsa loc de interpretări și supoziții care să adâncească și mai mult incertitudinile existente.

Astfel, demersul prezentei lucrări începe cu explorarea principiilor teoretice ale autoreglementării, considerate adesea la nivel *abstract*, rămânând la rang de principiu, continuând cu aplicarea lor practică, *concretă*, fiind ancorate în realitatea cotidiană a jurnalismului, realizând astfel o interdependență între aceste două concepte și anume: *abstract* și *concret*. Acest subiect este esențial pentru a înțelege fenomenologia, dar și modul cum funcționează autoreglementarea în diverse contexte și etape ale societății, precum și cât de eficientă este în asigurarea unui jurnalism etic și responsabil.

Vorbind despre *aspectele abstracte ale autoreglementării mass-media*, vom specifica *ab initio* faptul că acestea se materializează în special prin principiile și valorile etice consacrate.

Un principiu fundamental și abstract al autoreglementării, este *protejarea libertății de exprimare* [4]. Însăși noțiunea: „*protejarea*” cuprinde, în opinia noastră, o plajă mare de acțiuni al cărui scop final este acela al libertății de exprimare. Acest principiu este esențial pentru funcționarea sănătoasă a democrațiilor, permițând diversitatea de opinii, dezbateri deschise și accesul la informație. Protejarea libertății de exprimare este așadar un principiu abstract fundamental care susține democrația și drepturile omului și este esențială pentru funcționarea unei prese libere și independente și pentru asigurarea unui discurs public divers și informat. Acest principiu necesită o legislație robustă, instituții de supraveghere eficiente și un angajament constant pentru protecția și promovarea unui mediu sigur și pluralist pentru jurnaliști și pentru public.

Un alt principiu al autoreglementării, din categoria celor abstracte, este cel al *imparțialității și obiectivității* jurnaliștilor, care este mai ales o valoare etică a jurnalisticii *per ansamblu*. Concret, jurnalistul trebuie să fie imparțial și obiectiv în demersul său jurnalist, editorialele sale trebuie să reflecte adevărul, să nu denatureze sau să ascundă informațiile care fac obiectul materialului dat spre tipărire, asigură calitatea, credibili-

tatea și relevanța informațiilor furnizate publicului. Astfel, suntem de acord cu opinia potrivit căreia Răzvan M. Șuțu optează pentru „conceptul de corectitudine, în loc de obiectivitate” [5]. Imparțialitatea și obiectivitatea sunt principii abstracte esențiale care stau la baza jurnalismului de calitate. Acestea asigură că informațiile furnizate publicului sunt corecte, echilibrate și bazate pe dovezi verificabile. Respectarea acestor principii contribuie la menținerea încrederii publicului în mass-media și la funcționarea sănătoasă a unei societăți democratice.

Nu în ultimul rând *integritatea și responsabilitatea* constituie un alt principiu abstract în care integritatea profesională și responsabilitatea față de public sunt esențiale pentru credibilitatea mass-media. Integritatea și responsabilitatea sunt principii abstracte esențiale ale mass-media, fundamentale pentru funcționarea sănătoasă și eficientă a presei într-o societate democratică. În cadrul organizațiilor media, deciziile de adoptare a inovațiilor sunt luate, de obicei, de conducerea acestora. Autorul menționat mai sus afirmă că „implementarea inovației presupune acceptarea și adaptarea la noile condiții, timp în care, atât organizația, cât și tehnologia adoptată suportă transformări esențiale”.

Aceste principii definesc valorile și comportamentele care ar trebui să ghideze jurnaliștii și organizațiile media în activitatea lor zilnică. Deseori, mai ales în activitatea de creație responsabilitatea jurnalistului este foarte mare, creația acestuia trebuind să fie credibilă pentru marele public, „activitatea de creație a conținutului media devine responsabilitatea mai multor actori (...)” [7].

Integritatea presupune onestitate, acuratețe și transparență, în timp ce responsabilitatea implică respectarea drepturilor individuale și servirea interesului public. Aceste principii sunt interconectate și se susțin reciproc, creând un cadru etic robust care ghidează activitatea jurnalistică și contribuie la menținerea unei presei libere și responsabile.

Desigur, în ceea ce privește mecanismele de autoreglementare concrete în tot sectorul media, vom observa din analiza pe care o vom realiza faptul că, aceasta implică în mod necesar o abordare mai coerentă a menținerii și îmbunătățirii standardelor etice a profesiei de jurnalist sau de formator media, creând astfel premisele responsabilității jurnalistului și proteja efectivă a principiilor și practiciilor libertății de exprimare.

Autoreglementarea media reprezintă un mecanism prin care industria media își stabilește propriile standarde și practici, fără a fi necesară intervenția guvernului sau a altor entități externe. Acest concept este important în contextul libertății presei și al libertății de exprimare, deoarece permite industriei media să își asume responsabilitatea pentru etica și calitatea informațiilor pe care le furnizează publicului.

Astfel, *un prim instrument* care implică dezvoltarea și implementarea autoreglementării media, îl constituie *standardele etice profesionale* pentru jurnaliști, dar și pentru alte persoane implicate în procesul de producție și difuzare a materialelor jurnalistice și a altor conținuturi media.

Aceste standarde pot include principiile precum: *acuratețea, imparțialitatea, respectarea vieții private și a demnității umane*. În opinia noastră, exercitarea profesiei de jurnalist ar trebui să fie condiționată de existența unei forme de atestare profesională, o notorietate în breasla din care face parte, să fie recunoscut, atât prin mecanismele autoreglementării, cât și prin cele ale reglementării, urmând să fie condiționat pentru practicarea profesiei de un barem de studii, standard de moralitate, apartenență la o instituție de presă și o organizație profesională recunoscute în domeniu, care să garanteze pentru el și să răspundă în solidar atunci când apar derapaje în exercitarea profesiei.

Așadar, prin stabilirea și respectarea unor standarde ridicate de etică și acuratețe în jurnalism, mass-media poate câștiga și menține încrederea publicului și poate evita potențialele consecințe negative ale abuzului de libertate de exprimare.

De asemenea, *un al doilea instrument* de autoreglementare media îl constituie *codurile de conduită, deontologice și practicile* recomandate pentru jurnaliști și pentru alte persoane implicate în producția și distribuția conținutului media. Aceste coduri pot servi ca ghiduri pentru comportamentul profesional și etic și pot ajuta la menținerea integrității și credibilității presei.

În prezent, *Codul deontologic al jurnalistului* din România, asemenea oricărui demers de autoreglementare se confruntă cu dificultăți legate de aplicarea efectivă a normelor sale.

„*Instituțiile mass-media reprezintă un segment important al societății din punct de vedere al exercitării simbolice*” [8, p.112]. În același sens, J. B. Thompson evidențiază faptul că puterea mediatică dobândește o semnificație cel puțin comparabilă cu puterea economică, cea politică și puterea coercitivă a statului.

Un al treilea instrument de autoreglementare media îl reprezintă *organizațiile profesionale independente* – uniuni de creație, organizații profesionale și obștești, Uniunea jurnaliștilor, ONG-urile media, care, printre altele, au în vizor activitatea mass-mediei din perspectivă etică și deontologică. Sub acest aspect, organizațiile respective monitorizează modul în care instituțiile media respectă standardele etice și profesionale în preproducția, producția și postproducția media, evaluează comportamentul profesional al jurnaliștilor, modernizează codurile deontologice. Acestea pot fi formate din reprezentanți ai breslei jurnalistice, ai societății civile și ai publicului larg și pot oferi mecanisme de analiză, evaluare și soluționare a disputelor.

Organizațiile profesionale independente au un rol important în autoreglementarea media, întrucât promovează transparența actului de producere jurnalistică și responsabilitatea jurnaliștilor pentru materialele realizate. Activitățile pe care acestea le desfășoară, îndeosebi cele anuale – de totalizate a activității instituțiilor media și jurnaliștilor și de premiere a celor mai responsabili – au menirea să încurajeze jurnaliștii și organizațiile media să fie „*conectați*” la nevoile informaționale ale societății, receptivi – la așteptările,

solicitările și feedbackul publicului, precum și deschiși pentru dialog în vederea creării consensului social

Autoreglementarea mass-mediei poate contribui atât la creșterea încrederii în mass-media și la consolidarea relației cu publicul, cât și la menținerea unui echilibru între libertatea de exprimare și responsabilitatea socială a instituțiilor media, în general, și a jurnaliștilor, în particular.

Sub acest aspect, ca exemplu, aducem în discuție rolul Asociației Presei Independente din R. Moldova, care, timp de doi ani, în parteneriat cu mai multe organizații ale societății civile și mass-media locale și regionale din R. Moldova, a desfășurat o campanie susținută de informare și sensibilizare a publicului larg în privința serviciilor publice de calitate în regiuni și sprijinul oferit de UE pentru modernizarea Republicii Moldova.

Rezultatele și impactul activităților proiectului: *„Societatea civilă și media regionale în sprijinul reformelor europene, dezvoltării durabile și participării cetățenilor la consolidarea democrației locale”*, activități care au fost prezentate la 25-26 octombrie 2021, în cadrul unui eveniment public. *(Evenimentul a fost organizat în cadrul proiectului „Abilitarea cetățenilor în Republica Moldova” (2019-2021), finanțat de către Uniunea Europeană și implementat de Agenția de Cooperare Internațională a Germaniei (GIZ). Partenerul proiectului pentru creșterea potențialului de vizibilitate și implicare a cetățenilor este Asociația Presei Independente (API))*

În cele din urmă, al cincilea mecanism cu impact asupra mediului mediatic îl specifică implicarea directă a publicului în procesele de monitorizare și evaluarea conținutului. Acest lucru poate fi realizat prin intermediul mecanismelor de plângere și feedback, precum și prin participarea la dezbateri și consultări publice privind standardele și practicile media.

Primul demers în cadrul acestui mecanism constă în analizarea feedbackului primit în vederea stabilirii naturii acestuia respectiv dacă reprezintă o plângere legitimă sau un atac nefondat. În cazul unei plângeri legitime, este important să se răspundă prompt și profesional, oferind soluții sau clarificări. Pentru atacuri nefondate, este adesea mai bine ca situația să fie monitorizată, fără a răspunde imediat. Prin implicarea publicului în procesul de monitorizare și evaluare a conținutului media, se poate asigura o informare mai corectă, diversificată și responsabilă, contribuind astfel la dezvoltarea unei societăți mai informate și mai reziliente.

Este important ca autoreglementarea să fie susținută de un cadru legal adecvat și să fie supravegheată de organisme independente pentru a ne asigura că standardele sunt respectate și că există mecanisme eficiente pentru soluționarea plângerilor și sancționarea abuzurilor. Astfel, se poate promova o mass-media mai responsabilă și mai credibilă, care să servească interesele publicului în mod adecvat.

Astfel, considerăm faptul că, eficiența autoreglementării mass-media trebuie să fie dată de existența unui cadru legal adecvat care să corespundă necesităților și provocărilor societății actuale, tocmai în vederea creării unei baze solide, care oferă garanții puternice pentru minim cele două drepturi fundamentale, respectiv *dreptul la liberă exprimare* și *accesul la informație*.

Dacă vorbim despre autoreglementarea mass-media în cele două țări, în România și R. Moldova, putem afirma că aceasta vine pe fondul schimbărilor politice care au avut loc după anul 1989. Astfel, cele două țări au depus eforturi considerabile în crearea premiselor și fundamentarea unei prese democratice, existând pe parcursul anilor probleme noi pentru profesia de jurnalist care, până în anul 1989 erau confruntate cu cenzura jurnalistică, atât în ceea ce privește presa scrisă cât și cea audiovizuală, care în acea perioadă era aservită puterii politice.

Implementarea autoreglementării în mass-media trebuie în mod necesar să încurajeze presa din țările în tranziție să-și păstreze drepturile câștigate cu greu dar mai ales libertatea de exprimare, principiu fundamental al mass-media, atât scrisă cât și vorbită, cu respectarea îndeosebi a standardelor și a principiilor responsabilității. Transformarea presei actuale într-o adevărată „*industrie*” a schimbat cu sine și mediul de lucru și rolul jurnalistului în societatea contemporană.

Chiar dacă jurnaliștii contemporani nu mai servesc în mod exclusiv interesele statului, în prezent aceștia se pot trezi că servesc interesele proprietarului instituției de presă sau trustului media pentru care lucrează. Apariția întreprinzătorilor cu interes minimal pentru presă ca profesie sau ca instrument al democrației nu favorizează dezvoltarea presei de interes public.

Autoreglementarea presupune stabilirea unor standarde concrete și acceptate de persoanele și instituțiile cărora li se aplică, inclusiv găsirea unor tehnici și mecanisme pentru implementarea acestora, bazate pe principii care să le confere credibilitate din partea publicului.

Câteva dintre principiile autoreglementării vor fi prezentate succint tocmai în scopul de a sublinia rolul acestora în crearea și menținerea unei prese libere în adevăratul sens al cuvântului, respectiv: principiul aderării voluntare, al independenței, transparenței, eticii și integrității profesionale, al participării publicului, cel al autonomiei organizaționale, al transparenței financiare.

a. Principiul aderării voluntare – acest principiu este fundamental pentru conceptul de autoreglementare. Legea nu are nici un rol în stabilirea, inițierea sau implementarea standardelor, iar cei care aderă la ele nu o fac sub amenințarea unei sancțiuni legale, ci din motive pozitive, cum ar fi dorința de a îmbunătăți statutul și credibilitatea profesiei lor.

Principiul aderării voluntare este un concept fundamental în cadrul organizațiilor și asociațiilor profesionale, inclusiv în mass-media. Acesta stipulează că membrii aderă

la o organizație sau asociație pe baza propriei voințe, fără constrângere, și își asumă în mod conștient și liber respectarea regulilor, standardelor și normelor etice stabilite de acea entitate.

Această libertate garantează că aderarea nu este impusă și că fiecare membru se alătură din convingerea că valorile și principiile organizației respective sunt în concordanță cu propriile lor standarde etice și profesionale. Prin aderare, membrii acceptă să respecte codul deontologic și regulamentele interne ale organizației. Principiul aderării voluntare este esențial pentru funcționarea democratică și etică a organizațiilor profesionale din mass media. Acesta asigură că membrii sunt motivați de convingeri personale și profesionale, contribuind astfel la menținerea și promovarea standardelor înalte de jurnalism.

b. Principiul independenței mass-media - este esențial pentru asigurarea unei prese libere și echitabile. Aceasta înseamnă că mass-media ar trebui să fie liberă de influențe externe, fie ele politice, economice sau de altă natură, pentru a putea furniza informații corecte, obiective și nepărtinitoare publicului. Jurnaliștii și editorii trebuie să aibă libertatea de a lua decizii editoriale fără presiuni externe. Acest lucru include selectarea subiectelor, unghiul de prezentare a informațiilor și modul de abordare a subiectelor sensibile. Totodată mass-media trebuie să fie protejată împotriva oricăror forme de intimidare sau presiune din partea guvernului, corporațiilor, partidelor politice sau altor grupuri de interes. Prin aderarea la principiul independenței, mass-media își poate îndeplini rolul de a informa publicul în mod corect și obiectiv, contribuind astfel la o societate democratică și bine informată.

c. Principiul transparenței mass-media - este esențial pentru asigurarea încrederii publicului în sursele de informare. Acesta implică furnizarea de informații clare și accesibile despre operațiunile, sursele de finanțare, procesele editoriale și politica de corectare a greșelilor ale unei organizații media. Transparența contribuie la responsabilizarea mass-media și la consolidarea relației cu publicul. Principiul transparenței în mass-media este esențial pentru protejarea integrității jurnalistice, consolidarea încrederii publicului și responsabilizarea organizațiilor media. Prin implementarea și respectarea acestui principiu, mass-media poate contribui la informarea corectă și obiectivă a publicului, consolidând astfel fundamentul unei societăți democratice..

d. Principiul eticii și integrității profesionale al mass-media - este fundamental pentru asigurarea unui jurnalism de calitate, credibil și responsabil. Acest principiu implică respectarea unor standarde de conduită morală și profesională de către jurnaliști și organizațiile media, asigurând că informațiile sunt prezentate corect, obiectiv și cu respect față de drepturile și demnitatea tuturor părților implicate.

e. Principiul participării publicului în mass-media - este esențial pentru consolidarea relației dintre mass media și audiența sa, asigurând că publicul are un rol activ în

procesul de producție și evaluare a conținutului mediatic. Acest principiu promovează transparența, responsabilitatea și relevanța jurnalismului pentru comunitate. Prin respectarea și implementarea principiului participării publicului, mass media poate deveni mai responsabilă, mai transparentă și mai conectată cu comunitatea pe care o servește, contribuind astfel la dezvoltarea unei societăți informate și democratice.

f. Principiul autonomiei organizaționale - este crucial pentru a asigura independența editorială și operațională a instituțiilor media, permițându-le să funcționeze fără influențe sau presiuni externe care ar putea compromite integritatea și obiectivitatea jurnalismului. Acest principiu protejează capacitatea organizațiilor media de a-și gestiona activitățile și de a lua decizii autonome în ceea ce privește conținutul și operațiunile lor. Prin respectarea și implementarea principiului autonomiei organizaționale, mass media poate funcționa într-un mod liber, responsabil și transparent, contribuind astfel la informarea corectă a publicului și la protejarea democrației și a transparenței financiare.

g. Principiul transparenței financiare a mass-media - este esențial pentru asigurarea unei prese libere, independente și credibile. Acest principiu presupune dezvăluirea clară și completă a surselor de finanțare, a structurilor de proprietate și a altor aspecte financiare relevante, astfel încât publicul să poată evalua potențialele influențe și conflicte de interese care ar putea afecta imparțialitatea și obiectivitatea jurnalismului.

Problema efectului pe care îl urmărește autoreglementarea stă în centrul discuției despre scopul mass-media și rolul jurnalistului într-o societate democratică. Prima datorie a jurnalistului este să slujească publicul oferindu-i, la timp, informații corecte, obiective, pe baza cărora se pot lua decizii și se pot face alegeri.

Pentru a îndeplini rolul de “*câine de pază al democrației*”, jurnaliștii trebuie să-și mențină credibilitatea în fața publicului. Pentru acest lucru este nevoie de înalte standarde etice de crearea unor sisteme eficiente de autoreglementare pentru a implementa aceste standarde care crește nivelul de încredere dintre presă și public. Problema responsabilității ne îndeamnă să ne gândim dacă autoreglementarea se aplică jurnaliștilor sau instituțiilor de presă – fie ele presă scrisă sau instituții de audio-vizual. Jurnaliștii care se angajează individual să respecte un cod etic și care se străduiesc să practice un jurnalism etic sunt responsabili în fața propriei conștiințe și pot fi trași la răspundere de colegi, în funcție de standardele acceptate de asociația profesională sau de sindicatul de care aparțin.

Cu toate acestea, dacă acceptăm că unul dintre scopurile urmărite de autoreglementare este creșterea responsabilității, atunci este evident că autoreglementarea impusă de către alți membri din breasla jurnalistică are limite și nu poate satisface obiectivul responsabilizării față de public. Autoreglementarea nu se referă doar la jurnaliști ea trebuie să îi includă și pe toți cei care sunt răspunzători și care, uneori, decid în mod direct conținutul publicațiilor, adică pe editori și patroni de presă.

Cu alte cuvinte, *etica* poate fi pusă în practică de jurnalist și poate fi îndrumată de breaslă, dar pentru o responsabilitate reală, reglementarea trebuie să opereze la nivel de sector, iar fiecare instituție de presă trebuie să adere la standardele și mecanismele de implementare relevante.

Etica jurnalistică este definită de Deuze M [9] în raport cu validitatea și legitimitatea demersului de a obține și difuza informații relevante pentru societate. Deși opiniile față de necesitatea unui cod care să reglementeze activitatea jurnaliștilor din perspectivă etică încă provoacă dezbateri aprinse în întreaga lume, jurnaliștii împărtășesc necesitatea respectării, în munca lor, a normelor etice.

Autoreglementarea se bazează în primul rând pe asumarea în comun de către membrii breslei a valorilor și eticii pe care se construiește comportamentul profesional.

Bibliografie:

1. POPA, D.T. (1999) *Dreptul comunicării*, București, Editura Norma, pp. 344. ISBN 9739608507.
2. DOBRESCU P, BĂRGĂOANU A. (2003) *Mass media și societatea*. București, Editura Comunicare.ro, pp. 297. ISBN 9738376424.
3. MARIN, I. (2010) Presa, traiectoria bumerangului. În: *Punctul Critic nr.1, revistă trimestrială de diagnoză socială, politică și culturală*, București, Editura Niculescu, 2010.
4. ȚURCANU, D. (2015) Despre libertatea presei și democrație. În: *Rezumate ale comunicărilor: Conferința Științifică Națională cu Participare Internațională „Integrare prin cercetare și inovare”*. Chișinău: CEP USM, pp. 11-12. ISBN 978-9975-71-704-53.
5. ȘUȚU, R. M. (2015) *Fără granițe: Efectele digitalizării în redacțiile de știri*. București: Editura Universității din București. 276 p. ISBN 978-606-16-0626-9.
6. WILKINSON, J. S. (2009) Converging Communication, Colliding Cultures: Shifting Boundaries and the Meaning of „Our Field”. In: GRANT, A.E. and WILKINSON, J. S. (eds). *Understanding Media Convergence: The State of the Field*. New York: Oxford University Press, pp. 98-116. ISBN 9780195327779.
7. BĂRGĂOANU-VASILIU, A. (2010) *Pentru o lege a presei*. Disponibil: www.jurnalisonline.ro
8. DEUZE, M. (2005) What is journalism? Professional identity and ideology of journalists reconsidered. In: *Journalism*. London: Sage Publications, vol 6, nr.4 pp. 442-464 . ISSN 1464-8849.