

Δεοντολογικό Πρότυπο ΕΝΕΔ

Κώδικας Δεοντολογίας των μελών της ΕΝΕΔ 2023

ΕΝΕΔ

ΕΝΩΣΗ ΕΚΔΟΤΩΝ ΔΙΑΔΙΚΤΥΟΥ Online Publishers Association Greece

Αιτιολογικές σκέψεις και συστάσεις

Το Δεοντολογικό Πρότυπο περιλαμβάνει την ανάλυση των ζητημάτων που πρέπει να λαμβάνονται υπόψη προκειμένου να εφαρμοστεί ορθά κάθε ηθικός κανόνας του Κώδικα Δεοντολογίας των μελών της ΕΝΕΔ. Αυτό το αυτορρυθμιστικό πλαίσιο προέρχεται από την έρευνα που πραγματοποιήθηκε το 2015 από το Μεταπτυχιακό Πρόγραμμα QJNT–ECI (DUK Austria - Ερευνητικό Κέντρο Αθηνά - Ίδρυμα προαγωγής της δημοσιογραφίας, Αθ. Μπότση). Δείτε εδώ την αρχική έκδοση του Κώδικα (2016) της [ΕΝΕΔ^{\[1\]}](#).

Περιεχόμενα

| | |
|---|----|
| Αιτιολογικές σκέψεις και συστάσεις..... | 1 |
| 1. Εγκυρότητα και Ακρίβεια Είδησης..... | 4 |
| 1.1 Μεταφορά ανεπιβεβαίωτων πληροφοριών | 4 |
| 1.2 Διορθώσεις δημοσιεύσεων..... | 5 |
| 1.3 Διορθώσεις αναρτήσεων | 6 |
| 1.4 Διαγραφές ψηφιακών αρχείων | 7 |
| 2. Ισορροπία και Αμεροληψία | 11 |
| 3. Κατασκευασμένες ειδήσεις και παραπλανητικοί τίτλοι | 12 |
| 4. Ιδιωτικότητα | 13 |
| 5. Παιδιά: Κάλυψη, εικόνες και συνεντεύξεις | 15 |
| 6. Αποσιωπώντας ονόματα και πληροφορίες..... | 17 |
| 7. Κατονομάζοντας υπόπτους | 18 |
| 8. Διάδραση - ΠολυΜέσα | 22 |
| 9. Σχολιασμός online | 23 |
| 10. Κοινωνικά Δίκτυα και Ειδήσεις..... | 24 |
| 11. Εμπιστευτικότητα στις Πηγές..... | 29 |
| 12. Αξιοπιστία και Απόδοση..... | 33 |
| 13. Συνεντεύξεις και τρόπος διεξαγωγής τους..... | 34 |
| 14. Αποσπάσματα Λόγου..... | 35 |
| 15. Φωτογραφίες και βίντεο - Λήψη και επεξεργασία..... | 36 |
| 16. Εικόνα - Ήχος – Μοντάζ..... | 37 |
| 16.1 Drone Journalism | 40 |
| 17. Διακρίσεις | 42 |
| 18. Λογοκρισία | 44 |
| 19. Υποθέσεις Ομηρίας..... | 45 |
| 20. Τρομοκρατικές - Βομβιστικές και άλλες απειλές | 46 |
| 21. Απόκρυψη δημοσιογραφικής ταυτότητας..... | 49 |
| 22. Δημοσιογραφία και Πολιτική | 51 |
| 23. Οικονομικά συμφέροντα εργαζομένων..... | 51 |
| 24. Χορηγίες – Δωρεές | 53 |
| 25. Αισχρολογίες, ύβρεις και συκοφαντίες..... | 57 |
| 26. Αισθησιακό υλικό & σκληρό περιεχόμενο | 58 |
| 27. Επιθετικός λόγος και πράξεις βίας..... | 60 |
| 28. Αυτοκτονίες | 61 |

| | |
|---|----|
| 29. Υπογραφή Συντάκτη..... | 61 |
| 30. Λογοκλοπή - Χρήση υλικού από άλλες δημοσιογραφικές πηγές..... | 63 |
| 31. Τεκμηρίωση Περιεχομένου από χρήστες..... | 64 |
| 32. Ειδήσεις και Διαφήμιση..... | 68 |
| 33. Εταιρική Διαφάνεια και Λογοδοσία | 71 |
| 34. Εργασιακές Σχέσεις - Παράλληλη Εργασία | 71 |
| 36. Ελεύθεροι Επαγγελματίες | 73 |
| 35. Προσωπικοί Κώδικες Δεοντολογίας..... | 74 |
| 37. Εμφανίσεις σε άλλα Μέσα..... | 75 |
| 38. Δεδομένα και γραφήματα | 76 |

1. Εγκυρότητα και Ακρίβεια Είδησης

Η ακρίβεια και η εγκυρότητα της είδησης είναι θεμελιώδεις. Ανάγονται ευθέως στην αξιοπιστία του Μέσου και στην εμπιστοσύνη του κοινού. Η ραγδαία εξάπλωση της παραπληροφόρησης, της προπαγάνδας, της ρητορικής του μίσους και των θεωριών συνωμοσίας οφείλονται στον πλημμελή έλεγχο του πληροφοριακού υλικού και των πηγών σε συνδυασμό με τη χρονική πίεση δημοσίευσης και την έλλειψη πόρων και εξειδικευμένων Δημοσιογράφων σε verification & fact checking. Οι Δημοσιογράφοι αξιολογούν την πηγή με βάση την προηγούμενη αξιοπιστία της και το κατά πόσο είναι σε θέση να γνωρίζει τη συγκεκριμένη πληροφορία. Δεν βιάζονται να χαρακτηρίσουν (να υιοθετούν χαρακτηρισμό) μια ολόκληρη ομάδα ατόμων με βάση πληροφορίες ακόμη και από μέλη της ίδιας της ομάδας. Δε θεωρούν την «κοινή γνώμη» ή όσα μεταφέρονται από άλλους ως γεγονότα. Δεν επιτρέπουν στη χρονική πίεση να επηρεάσει την εγκυρότητα. Είναι βέβαιοι/ες ότι οι επικεφαλίδες, οι παραπομπές και οι τίτλοι είναι ακριβείς και συναφείς με το θέμα του. Την ίδια βεβαιότητα έχουν σε ό,τι αφορά την ορθογραφία των ονομάτων και των ορισμών. Αποφεύγουν να μεταφέρουν τα λόγια κάποιων ή να δίνουν βήμα σε άτομα που ελέγχονται εάν είναι ειλικρινή και αξιόπιστα πρόσωπα. Ελέγχουν το υλικό για τυχόν ψευδείς πληροφορίες ή κεκαλυμμένο ρατσιστικό λόγο, θεωρίες συνωμοσίας και προπαγάνδα.

- Πρώτιστο καθήκον είναι η αλήθεια
- Οι συντάκτες ελέγχουν την αξιοπιστία των πηγών και των πληροφοριών
- Ερωτούν επανειλημμένα τις «πηγές» τους για το «πώς γνωρίζουν όσα αναφέρουν»
- Δεν βιάζονται να διασταυρώσουν τις πληροφορίες για να δημοσιεύσουν πρώτοι
- Δεν υιοθετούν ως γεγονός την άποψη της κοινής γνώμης
- Δεν κάνουν χαρακτηρισμούς ομάδων πριν διαπιστώσουν την αλήθεια
- Δε δίνουν βήμα σε άτομα που ελέγχονται για ανειλικρίνεια
- Ελέγχουν τις πληροφορίες για κεκαλυμμένο ρατσιστικό λόγο και προπαγάνδα

1.1 Μεταφορά ανεπιβεβαιώτων πληροφοριών

Οι Δημοσιογράφοι αποφεύγουν να υιοθετήσουν φήμες και διαδόσεις. Εάν επιβεβαιώσουν ότι μια ευρέως διαδεδομένη φήμη είναι αληθής, θα συνεισφέρουν στην έγκυρη ενημέρωση. Αν δεν είναι αναληθής, θα προσφέρουν κοινωνικό έργο με το να την ακυρώσουν. Στην ιδιαίτερη περίπτωση μεταφοράς πληροφοριών από αναρτήσεις στα social media, οφείλουν να διασταυρώσουν εάν η πηγή είναι έγκυρος λογαριασμός. Στη συνέχεια, θα ελέγξουν το ιστορικό του λογαριασμού και το περιεχόμενο που συχνά δημοσιεύει.

- Όταν αναφέρονται σε ανεπιβεβαίωτη πληροφορία πρέπει να επισημαίνουν την πηγή
- Δεν μεταφέρουν φήμες προτού ελέγξουν εάν είναι αληθείς
- Εξετάζουν εάν η πηγή από τα social media είναι έγκυρος λογαριασμός και ελέγχουν το ιστορικό των δημοσιεύσεων

1.2 Διορθώσεις δημοσιεύσεων

Οι Δημοσιογραφικοί Οργανισμοί έχουν συγκεκριμένη πολιτική στο να αποφεύγουν το σφάλμα, αλλά και να διορθώνουν ρεπορτάζ που έχουν δημοσιευτεί. Ακολουθούν μεθοδολογία για την αντιμετώπιση του κινδύνου ανακρίβειας και υλοποίησης της υποχρέωσης διόρθωσης. Διασταυρώνουν την είδηση. Εάν αυτό δεν είναι δυνατό, το δηλώνουν εξ αρχής. Σε περιπτώσεις ισχυρισμών, η πληροφορία δεν συνιστά, σε καμιά περίπτωση, μια κύρια είδηση. Σε περίπτωση ανάγκης διόρθωσης το Μέσο και οι Δημοσιογράφοι αντιμετωπίζουν με ειλικρίνεια και γενναιότητα το λάθος. Δημοσιοποιούν τη διόρθωση με σχετική σήμανση, δίνοντας έμφαση στην τήρηση της αυτοδέσμευσης. Το Μέσο διαθέτει μηχανισμό, γνωσιακή βάση ή στέλεχος όπως ο Public Editor για να αξιολογείται η δημοσιογραφική ακεραιότητα και να εστιάζει στην ποιότητα της δημοσιογραφίας και στα πρότυπα που εφαρμόζονται στην αίθουσα σύνταξης, με βασικότερο τον Κώδικα Δεοντολογίας. Ο δημόσιος συντάκτης είναι αρμόδιος να λαμβάνει και να απαντά στις ερωτήσεις ή τα σχόλια από το κοινό, κυρίως για τις ειδήσεις.

- Ακολουθείται η μεθοδολογία των κατευθυντήριων οδηγιών της αίθουσας σύνταξης
- Εάν δεν είναι δυνατή η διασταύρωση των πηγών, οι Δημοσιογράφοι το δηλώνουν εξ αρχής πριν χρειαστεί να επανορθώσουν
- Σε περίπτωση ανάγκης διόρθωσης το Μέσο και οι Δημοσιογράφοι αντιμετωπίζουν με ειλικρίνεια και γενναιότητα το λάθος
- Δημοσιοποιούν τη διόρθωση με σήμανση, δίνοντας έμφαση στην

1.3 Διορθώσεις αναρτήσεων

Τα ψηφιακά Μέσα επιτρέπουν στους χρήστες να προχωρήσουν σε συνεισφορές και υποδείξεις διορθώσεων (πχ μέσω σχολιασμού, correction button ή email επικοινωνίας με το κοινό) και να ενισχύουν έτσι τους δεσμούς με το κοινό. Η όποια διόρθωση ανάρτησης γίνεται επί του αρχικού με εμφανή στοιχεία ότι διορθώθηκε και σε νέο post, με εμφανές στον τίτλο ότι πρόκειται για διόρθωση προηγούμενης ανάρτησης, το σύνδεσμο της οποίας διατηρούν ενεργό. Το post διόρθωσης είναι αναλυτικό σε ό,τι αφορά το λάθος δημοσίευμα, ενώ και στα δυο πρέπει να ενταχθούν σημάνσεις διόρθωσης και interlinks στην αρχή και στο τέλος του κειμένου. Τηρείται η ίδια κατηγοριοποίηση, το ίδιο πεδίο ανάρτησης και τα ίδια tags. Σε κάθε περίπτωση, η διόρθωση πρέπει να είναι έντιμη και γενναιόδωρη γιατί έτσι δείχνει την ισχύ του το Μέσο, παραδεχόμενο το λάθος. Εάν οι Δημοσιογράφοι δε διαγράψουν άμεσα το λάθος αφήνεται να διαχέεται ένα κομμάτι παραπληροφόρησης. Οι Δημοσιογράφοι πρέπει στη συνέχεια να προσπαθούν να διασπείρουν τη διόρθωση στις ίδιες πλατφόρμες, όπου διαμοιράστηκε ο αρχικός υπερσύνδεσμος ή/και το αρχικό περιεχόμενο. Η τεχνική αυτή βοηθά στη διασπορά της διόρθωσης και στην ορθή πληροφόρηση. Οι Δημοσιογράφοι φέρουν την ευθύνη ως προς το τι δημοσιεύουν και αυτό περιλαμβάνει ακόμη και το να βοηθούν το κοινό να αντιλαμβάνεται τις όποιες συνακόλουθες διορθώσεις. Στη διόρθωση πρέπει να επισημαίνεται, εάν το αρχικό λάθος ήταν ένα πραγματολογικό σφάλμα ή εάν δημιούργησε ένα επίπεδο σύγχυσης στον αναγνώστη σε τέτοιο βαθμό, ώστε να απαιτείται η αποσαφήνισή του. Αυτός ο τρόπος βοηθάει στο να δείχνει το Μέσο τη δέσμευσή του ως προς την ακρίβεια και την ευθύνη του απέναντι στο κοινό και σίγουρα βοηθάει στο χτίσιμο σχέσεων εμπιστοσύνης με αυτό. Το αναληθές ή το παραπλανητικό υλικό να διορθώνεται με υλικό

- Οι Δημοσιογράφοι παραδέχονται με γενναιότητα τα λάθη σε απόδειξη του σεβασμού προς το κοινό και υπηρέτησης του κανόνα αληθείας
- Εάν η πλατφόρμες των social media δεν επιτρέπουν διόρθωση εξετάζεται η διαγραφή της ανάρτησης και η νέα δημοσίευση εξηγεί το προηγούμενο λάθος
- Όταν είναι εφικτό γίνεται διόρθωση στην ίδια ανάρτηση και εξηγείται αναλυτικά ο λόγος της διόρθωσης
- Οι Δημοσιογράφοι λαμβάνουν υπόψη ότι ο χρόνος για να σκεφτούν, πρέπει να προηγείται της διάπραξης ενός σημαντικού λάθους
- Οι διορθώσεις αναρτήσεων πρέπει να γίνονται γρήγορα και να λαμβάνεται υπόψη η ταχύτητα διασποράς

«μεγαλύτερου ή ίσου αποτελέσματος, χωρίς να υιοθετεί στάση άμυνας στην κριτική». Η διόρθωση πρέπει να γίνεται κατά έναν αποτελεσματικό και έγκαιρο τρόπο, ώστε να μην ενισχύει το λανθασμένο υλικό. Προφανώς, μια διόρθωση χρειάζεται να είναι ξεκάθαρη ως προς το τι καλείται να διορθώσει, αλλά να μην επαναλαμβάνει επί μακρόν υλικό λανθασμένο ή παραπλανητικό. Ο χρόνος για να σκεφτεί κανείς κανόνες διόρθωσης, είτε σε θεσμικό είτε προσωπικό επίπεδο, πρέπει να προηγείται της διάπραξης ενός σημαντικού λάθους.

1.4 Διαγραφές ψηφιακών αρχείων

Η διαγραφή δημοσιευμάτων αρχείου εγείρει όχι μόνο θέματα δεοντολογίας, αλλά και ηθικής φύσης. Τα προσωπικά δεδομένα των ατόμων που αναφέρονται στα δημοσιεύματα προστατεύονται από τον ΓΚΠΔ 679/2016 της Ε.Ε. και θα πρέπει να εξετάζεται κάθε περίπτωση ξεχωριστά. Πολύ συχνά δημόσια πρόσωπα και δη πολιτικοί ζητούν με βάση τον Κανονισμό να διαγραφούν ειδήσεις που τους αφορούν. Είναι κατά βάση αυτοί που έχουν μειωμένη προσδοκία ιδιωτικότητας αλλά μεγάλο ενδιαφέρον να μην αναφέρονται σε αρνητικά δημοσιεύματα. Η γενική κατευθυντήρια γραμμή για τα δημόσια πρόσωπα είναι να μη σβήνονται τα κείμενα, αλλά να γίνονται προσθήκες με τα νεότερα στοιχεία από την αναφερόμενη υπόθεση και τροποποιήσεις στον τίτλο, με ρητή όμως προϋπόθεση να συμπεριλαμβάνεται σημείωση στην οποία να αναφέρονται και να αιτιολογούνται οι αλλαγές που έγιναν στο αρχικό δημοσίευμα. Η θετική, ή μη, αντιμετώπιση ενός αιτήματος για διαγραφή στοιχείων σε δημοσιευμένα κείμενα είναι στη διακριτική ευχέρεια ενός δημοσιογραφικού οργανισμού. Η μέση οδός μεταξύ της κάθετης άρνησης και της διαγραφής είναι η ανανέωση του δημοσιεύματος, μόνο αν έχει στοιχεία από την τελεσίδικη κατάληξη μιας υπόθεσης. Οι Δημοσιογράφοι οφείλουν να τείνουν ευήκοα ώτα σε όσους αναφέρουν ότι η δημοσίευση τους προκάλεσε ηθική βλάβη και είχε αρνητικές επιπτώσεις. Εφόσον, δηλαδή, υπάρχει κάποια αναφορά για σοβαρές επιπτώσεις που προκλήθηκαν από

- Λόγος διαγραφής μπορεί να είναι η απουσία στάθμισης μεταξύ ελευθερίας του λόγου και ιδιωτικότητας εις βάρος ιδιώτη ο οποίος υφίσταται βλάβη
- Οι Δημοσιογράφοι ερωτούν πάντα τον υπεύθυνο δεοντολογίας και τον υπεύθυνο προστασίας δεδομένων
- Όταν σταθμίζουν τα δικαιώματα πρέπει να αποδεικνύεται ότι δημοσίευσαν για λόγους δημοσίου συμφέροντος και ως εκ τούτου δεν διαγράφουν τις αναρτήσεις
- Ελέγχουν εάν τυχόν το αίτημα προέρχεται από άτομο που υφίσταται δημόσιο κολασμό από καταδίκη και το

το ρεπορτάζ, τότε οι Δημοσιογράφοι επιδεικνύουν ενσυναίσθηση και ευελιξία και εξετάζουν εναλλακτικούς τρόπους διαχείρισης του συγκεκριμένου κειμένου. Οι κανόνες δεοντολογίας, που πρέπει να «επιστρατεύσει» κάποιος σε τέτοιες περιπτώσεις, βασίζονται σε αρχές, όπως η απόδοση των γεγονότων με ειλικρίνεια, η ελαχιστοποίηση παρενεργειών, η διαφάνεια αλλά και η ευθύνη απέναντι στο κοινό. Εφόσον, όμως, σημειώνεται αντίφαση μεταξύ κάποιων από αυτές τις αρχές, τότε θα πρέπει να καταφύγει κανείς στη Διεύθυνση Σύνταξης. Πάντοτε υπάρχει και η εκδοχή ότι το ενημερωτικό υλικό έχει χαρακτήρα αρχειακό. Ταυτόχρονα υπάρχει το ενδεχόμενο υστερόβουλης προσπάθειας απάλειψης δημόσιου κολασμού από δημοσίευμα που αφορά σε καταδίκη εγκληματία. Πολλές φορές ζητείται από τα ΜΜΕ αλλαγή περιεχομένου σε ρεπορτάζ που έχουν δημοσιεύσει και αφορούν σε συλλήψεις και απόδοση κατηγοριών για εγκληματικές πράξεις αλλά και σε καταδίκες. Οι Δημοσιογράφοι δεν διαγράφουν δημοσιευμένο περιεχόμενο από τα ψηφιακά ιστορικά αρχεία, αλλά μπορούν να γίνουν ακριβέστεροι, ανανεώνοντας και συμπληρώνοντας το κείμενο, ακόμη και τους τίτλους. Σημαντική παράμετρος, η οποία πρέπει να ληφθεί υπόψη για τη διαγραφή αρχείων από κείμενα που είναι πια δημόσια, είναι και το ενδιαφέρον το κοινού για μια σοβαρή υπόθεση. Έτσι, αν κανείς αμφιταλαντεύεται μεταξύ του αιτήματος από εμπλεκόμενο στην υπόθεση πρόσωπο και του δημόσιου ενδιαφέροντος, τότε θα πρέπει να λάβει υπόψη του τις εκάστοτε συνθήκες. Αυτές είναι που θα καθορίσουν προς τα πού θα «γείρει» η ζυγαριά. Μερικές ειδικές συνθήκες, οι οποίες πρέπει να βαρύνουν στην τελική απόφαση είναι οι εξής: α) η απαλειφή εάν προκύψουν πλήρη και τεκμηριωμένα στοιχεία που δείχνουν ότι απομακρύνθηκε το γεγονός μιας σύλληψης από το ποινικό μητρώο εμπλεκόμενου σε σοβαρή υπόθεση, τότε πρέπει αυτό να ληφθεί υπόψη από τον δημοσιογράφο. Εξαιρέση μπορεί να αποτελέσει το να στρέφεται η απαγγελία κατηγοριών εναντίον κάποιου εξέχοντος και γνωστού μέλους της κοινωνίας ή να υπάρχει η υποψία ότι έγινε άνωθεν παρέμβαση για τον καθαρισμό του ποινικού μητρώου. Επίσης, σε περίπτωση που μία καταδίκη αφαιρείται από το ποινικό μητρώο κάποιου λόγω καλής διαγωγής, τότε ο δημοσιογράφος μπορεί να

αναφέρουν στον υπεύθυνο δεοντολογίας και τον DPO

- Γενικώς δεν ανταποκρίνονται θετικά σε αιτήματα πολιτικών και άλλων δημοσίων προσώπων όπως επιχειρηματικών και εκπροσώπων επιχειρήσεων εάν δε συμβουλευτούν τη διεύθυνση
- Στις περιπτώσεις ποινικών υποθέσεων ελέγχουν για το εάν το πρόσωπο παραμένει ύποπτος, εάν αποσύρθηκαν οι κατηγορίες και αφέθηκε ελεύθερος μετά από σύλληψη, εάν αθωώθηκε από δίκη και εάν πρόκειται για συνωνυμία.

λάβει την απόφαση ότι δεν πρέπει να διαγράψει το εν λόγω ρεπορτάζ από το αρχείο του Μέσου. β) Η απόσυρση κατηγοριών βάσει αποδεικτικών στοιχείων, οπότε ο δημοσιογράφος μπορεί να επανέλθει στο κείμενο και να προσθέσει την εξέλιξη, χωρίς όμως να σβήσει το ιστορικό της υπόθεσης. Επικαιροποίηση μπορεί να γίνει και στον τίτλο, εφόσον αυτός εμπεριείχε ταυτοποίηση του ατόμου το οποίο είχε αρχικά κατηγορηθεί. Καλό θα ήταν να προστεθεί μια σημείωση στην οποία να διευκρινίζεται ότι έχει γίνει ανανέωση του κειμένου και του τίτλου. Εξετάζεται, κατά περίπτωση, η αλλαγή URL χωρίς να επηρεάζονται οι λέξεις «κλειδιά». γ) Η παρέλευση του εύλογου χρόνου όπου στην περίπτωση ατόμων που καταδικάστηκαν, και η δημοσιοποίηση με την παρέλευση κάποιων ετών τους προκαλεί δυσανάλογη βλάβη στην προσωπική τους ζωή, το Μέσο εξετάζει το ζήτημα με γνωμοδότηση του υπευθύνου προστασίας δεδομένων. δ) Η αθώωση κατηγορουμένου, οπότε συστήνεται και πάλι ανανέωση του αρχικού ρεπορτάζ και όχι απόσυρσή του. Για τον τίτλο μπορεί να ακολουθηθεί ό,τι και για τις προηγούμενες περιπτώσεις: αλλαγή, αλλά επισήμανση και αναφορά στο κείμενο του αρχικού τίτλου. Το όνομα του αθωωθέντος μπορεί να διαγραφεί μόνο από λίστα εγκληματιών, αν είχε συμπεριληφθεί. ε) Η ανακρίβεια στο ρεπορτάζ, όπου η προτιμώμενη προσέγγιση για τον δημοσιογράφο είναι να το παραδεχτεί και να επισημάνει το λάθος στο ίδιο κείμενο και όχι σε καινούργιο. Μόνο στην περίπτωση που το κείμενο επιφέρει σοβαρή βλάβη στο αναφερόμενο πρόσωπο, μπορεί να διαγραφεί. Ακόμα όμως και σ' αυτή την -έσχατη- περίπτωση, καλό θα ήταν να μείνει ένα συνοπτικό μήνυμα στο URL (περιγραφή με τα δεδομένα της υπόθεσης), που να εξηγεί τι συνέβη και αφαιρέθηκε το άρθρο τελείως. στ) Η συνωνυμία όπου για την αποφυγή σύγχυσης συστήνεται να γίνει ξεκάθαρη διευκρίνιση για το ποιος δεν εμπλέκεται στις κατηγορίες.

Διαγράφοντας υλικό από τα social media: Οι γενικές κατευθυντήριες γραμμές για τις διορθώσεις σε Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης είναι να γίνεται τροποποίηση ή παραδοχή του λάθους σε επόμενες αναρτήσεις. Σε κάθε περίπτωση να προηγείται γνωμοδότηση από κάποιον από τους Δντες σύνταξης, DPO και Public Editor, τις

- Η αναμετάδοση λανθασμένης πληροφορίας στα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης, ή ο κίνδυνος να συνιστά συκοφαντία, οδηγεί σε

οδηγίες των οποίων ακολουθεί. Εάν δεν τίθενται ζητήματα παραβίασης δεοντολογικού κανόνα και προσωπικών δεδομένων, οι κατευθύνσεις είναι οι εξής: **Twitter:** Μπορεί να τεθεί σοβαρά το ζήτημα διαγραφής στις παρακάτω περιπτώσεις: 1) Να υπάρχει κατάφωρο λάθος, 2) Να μπορεί να θεωρηθεί συκοφαντικό, 3) Να έχει «χακαριστεί» ο λογαριασμός και να στέλνονται ψευδή tweets, 4) Να αποστέλλονται προσβλητικά tweets από θιγόμενο, 5) Να γίνεται αναμετάδοση παραπληροφόρησης. Για λόγους διαφάνειας και δεοντολογίας, όταν διαγράφει κανείς ένα tweet, είναι καλό να εξηγεί γιατί το κάνει, ακόμη κι αν εκείνη τη στιγμή δεν έχει υπάρξει ακόμη απάντηση ή αναπαραγωγή του, ειδικά όταν εμπεριέχει λανθασμένη πληροφορία. Στο post επανόρθωσης για tweet που μπορεί να θεωρηθεί συκοφαντικό, συστήνεται η αποφυγή του συγκεκριμένου επιθέτου και η χρήση του όρου «ακατάλληλο», ως δημόσια εξήγηση για τη διαγραφή του. Αν εντοπίσει κανείς ορθογραφικό λάθος, μπορεί να σβήσει το post μόνο αν το προσέξει δευτερόλεπτα μετά την ανάρτηση και ενώ ακόμα κανείς δεν έχει απαντήσει ή δεν το έχει κάνει retweet. Φυσικά και σε αυτή την περίπτωση, καλό θα είναι να παραδεχτεί κανείς το λάθος του και να το επισημάνει σε νεότερο post. **Facebook:** Μπορεί ο δημοσιογράφος να διορθώσει ό,τι ανεβάζει. Αν πρόκειται για κάτι πιο σοβαρό από ένα ορθογραφικό λάθος, πρέπει να προστεθεί διευκρίνιση με τις αλλαγές. Αν τίθεται σοβαρό ζήτημα, όπως σε αντίστοιχες με τις παραπάνω περιπτώσεις με το twitter, τότε, θα πρέπει να υπάρχει νέο post, στο οποίο θα αναφέρεται ότι έχει γίνει διαγραφή προηγούμενης ανάρτησης. **Φωτογραφίες και βίντεο σε όλες τις πλατφόρμες ΜΚΔ:** Ο βασικότερος λόγος διαγραφής φωτογραφίας ή βίντεο είναι επειδή αποδείχθηκαν πλαστά και επειδή παραβιάζουν προσωπικά δεδομένα. Ακόμα πάντως και σε αυτή την περίπτωση, καλό είναι να δίνεται μια εξήγηση για την επιλογή της διαγραφής. Εάν ένα άτομο το οποίο απεικονίζεται σε φωτογραφία που συνοδεύει ένα κείμενο γίνει αντικείμενο σχολιασμού στα social media και ζητήσει να διαγραφεί η επίμαχη φωτογραφία, ο δημιουργός του κειμένου καλείται να δείξει κατανόηση. Εάν κάποιος έχει αμφιβολίες σχετικά με το τι θα πράξει και πώς μπορεί να διαχειριστεί κάθε περίπτωση, μπορεί να ζητήσει τη γνώμη του επικεφαλής

άμεση διαγραφή και δημοσίευση διόρθωσης

- Εξετάζεται εάν θα πρέπει σε νέα ανάρτηση να επισημανθεί ανάρτηση που έτυχε μεγάλης διασποράς
- Τα ορθογραφικά λάθη έχει αξία να διορθώνονται αμέσως
- Διαγράφονται φωτογραφίες και βίντεο που θεωρούνται πλαστά ή παραβιάζουν τον Γενικό Κανονισμό Προστασίας Δεδομένων
- Εξετάζεται η διαγραφή εάν οι φωτογραφίες και τα βίντεο απεικονίζουν πρόσωπα (πχ ιδιώτες και παιδιά) στα οποία η ανάρτηση προκάλεσε ηθική βλάβη
- Για τα ΜΚΔ ισχύουν οι κανόνες διόρθωσης και διαγραφής όπως παραπάνω.

των Μέσων κοινωνικής δικτύωσης ή του δεοντολογικού οργάνου του Μέσου (Δνση Σύνταξης, DPO, Public Editor). Είναι σημαντική παράμετρος να μπορεί ο συντάκτης να τεκμηριώνει την απόφασή του, καθώς αν δεν μπορεί να τη δικαιολογήσει στο κοινό, μάλλον δεν ήταν η σωστή. Πρέπει να εξετάζει όλες τις δυνατότητες πριν διαγράψει ένα κείμενο. Για παράδειγμα, μπορεί να ανανεώσει έναν τίτλο, ο οποίος θα είναι ακριβής και θα παραπέμπει σωστά αν κάποιος κάνει αναζήτηση στην Google ή σε άλλη μηχανή, χωρίς ωστόσο να παρέμβει στα tags. Εναλλακτικά, μπορεί να επιλέξει να μην είναι προσπελάσιμο το δημοσίευμα στις μηχανές αναζήτησης, αλλά να συνεχίσει να υπάρχει Μέσα στη διαδικτυακή πλατφόρμα που το δημοσίευσε. Εξετάζεται αν η πληροφορία είναι ακριβής και αν βλάπτει ένα πρόσωπο, άσχετα με το ποιο είναι αυτό το πρόσωπο. Σε περιπτώσεις αθώωσης, απόσυρσης κατηγοριών και παρόμοιων δικαστικών εξελίξεων, εφόσον τεθεί αίτημα από εμπλεκόμενα άτομα ή ενημερωθεί για αυτές τις εξελίξεις, μπορεί ο δημοσιογράφος να κάνει προσθήκη και ανανέωση. Ειδικά για τα social media ισχύουν οι ίδιοι κανόνες με αυτούς παραπάνω.

2. Ισορροπία και Αμεροληψία

Οι Δημοσιογράφοι προσπαθούν πάντα για την ισορροπία και την ελευθερία από προκαταλήψεις. Η έννοια της αντικειμενικότητας προσδιορίζεται με βάση τον βαθμό ειλικρίνειας των Δημοσιογράφων. Η αντίθετη άποψη έχει δικαίωμα να ακουστεί καθώς δεν είναι πιο αδύναμη από αυτή που θεωρείται ορθή. Το σχόλιο οφείλει να υπόκειται σε αυτοσυγκράτηση. Είναι βεβαίως επιθυμητή η ειλικρίνεια, όμως προτάσσεται η δικαιοσύνη. Τα σχόλια είναι ελεύθερα, ωστόσο δεν πρέπει να διαφεύγει ότι τα γεγονότα παραμένουν ιερά. Οι Δημοσιογραφικοί Οργανισμοί ενθαρρύνουν την αυστηρή αμεροληψία. Σε κάθε περίπτωση, επιδιώκουν τον πλουραλισμό -τις διαφορετικές φωνές- για το παρουσιαζόμενο θέμα. Το περιεχόμενο του δημοσιεύσιμου θέματος πρέπει να αντανakλά με αντικειμενικότητα το εύρος των

- Το περιεχόμενο του θέματος πρέπει να αντανakλά με αντικειμενικότητα το εύρος των αντιλήψεων και το πλήθος των απόψεων που υπάρχουν στην κοινωνία
- Οι Δημοσιογράφοι δε μεροληπτούν με τρόπο που το κοινό να αναγκαστεί να εξαγάγει το επιθυμητό συμπέρασμά τους

αντιλήψεων και το πλήθος των απόψεων που υπάρχουν στην κοινωνία. Οι Δημοσιογράφοι δεν μεροληπτούν στο πλαίσιο μιας υπόθεσης, με τρόπο που το κοινό να αναγκαστεί να εξαγάγει το επιθυμητό συμπέρασμά τους. Για την ισορροπία, παρουσιάζουν και μια διαφορετική άποψη για τα γεγονότα, δίνοντας ανάλογο χώρο και σε όσους δεν πιστεύουν σε αυτήν. Πρέπει να είναι διακριτό το τι συνιστά γεγονός, πληροφορία χωρίς επαρκή επιβεβαίωση, άποψη και σχόλιο. Το Μέσο παρουσιάζει το σύνολο, αλλά με ξεκάθαρο τρόπο δεν παίρνει θέση όταν παρουσιάζει γεγονότα. Σε κάθε περίπτωση, το δικαίωμα των πολιτών για πολυφωνική και ολοκληρωμένη πληροφόρηση αποτελεί υποχρέωση των Δημοσιογράφων.

- Στην περίπτωση της ισορροπίας, δίνουν ανάλογο χώρο και σε όσους δεν πιστεύουν στην ίδια άποψη
- Πρέπει να είναι διακριτό το τι συνιστά γεγονός, πληροφορία χωρίς επαρκή επιβεβαίωση, άποψη και σχόλιο
- Το δικαίωμα των πολιτών για πολυφωνική και ολοκληρωμένη πληροφόρηση αποτελεί υποχρέωση

3. Κατασκευασμένες ειδήσεις και παραπλανητικοί τίτλοι

Τίποτα απολύτως σ' ένα ειδησεογραφικό θέμα δεν μπορεί να είναι ή να αποτελεί «κατασκευάσμα», ήτοι αποκύημα της φαντασίας των Δημοσιογράφων (τίτλος, κείμενο, φωτογραφίες, γραφικά, ήχος και βίντεο). Στις περιπτώσεις προσομοίωσης (animation-VR-AR) δηλώνεται ξεκάθαρα και εξηγείται γιατί επιλέχτηκε αυτή η μέθοδος οπτικοποίησης. Οι Δημοσιογράφοι δεν χρησιμοποιούν ψευδώνυμα, σύνθετους χαρακτήρες ή φανταστικά ονόματα, ηλικίες, τοποθεσίες και ημερομηνίες. Δεν σκηνοθετούν ούτε χαλκεύουν γεγονότα για την κάμερα ή το μικρόφωνο και δεν χρησιμοποιούν ηχητικά εφέ ούτε αντικαθιστούν βίντεο ή ήχο από ένα θέμα Α, σε ένα θέμα Β. Δεν «κλέβουν» ήχο, προσθέτοντας εντυπωσιακά ηχητικά κλιπ, για να κατασκευάσουν ένα γεγονός. Διασταυρώνουν τις πληροφορίες για να εξακριβώσουν την αλήθεια.

- Οι Δημοσιογράφοι δε χρησιμοποιούν ψευδώνυμα, σύνθετους χαρακτήρες ή φανταστικά ονόματα, ηλικίες, τοποθεσίες και ημερομηνίες
- Δε σκηνοθετούν ούτε χαλκεύουν γεγονότα για την κάμερα ή το μικρόφωνο και δε χρησιμοποιούν ηχητικά εφέ ούτε αντικαθιστούν βίντεο ή ήχο από ένα θέμα Α σε ένα θέμα Β

- Δεν προσθέτουν ηχητικά για να κατασκευάσουν ένα γεγονός

4. Ιδιωτικότητα

Από τα σημαντικότερα ζητήματα δεοντολογίας είναι η δημοσίευση στοιχείων της ιδιωτικής ζωής ενός ατόμου. Κυρίως, διότι η ελευθερία της έκφρασης μπορεί να συγκρούεται με την ιδιωτικότητα και προκύπτει ανάγκη στάθμισης των δύο θεμελιωδών, μη απόλυτων, δικαιωμάτων. Οι Δημοσιογράφοι γνωρίζουν τις εταιρικές Πολιτικές Προστασίας Προσωπικών Δεδομένων. Τα ηθικά ζητήματα είναι περισσότερα όταν πρόκειται για ρεπορτάζ που αφορά στις λεπτομέρειες της ζωής ενός απλού πολίτη, που για κάποιο λόγο βρίσκεται στο επίκεντρο της επικαιρότητας, καθώς και όταν οι Δημοσιογράφοι βρίσκονται σε δίλημμα για τις πληροφορίες που αντλούν από τα κοινωνικά δίκτυα. Οι διασημότητες γνωρίζουν ότι η απώλεια της ιδιωτικής ζωής είναι το κόστος της φήμης τους. Αντίστοιχα, οι πολιτικοί και άλλοι δημόσιοι λειτουργοί γνωρίζουν ότι οι αποφάσεις τους επιφέρουν δημόσιο έλεγχο και, έχοντας αυτό ως γνώμονα, λαμβάνουν, πολλές φορές, αυτές τις αποφάσεις. Τα δημόσια πρόσωπα περιλαμβάνουν οποιονδήποτε έχει ρόλο στη δημόσια ζωή, ανεξάρτητα από το αν σχετίζεται ο ρόλος αυτός με την πολιτική, την οικονομία, τις τέχνες, την κοινωνική σφαίρα, τον αθλητισμό ή οτιδήποτε άλλο. Τα δημόσια πρόσωπα θα πρέπει να γνωρίζουν ότι η θέση που κατέχουν στην κοινωνία -σε πολλές περιπτώσεις από επιλογή- συνεπάγεται αυτόματα αυξημένη πίεση στην ιδιωτική τους ζωή. Τα δημόσια πρόσωπα αναπόφευκτα και συνειδητά θέτουν τους εαυτούς τους ανοιχτούς σε έλεγχο και κριτική από δημοσιογράφους και το ευρύ κοινό. Το δικαίωμά τους να κρατήσουν την ιδιωτική τους ζωή μακριά από τα μάτια του κοινού είναι, ως εκ τούτου, πιο περιορισμένο. Η ελευθερία της έκφρασης στον τομέα της πολιτικής θα δεχόταν ένα ανεπανόρθωτο πλήγμα αν τα δημόσια πρόσωπα μπορούσαν να λογοκρίνουν τον Τύπο και τη δημόσια συζήτηση, στο όνομα της προστασίας της ιδιωτικότητας. Τα δημόσια πρόσωπα με

- Οι Δημοσιογράφοι γνωρίζουν καλά το πώς να σταθμίζουν για λόγους δημοσίου συμφέροντος το δικαίωμα της ελευθερίας τους με το δικαίωμα στην ιδιωτική ζωή
- Συστήνεται να αποφεύγεται η «εισβολή» στην ιδιωτική ζωή κάποιου, εκτός εάν είναι ξεκάθαρο ότι υπάρχει δημόσιο ενδιαφέρον
- Ο βαθμός διείσδυσης στην προσωπική ζωή ενός ανθρώπου θα πρέπει να δικαιολογείται από τη σοβαρότητα της ιστορίας και το δημόσιο καλό που είναι πιθανό να προκύψει από αυτή τη δημοσίευση
- Προσοχή θα πρέπει να δίνεται, όταν δημοσιεύονται στοιχεία αναγνώρισης, όπως ακριβείς διευθύνσεις, τα οποία

τη χαμηλότερη προσδοκία ιδιωτικότητας είναι οι πολιτικοί. Οι Δημοσιογράφοι σέβονται τις νόμιμες προσδοκίες των δημόσιων προσώπων στην ιδιωτικότητα, όταν ασκούν αμιγώς ιδιωτικές δραστηριότητες, αν η δημοσίευση δεν συμβάλλει σε ένα θέμα δημόσιου συμφέροντος. Ιδιώτες, που δεν έχουν συμμετοχή στη δημόσια σφαίρα, απολαμβάνουν εξ ορισμού μεγαλύτερη προστασία της ιδιωτικής τους ζωής. Ωστόσο, οι ενέργειές τους μπορούν να τους εντάξουν στη δημόσια σφαίρα, γι' αυτό οι Δημοσιογράφοι δεν έχουν απόλυτη απαγόρευση δημοσιοποίησης, ακόμη και χωρίς τη συναίνεση των ιδιωτών. Οι ιδιώτες που συμμετέχουν εθελοντικά σε αμφιλεγόμενες υποθέσεις δεν μπορούν να περιμένουν απόλυτη προστασία της ιδιωτικής τους ζωής. Από αυτή την άποψη, με την επιλογή ενός ιδιώτη να συμμετάσχει σε μια άκρως αμφιλεγόμενη ιστορία, εισέρχεται στον δημόσιο χώρο και, συνεπώς, είναι ανοιχτός για έλεγχο από τους δημοσιογράφους. Η κύρια πτυχή που ένας δημοσιογράφος πρέπει λάβει υπόψη του, όταν αποφασίζει να αποκαλύψει πληροφορίες σχετικά με την ιδιωτική ζωή ενός προσώπου, είναι κατά πόσον το ρεπορτάζ μπορεί να συμβάλει σε μια συζήτηση γενικού ενδιαφέροντος. Τα Μέσα ενημέρωσης είναι χρήσιμο να υιοθετήσουν έναν κοινό Κώδικα Δεοντολογίας, για την επεξεργασία προσωπικών δεδομένων και να εστιάσουν σε κατευθυντήριες οδηγίες στάθμισης της ιδιωτικότητας και της δημοσιογραφικής επεξεργασίας. Οι οδηγίες αυτές θα πρέπει να είναι σε γνώση των Δημοσιογράφων στην αίθουσα σύνταξης. Για την εφαρμογή, ανατίθενται ειδικά καθήκοντα και ρόλοι ευθύνης, αλλά και διατίθεται σχετικό επιμορφωτικό υλικό σε όλους τους δημοσιογράφους, συμπεριλαμβανομένων της νομολογίας και των μελετών περίπτωσης που λειτουργούν ως παραδείγματα. Με τον τρόπο αυτό, οι Δημοσιογράφοι, όταν λειτουργούν εκτός του πλαισίου που έχει ταχθεί από το Μέσο στο οποίο εργάζονται και, ως εκ τούτου καθορίζουν οι ίδιοι το σκοπό και τον τρόπο επεξεργασίας, κινδυνεύουν να θεωρηθούν υπεύθυνοι επεξεργασίας με συνέπεια η ευθύνη της λογοδοσίας που προβλέπει ο ΓΚΠΔ Ε.Ε. 2016:679 και η σχετική νομοθεσία, να βαρύνει τους ίδιους. Δηλαδή, στην περίπτωση αυτή οι Δημοσιογράφοι έχουν προσωπικά την ευθύνη για την ορθή στάθμιση υπέρ του Δημοσίου Συμφέροντος εφόσον το Μέσο ενημέρωσης διαθέτει κώδικα δεοντολογίας,

μπορεί να θέσουν σε κίνδυνο την ασφάλεια των ατόμων που έχουν γίνει θέμα στα ΜΜΕ

- Μια γενική αρχή είναι να μη φωτογραφίζονται-βιντεοσκοποούνται άτομα σε ιδιωτικούς χώρους χωρίς τη συγκατάθεσή τους
- Να μη δημοσιοποιείται το όνομα ενός υπόπτου μέχρι αυτός/ή να σχετιστεί από τις αρμόδιες αρχές με ένα έγκλημα
- Ιδιαίτερη μέριμνα χρειάζεται σχετικά με τις ζωές παιδιών ή εφήβων, που βρίσκονται ακόμη υπό τη φροντίδα των γονέων τους
- Προηγείται η ενημέρωση του συνεντευξιαζόμενου για τη διασπορά της ιστορίας του-συνέντευξής του και των φωτογραφιών του
- Το Μέσο διαθέτει μηχανισμό για τη διαχείριση-διαγραφή προσωπικών πληροφοριών ατόμων, τα στοιχεία των οποίων δημοσιεύονται με εντολή των Αρχών για

εταιρικές πολιτικές και διαδικασίες, με τις οποίες καθορίζονται με τρόπο συγκεκριμένο τα κριτήρια της στάθμισης με τους κανόνες για την προστασία των προσωπικών δεδομένων δημοσίων προσώπων και ιδιωτών. Σημειώνεται ότι σε περίπτωση παραβίασης από το δημοσιογράφο του κώδικα δεοντολογίας, των οδηγιών κ.λπ., το ΜΜΕ δεν απαλλάσσεται της ευθύνης εφόσον το ρεπορτάζ δημοσιευθεί. Θα έχει πραγματοποιηθεί παράνομη επεξεργασία δια της δημοσίευσης. Ο βαθμός διείσδυσης στην προσωπική ζωή ενός ανθρώπου θα πρέπει να δικαιολογείται από τη σοβαρότητα της ιστορίας και το δημόσιο καλό που είναι πιθανό να προκύψει από αυτή τη δημοσίευση. Προσοχή θα πρέπει να δίνεται όταν δημοσιεύονται στοιχεία αναγνώρισης, όπως ακριβείς διευθύνσεις, τα οποία μπορεί να θέσουν σε κίνδυνο την ασφάλεια των ατόμων που έχουν γίνει θέμα στα ΜΜΕ. Μια γενική αρχή είναι να μη φωτογραφίζονται/βιντεοσκοποούνται άτομα σε ιδιωτικούς χώρους χωρίς τη συγκατάθεσή τους. Επίσης, να μη δημοσιοποιείται το όνομα ενός υπόπτου μέχρι αυτός/ή να σχετιστεί από τις αρμόδιες αρχές με ένα έγκλημα που έχει συγκλονίσει την κοινή γνώμη. Ιδιαίτερη μέριμνα χρειάζεται σχετικά με τις ζωές παιδιών ή εφήβων, που βρίσκονται ακόμη υπό τη φροντίδα των γονέων τους. Συστήνεται η εκ των προτέρων επικοινωνία με το άτομο του οποίου τα στοιχεία θα βγουν στη δημοσιότητα πριν δημοσιευτεί οτιδήποτε το αφορά. Το Μέσο επιβάλλεται να διαθέτει μηχανισμό υπό την επίβλεψη του DPO για τη διαχείριση-διαγραφή προσωπικών πληροφοριών ατόμων, τα στοιχεία των οποίων δημοσιεύονται με εντολή των Αρχών για συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, προκειμένου να αναγνωριστούν από τους πολίτες ως εμπλεκόμενοι σε υποθέσεις.

συγκεκριμένο χρονικό διάστημα, προκειμένου να αναγνωριστούν από τους πολίτες ως εμπλεκόμενοι σε υποθέσεις

- Το δικαίωμα στη λήθη πρέπει να γίνεται σεβαστό όταν προηγηθεί γνωμοδότηση του DPO
- Εάν δημοσιεύσουν χωρίς στάθμιση των δικαιωμάτων τους και των δικαιωμάτων των ατόμων, αναγνωρίζουν ότι καθίστανται ελεγχόμενοι από τον νόμο
- Δεν εισβάλλουν στην ιδιωτική ζωή ακόμη και δημοσίων προσώπων
- Φροντίζουν να μην δημοσιεύουν πληροφορίες για παιδιά παρά μόνον εάν η εξαίρεση έχει επιτραπεί από γνωμοδότηση του υπευθύνου δεοντολογίας και του DPO

5. Παιδιά: Κάλυψη, εικόνες και συνεντεύξεις

Η προστασία της παιδικής ηλικίας αποτελεί καθήκον των Δημοσιογράφων, όταν μάλιστα απαιτείται η κάλυψη ενός ειδησεογραφικού θέματος, στο οποίο εμπλέκονται

- Το Μέσο έχει συγκεκριμένους κανόνες ανωνυμίας σχετικά με τα παιδιά

με άμεσο ή και έμμεσο τρόπο παιδιά. Απαιτείται προσοχή και διακριτικότητα, καθώς και σεβασμός στον μέγιστο βαθμό για τα δικαιώματα των ανηλίκων. Υπάρχουν νόμοι, οι οποίοι περιορίζουν τη δυνατότητα φωτογράφισης ή δημόσιας έκθεσης παιδιών. Το ζήτημα, όμως, είναι πρωτίστως ηθικό. Βάσει διεθνών συμβάσεων, ο ηθικός αυτός παράγοντας υπερβαίνει, σε κάθε περίπτωση, οποιαδήποτε ανάγκη για την ενημέρωση του κοινού. Ταυτόχρονα εγείρεται αυστηρό νομικό ζήτημα για την προστασία του παιδιού ως θύματος. Ορισμένες φορές προκρίνεται -πάντοτε κατόπιν παραγγελίας του αρμόδιου εισαγγελέα- η δημοσιοποίηση των φωτογραφιών κάποιου δράστη, ακριβώς για την εν γένει προστασία της παιδικής ηλικίας και ειδικότερα για την ενημέρωση του κοινού και την προστασία του δημόσιου συμφέροντος. Μια τέτοια δημοσίευση θα πρέπει να μπορεί να ανακληθεί εάν εκλείψει ο λόγος δημοσίευσης. Η ηλικία του παιδιού που δικάζεται και η αυστηρότητα τιμωρίας του εγκλήματος για το οποίο κατηγορείται, αποτελούν συχνά παράγοντες σύμφωνα με τους οποίους αποφασίζει ο δημοσιογράφος αν θα τακτοποιήσει ή θα φωτογραφίσει ένα παιδί που κατηγορείται για διάπραξη εγκλήματος. Η ηλικία για την οποία υπάρχει προστασία του παιδιού μπορεί να καθορίζεται από το δίκαιο, ωστόσο οι Δημοσιογράφοι σταθμίζουν με μεγαλύτερη ευαισθησία τη δημοσιοποίηση στοιχείων ταυτότητας από ό,τι στην περίπτωση ενηλίκων. Τα ΜΜΕ δείχνουν σεβασμό στο αίτημα τήρησης της ανωνυμίας ενός παιδιού που έχει πέσει θύμα εγκληματικής πράξης ή ενός παιδιού που είναι αυτόπτης μάρτυρας εγκλήματος, ακόμη και αν το όνομά του έχει δοθεί στη δημοσιότητα, με απόφαση του αρμόδιου δικαστηρίου. Στην περίπτωση που δεν υπάρχει νομική απαίτηση, είναι απαραίτητη η άδεια του γονέα για να δώσει συνέντευξη το παιδί ή να φωτογραφηθεί. Οι Δημοσιογράφοι καταβάλλουν κάθε προσπάθεια, προκειμένου να αποκτήσουν τη γονική συναίνεση. Όταν συμβαίνει ένα έκτακτο γεγονός, όπως, για παράδειγμα, συνθήκες πανικού ή ρεπορτάζ σε χώρο μαζικών εκδηλώσεων, είναι συνήθως ανέφικτο για τον δημοσιογράφο να λάβει την άδεια των γονέων, ώστε να απεικονίσει-φωτογραφίσει, μεταξύ άλλων και παιδιά. Άλλα παραδείγματα είναι να αφορά η περίπτωση παιδιά προσφύγων, ή η κάλυψη γεγονότων ακραίων συνθηκών.

- Ακόμη και αν ένα γεγονός περιλαμβάνει το όνομα και την ηλικία ενός παιδιού, λαμβάνεται υπόψη κατά πόσον είναι απολύτως απαραίτητο να αναφερθεί το πού ζει το παιδί ή να απεικονίζεται σε ένα στιγμιότυπο φωτογραφίας
- Οι Δημοσιογράφοι και εικονολήπτες οφείλουν να είναι προσεκτικοί στο πώς και πού φωτογραφίζουν ή βιντεοσκοπούν νεαρά άτομα
- Αποφάσεις σχετικά με το γραπτό υλικό που ένας ανήλικος δημοσιεύει στο Διαδίκτυο, όπως tweets, blogs, Facebook status και άλλες, απαιτούν ισορροπία ως προς την αξία της είδησης, αλλά και ως προς την ενδεχόμενη ζημιά που μπορεί να προκαλέσει η δημοσιοποίηση
- Ο οργανισμός Μέσων δεν αποκαλύπτει, άμεσα ή έμμεσα, την ταυτότητα ανηλίκων που είναι μάρτυρες ή κατηγορούμενοι σε υποθέσεις διάπραξης αδικημάτων, ειδικότερα σεξουαλικών
- Οι Δημοσιογράφοι, κατά κανόνα, δεν παίρνουν συνεντεύξεις και δεν

Ωστόσο και πάλι τίθεται ζήτημα ηθικής τάξης, καθώς προέχει πάντοτε η προστασία της παιδικής ηλικίας. Ο Οργανισμός έχει συγκεκριμένους κανόνες ανωνυμίας σχετικά με τα παιδιά. Ακόμη και αν ένα γεγονός περιλαμβάνει το όνομα και την ηλικία ενός παιδιού, λαμβάνεται υπόψη κατά πόσον είναι απολύτως απαραίτητο να αναφερθεί το πού ζει το παιδί ή να απεικονίζεται σε ένα στιγμιότυπο φωτογραφίας. Οι Δημοσιογράφοι και εικονολήπτες οφείλουν να είναι προσεκτικοί στο πώς και πού φωτογραφίζουν ή βιντεοσκοποούν νεαρά άτομα. Αποφάσεις σχετικά με το γραπτό υλικό που ένας ανήλικος δημοσιεύει στο Διαδίκτυο, όπως tweets, blogs, Facebook status και άλλες, απαιτούν ισορροπία ως προς την αξία της είδησης, αλλά και ως προς την ενδεχόμενη ζημιά που μπορεί να προκαλέσει η δημοσιοποίηση. Ο οργανισμός Μέσων δεν αποκαλύπτει, άμεσα ή έμμεσα, την ταυτότητα των παιδιών ηλικίας κάτω από το νόμιμο όριο, που είναι μάρτυρες ή κατηγορούμενοι σε υποθέσεις διάπραξης αδικημάτων, ειδικότερα σεξουαλικών. Οι Δημοσιογράφοι, κατά κανόνα, δεν παίρνουν συνεντεύξεις και δεν φωτογραφίζουν παιδιά κάτω από το νόμιμο όριο ηλικίας σε σχέση με θέματα που αφορούν την προσωπική τους κατάσταση ή ευημερία, χωρίς τη συγκατάθεση των γονέων τους ή άλλου ενήλικου που έχει την ευθύνη γι' αυτά (κηδεμόνας). Οι Δημοσιογράφοι τηρούν τις πρόνοιες της Διεθνούς Σύμβασης των Ηνωμένων Εθνών για το Παιδί.

φωτογραφίζουν ανήλικα παιδιά σε σχέση με θέματα που αφορούν την προσωπική τους κατάσταση ή ευημερία, χωρίς τη συγκατάθεση των γονέων τους ή άλλου ενήλικου που έχει την ευθύνη γι' αυτά (κηδεμόνας)

- Αποφάσεις σχετικά με το γραπτό υλικό που ένας ανήλικος δημοσιεύει στο Διαδίκτυο, όπως tweets, blogs, Facebook status και άλλες, απαιτούν ισορροπία ως προς την αξία της είδησης, αλλά και ως προς την ενδεχόμενη ζημιά που μπορεί να προκαλέσει η δημοσιοποίηση
- Οι Δημοσιογράφοι τηρούν τις πρόνοιες της Διεθνούς Σύμβασης των Ηνωμένων Εθνών για το Παιδί

6. Αποσιωπώντας ονόματα και πληροφορίες

Η πληροφορία πάντα έχει ένα όνομα, το ίδιο και ο πληροφοριοδότης. Σε κάποιες περιπτώσεις και υπό προϋποθέσεις, ο λειτουργός της ενημέρωσης «παραβιάζει» το κεφαλαιώδες ζήτημα της αποκάλυψης ή μη ονομάτων και προσωπικών πληροφοριών. Σε ορισμένες ανθίσταται. Οι περιπτώσεις σεξουαλικών επιθέσεων ή βιασμών ή αυτοκτονιών χρήζουν ιδιαίτερης μέριμνας, ώστε τα θύματα και οι συγγενείς τους να προστατευτούν από τον στιγματισμό τους από τον

- Οι περιπτώσεις σεξουαλικών επιθέσεων ή βιασμών ή αυτοκτονιών χρήζουν ιδιαίτερης μέριμνας, ώστε τα θύματα και οι συγγενείς τους να προστατευτούν από τον στιγματισμό

κοινωνικό περίγυρο. Σε υποθέσεις κατά συρροή δολοφόνων, ο δημοσιογράφος λειτουργεί σύμφωνα και με τις επιταγές της δικαιοσύνης ή της κοινωνικής ψυχολογίας, αποφεύγοντας άκαιρη γνωστοποίηση ονομάτων, προκειμένου να διαλευκανθούν τα κίνητρα των πράξεων αυτών. Σε περιπτώσεις διώξεων ομοφυλόφιλων ή πολιτικών και κοινωνικών ακτιβιστών, η γνωστοποίηση των ονομάτων τους μπορεί να έχει βλαπτικές επιπτώσεις γι' αυτούς. Ο δημοσιογράφος οφείλει να προστατέψει τον ίδιο του τον εαυτό, αλλά και το κύρος του Οργανισμού. Έχει την ηθική υποχρέωση να προστατέψει τις εμπιστευτικές πηγές πληροφόρησης που διαθέτει. Οι επιθέσεις στην ιδιωτικότητα των πολιτών είναι ένα πεδίο, όπου ο δημοσιογράφος αποδεικνύει το ύφος και το πνεύμα του ως ανεξάρτητου και ακηδεμόνευτου λειτουργού της ενημέρωσης, προς όφελος του κοινωνικού συνόλου.

- Σε υποθέσεις κατά συρροή δολοφόνων, λειτουργούν σύμφωνα με τις επιταγές της δικαιοσύνης & της κοινωνικής ψυχολογίας, αποφεύγοντας άκαιρη γνωστοποίηση ονομάτων
- Σε περιπτώσεις διώξεων ομοφυλόφιλων ή ακτιβιστών, η γνωστοποίηση των ονομάτων τους μπορεί να έχει επιπτώσεις γι' αυτούς
- Οι Δημοσιογράφοι οφείλουν να προστατέψουν τις εμπιστευτικές πηγές

7. Κατονομάζοντας υπόπτους

Το αν θα αποκαλυφθεί ή θα αναφερθεί εν γένει το όνομα ενός υπόπτου για ποινικά αδικήματα αποτελεί ανέκαθεν φλέγον θέμα. Αυτό συμβαίνει, γιατί η κατονομασία υπόπτου συνδέεται με δεοντολογικά ζητήματα, που αφενός αφορούν στην εγκυρότητα και πληρότητα της είδησης, στο πλαίσιο της δημοσιογραφίας που υπηρετεί την αλήθεια και το δημόσιο συμφέρον, αφετέρου έχουν να κάνουν με τον σεβασμό στην προσωπικότητα, στην αξιοπρέπεια, στο απαραβίαστο της ιδιωτικής ζωής και στο τεκμήριο της αθωότητας του ατόμου και του πολίτη. Δεδομένου ότι ο ύποπτος δεν είναι πάντα ο δράστης, ο δημοσιογράφος οφείλει να συνυπολογίζει όλες τις παραμέτρους, ώστε να παράσχει τις απαραίτητες πληροφορίες, αλλά και να αποφεύγει την αμαύρωση της υπόληψης ενός ανθρώπου, που στο τέλος μπορεί και να αποδειχθεί αθώος. Η σύγχρονη δημοσιογραφία, ειδικά στην ηλεκτρονική μορφή της, φέρει την ιδιότητα της μονιμότητας στις δημοσιεύσεις αφού

- Είναι θεμελιώδες δεοντολογικό ερώτημα το εάν πρέπει να κατονομάζονται οι φερόμενοι ως ύποπτοι, διότι αυτό προσθέτει δημοσιογραφική αξία στην είδηση
- Ισχύει πάντα το τεκμήριο της αθωότητας
- Το πρώτο κριτήριο που πρέπει να λάβουν υπόψη οι Δημοσιογράφοι είναι αν

παρέχει πρόσβαση σε αρχεία, πηγές και γεγονότα, ανεξαρτήτως βάθους χρόνου. Πρέπει, για λόγους διόρθωσης και διαγραφής, να εξασφαλιστεί ότι παραμένουν πάντα διαθέσιμα και όχι απαραίτητα δημοσιευμένα, τα στοιχεία για τις περιπτώσεις που ένα άτομο έχει κατηγορηθεί ως ύποπτος για μια ποινική πράξη, για την οποία του έχουν απαγγελθεί κατηγορίες, έχει καταδικαστεί ή αθωωθεί. Η κατονομασία υπόπτου και η απαγγελία κατηγοριών μπορεί να γίνεται από τις Αρχές ή τρίτους, επίσημα ή ανεπίσημα. Τα ερωτήματα που εγείρονται στις περιπτώσεις αυτές είναι αν θα πρέπει να γίνεται ρητή αναφορά ή να γνωστοποιείται γενικώς το όνομα του υπόπτου ή κατηγορουμένου σε όλες ανεξαιρέτως τις περιπτώσεις ή σε καμία ή, έστω, κατά περίπτωση. Ο σεβασμός στη νομιμότητα πρέπει να κατευθύνει τους χειρισμούς του δημοσιογράφου, ο οποίος επιβάλλεται να σέβεται το συγκεκριμένο δικαίωμα του ατόμου, μόνο και εφόσον το δημόσιο συμφέρον δεν απαιτεί κάτι άλλο. Με ιδιαίτερο σεβασμό και διακριτικότητα θα πρέπει να αντιμετωπίζονται οι συγγενείς και οι φίλοι των ατόμων που έχουν καταδικαστεί ή κατηγορηθεί για έγκλημα, οι οποίοι δεν θα πρέπει να ταυτοποιούνται χωρίς τη συγκατάθεσή τους, εκτός αν σχετίζονται επί της ουσίας με την ιστορία. Στο ίδιο πλαίσιο, ιδιαίτερη προσοχή πρέπει να δοθεί στην ευάλωτη θέση των παιδιών που γίνονται μάρτυρες ή είναι θύματα εγκλήματος. Το τεκμήριο της αθωότητας πρέπει να είναι κυρίαρχο σε κάθε περίπτωση. Το θεμελιώδες δεοντολογικό ερώτημα που πρέπει να απαντηθεί πριν από όλα, είναι αν πρέπει εν γένει να κατονομάζονται οι φερόμενοι ως ύποπτοι, αν δηλαδή το όνομα ως πληροφορία προσθέτει δημοσιογραφική αξία σε σχέση με τις λεπτομέρειες που συνθέτουν τελικά την είδηση. Το πρώτο κριτήριο που πρέπει να λάβει υπόψη του ο δημοσιογράφος είναι αν η κατηγορία είναι επίσημη οπότε το όνομα του υπόπτου μπορεί να αναφερθεί ή και όταν η υπόθεση έχει πάρει πλέον τη δικαστική οδό, εφόσον αυτό αποτελεί μέρος της δημόσιας καταγραφής των γεγονότων. Επιβάλλεται ιδιαίτερη προσοχή στην περίπτωση που κατονομάσει ο δημοσιογράφος κάποιον ως ύποπτο, όταν πρόκειται για ανεπίσημη κατηγορία για τις πιθανές συνέπειες που μπορεί να προκαλέσει, τόσο στην ιδιωτικότητα και στην υπόληψή του όσο και στις κοινωνικές σχέσεις, ακόμη και στην εξεύρεση εργασίας. Έτσι, θεμιτό είναι να μην προβαίνει ο δημοσιογράφος σε δημόσια

η κατηγορία είναι επίσημη ή όχι. Εάν ναι, το όνομα του υπόπτου μπορεί να αναφερθεί

- Να εξετάζονται οι πιθανές συνέπειες που μπορεί να προκληθούν, τόσο στην ιδιωτικότητα όσο και στην υπόληψή του ατόμου
- Χρειάζεται προσοχή όταν για λόγους σκοπιμότητας, οι Αρχές διαρρεύσουν ένα όνομα, αλλά δεν το επιβεβαιώνουν επισήμως
- Κριτήριο αποτελεί ακόμη το είδος και η σοβαρότητα του αδικήματος. Μια προσέγγιση είναι να μην κατονομάζονται ύποπτοι για αδικήματα ήσσονος σημασίας
- Δεοντολογικό δίλημμα προκαλεί η κατονομασία υπόπτων, όταν ενδέχεται να προκύψει δικαστική απαλλαγή ή αθώωση ή οι κατηγορίες αργότερα αποσυρθούν ή αποδειχθούν αναληθείς ή αβάσιμες
- Πρέπει να υπάρχει συγκεκριμένη διαδικασία-μεθοδολογία επανόρθωσης, κατά την οποία ο δημοσιογράφος,

κατονομασία, προτού απαγγελθούν προηγουμένως επίσημες κατηγορίες από τις Αρχές. Να σημειωθεί ότι για λόγους σκοπιμότητας, οι Αρχές μπορεί να διαρρεύσουν ένα όνομα, αλλά να μην το επιβεβαιώνουν επισήμως. Ενδείκνυται να οριστούν και να ληφθούν υπόψη τα κριτήρια με βάση τα οποία θεωρείται κάποιος ως ύποπτος. Για παράδειγμα, εάν πρόκειται για τον δράστη ή τον ηθικό αυτουργό ή για κάποιο περιφερειακό πρόσωπο της ιστορίας. Επιπλέον, εάν πρόκειται για πρόσωπο δημόσιου ενδιαφέροντος που αφορά γενικώς την κοινή γνώμη. Κριτήριο αποτελεί ακόμη το είδος και η σοβαρότητα του αδικήματος. Μια προσέγγιση είναι να μην κατονομάζονται ύποπτοι για αδικήματα ήσσονος σημασίας. Δεοντολογικό θέμα προκαλεί η κατονομασία υπόπτων, όταν ενδέχεται να προκύψει δικαστική απαλλαγή ή αθώωση ή οι κατηγορίες αργότερα αποσυρθούν ή αποδειχθούν αναληθείς ή αβάσιμες, τόσο ως προς τις πιθανές βλάβες στην υπόληψη του ατόμου και της οικογένειάς του όσο και ως προς τη δυνατότητα επανόρθωσης. Σε αυτήν την περίπτωση πρέπει να άμεσα να γίνει ορθή επανάληψη των πληροφοριών. Ωστόσο, είναι δύσκολο να διαγραφούν οριστικά όλα τα δημοσιεύματα και οι αναφορές, καθώς η αρχική δημοσίευση εξακολουθεί να υπάρχει και να διακινείται, ειδικά στο διαδίκτυο. Επειδή τα δικαιώματα της ελευθερίας του Τύπου και της προστασίας της ιδιωτικής ζωής δεν είναι απόλυτα, ο δημοσιογράφος πρέπει πάντοτε να σταθμίζει το υπέρτερο ενδιαφέρον ενημέρωσης του κοινού και ευαισθητοποίησης της κοινής γνώμης (αλήθεια, ανθρώπινες ζωές) έναντι του δικαιώματος της αυτοδιάθεσης, το δικαίωμα του ατόμου να αποκαλύπτει ή να μην αποκαλύπτει και να ελέγχει-καθορίζει τις πληροφορίες που το αφορούν. Την προστασία των πληροφοριών έναντι της επιτακτικής ανάγκης δημοσίευσής τους. Ξεχωριστό ζήτημα αποτελεί η νεανική εγκληματικότητα καθώς απαιτείται διακριτικός χειρισμός και κριτική ικανότητα εκ μέρους του συντάκτη για το αν πρέπει να αναφερθεί το όνομα ενός ανήλικου υπόπτου, προκειμένου να διασφαλιστεί η ελαχιστοποίηση της ζημίας από δημοσιεύσεις για ανηλίκους, με κριτήρια τη σοβαρότητα του αδικήματος και την ηλικία του. Κανόνας είναι ότι η δημοσίευση ονόματος υπόπτου προϋποθέτει αποκλειστικά την προηγηθείσα έκδοση εισαγγελικής παραγγελίας. Εξαίρεση του κανόνα αποτελούν οι περιπτώσεις κατά τις οποίες ο ύποπτος από επίσημες αρχές

ως οφείλει, επανορθώνει χωρίς χρονοτριβή και δημοσιεύει ή μεταδίδει την αντίθετη άποψη, χωρίς, αναγκαστικά, ανταπάντηση, η οποία θα τον έθετε σε προνομιακή θέση έναντι του θιγομένου

- Ακόμη, κατά περίπτωση, θα πρέπει να δοθεί μια δίκαιη ευκαιρία για την απάντηση εκ μέρους του υπόπτου ή κατηγορουμένου σε ανακρίβειες, όταν ζητηθεί, κάτι που, εκτός των άλλων, διασφαλίζει την προστασία προσωπικών δεδομένων
- Ο δημοσιογράφος πρέπει πάντοτε να έχει υπόψη του την εξής στάθμιση: Το υπέρτερο ενδιαφέρον ενημέρωσης του κοινού και ευαισθητοποίησης της κοινής γνώμης (αλήθεια, ανθρώπινες ζωές) έναντι του δικαιώματος της αυτοδιάθεσης
- Απαιτείται διακριτικός χειρισμός και κριτική ικανότητα εκ μέρους του συντάκτη για το αν πρέπει να αναφερθεί το όνομα ενός ανήλικου υπόπτου, προκειμένου να διασφαλιστεί η ελαχιστοποίηση της ζημίας από δημοσιεύσεις

προβαίνει ο ίδιος σε δημόσια δήλωση. Μια άλλη σημαντική και δημοσιογραφικά ορθή δίοδος είναι η προσέγγιση του υπόπτου. Όταν ένας δημοσιογράφος έρθει σε επαφή με τον ύποπτο, πολλές φορές μέσω του δικηγόρου του, τότε έχει την ευκαιρία να αποσπάσει μια δήλωση ή συνέντευξή του, αν φυσικά εκείνος το επιθυμεί. Με τον τρόπο αυτόν ο ύποπτος μπορεί να θεωρεί ότι υπερασπίζεται τα δικαιώματά του μέσω της δημοσίευσης της δικής του θέσης. Αν, όμως, ο ύποπτος εκφράσει ρητώς ότι δεν επιθυμεί να προβεί σε δημόσιες δηλώσεις, τότε αυτό γίνεται απολύτως σεβαστό και το όνομά του προστατεύεται διά της αποσιώπησης. Ωστόσο, εάν ο δημοσιογράφος δεν προσεγγίσει το άτομο, αλλά και δεν δημοσιεύσει το όνομα ενός δημοσίου προσώπου, πολιτικού ή επιχειρηματία, διακινδυνεύει να αφήσει στην κοινή γνώμη την εντύπωση της απόκρυψης πληροφορίας για να προστατεύσει τον ύποπτο. Ιδιαίτερη προσοχή απαιτεί ο κίνδυνος διαμόρφωσης μηχανισμών μυθοπλασίας. Στο κοινό δεν θα πρέπει να δίνεται η αφορμή για υποψία ότι το Μέσο μπορεί να αλλοιώνει τα πραγματικά γεγονότα. Γι' αυτόν το λόγο απορρίπτεται ολοκληρωτικά η δημοσίευση φανταστικών ονομάτων, τόπων, ημερομηνιών, ενώ οφείλουν να τίθενται αυστηρά όρια στη χρήση μηχανισμών απόκρυψης.

για ανηλίκους, με κριτήρια τη σοβαρότητα του αδικήματος και την ηλικία του

- Κανόνας είναι ότι η δημοσίευση ονόματος υπόπτου προϋποθέτει αποκλειστικά την προηγηθείσα έκδοση εισαγγελικής άδειας. Εξαίρεση του κανόνα αποτελούν οι περιπτώσεις κατά τις οποίες ο ύποπτος από επίσημες αρχές προβαίνει ο ίδιος σε δημόσια δήλωση
- Μια σημαντική και δημοσιογραφικά ορθή δίοδος είναι η προσέγγιση του υπόπτου διότι θα έχει την ευκαιρία να αποσπάσει μια δήλωση ή συνέντευξή του, αν φυσικά εκείνος το επιθυμεί. Αν, όμως, ο ύποπτος εκφράσει ρητώς ότι δεν επιθυμεί να προβεί σε δημόσιες δηλώσεις, τότε αυτό γίνεται απολύτως σεβαστό
- Εάν ο δημοσιογράφος δεν προσεγγίσει το άτομο, αλλά και δεν δημοσιεύσει το όνομα ενός δημοσίου προσώπου πολιτικού ή επιχειρηματία, διακινδυνεύει να αφήσει

στην κοινή γνώμη την
εντύπωση της
απόκρυψης
πληροφορίας για να
προστατεύσει τον
ύποπτο

- Απορρίπτεται η δημοσίευση φανταστικών ονομάτων, τόπων, ημερομηνιών.

8. Διάδραση - Πολυμέσα

Οι σύγχρονες μέθοδοι επεξεργασίας περιεχομένου επιτρέπουν την ευκολότερη κατανόηση και παρακινούν σε διάδραση. Ωστόσο, η τεχνολογία και τα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης θολώνουν, όλο και περισσότερο, τα όρια μεταξύ των Μέσων Ενημέρωσης και της λεγόμενης Δημοσιογραφίας των Πολιτών (UGC). Σε μια λάθος σύνθεση πολυμεσικών στοιχείων ενός δημοσιεύματος, όπου δεν εμπεριέχονται όλες οι πτυχές ή το αποτέλεσμα υπερβαίνει το όριο της ιστορίας και γίνεται δραματοποιημένη κατασκευή, τότε παραβιάζονται βασικές κατευθυντήριες οδηγίες για την αμεροληψία, το καθήκον αληθείας και την αποφυγή κατασκευασμένων πληροφοριών. Η αφηγηματική θεωρία, αναφέρεται στη δημοσιογραφία που αφορά στην αφήγηση ιστοριών και η θεωρία αφήγησης σε αυτή που υποστηρίζει την αφήγηση ως χρονοδιάγραμμα, ψυχολογικό οργανωτικό μηχανισμό για την κατανόηση του χρόνου, του χώρου και της αιτιότητας, καθώς και την κατανόηση του κόσμου. Η αφήγηση είναι ο τρόπος με τον οποίο οι άνθρωποι καταλαβαίνουν το χρόνο και δηλώνουν ότι η αφήγηση είναι ο «φύλακας» του χρόνου. Επίσης η αφήγηση δίνει σχήμα στα πράγματα στον πραγματικό κόσμο και συχνά τους δίνει έναν τίτλο στην πραγματικότητα. Υπό αυτό το πρίσμα η πρόκληση στην immersive journalism είναι να σχεδιαστεί ένα πλαίσιο που καθιστά αξιόπιστο τον χειρισμό του χρόνου, του χώρου και της αιτιότητας. Σε ότι αφορά στις αρχές, τα πρότυπα και την ηθική της επαγγελματικής

- Τα διαδραστικά στοιχεία δημοσίευσης οργανώνονται και συνδέονται εσωτερικά με τέτοιο τρόπο, ώστε οι χρήστες να είναι σε θέση να κατανοήσουν τα βασικά σημεία της ιστορίας
- Η σύνδεση μεταξύ των μερών της διαδραστικής παρουσίασης μιας είδησης θα πρέπει να διατηρείται, ακόμη και όταν η ιστορία έχει αρχειοθετηθεί
- Η ποικιλομορφία των απόψεων θα πρέπει να συμπεριλαμβάνεται στις παρουσιάσεις, σε συνδυασμό με την ικανότητα κάποιων μορφών, όπως το βίντεο, να προσφέρει παράλληλα και την οπτική της μεμονωμένης άποψης

δημοσιογραφίας, η immersive journalism είναι υπεύθυνη για την τρέχουσα και ιστορική ηθική του επαγγέλματος, για πρότυπα όπως η ακρίβεια, η δικαιοσύνη, η πληρότητα, το πλαίσιο, η διαφάνεια, η λογοδοσία και η συνειδητοποίηση της προκατάληψης. Οι δημοσιογραφικοί κώδικες δεοντολογίας, θα μπορούσαν να έρχονται σε σύγκρουση με τις τεχνικές βύθισης που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία της ψευδαίσθησης της παρουσίας. Τα διαδραστικά στοιχεία δημοσίευσης θα πρέπει να οργανώνονται και να συνδέονται εσωτερικά με τέτοιο τρόπο, ώστε οι χρήστες να είναι σε θέση να κατανοήσουν τα βασικά σημεία της ιστορίας. Π.χ. ένα live blogging για ένα τρομοκρατικό χτύπημα που μπορεί να περιλαμβάνει χάρτες, βίντεο, ηχητικά και social media posts από αυτόπτες μάρτυρες ή Αρχές. Η σύνδεση μεταξύ των μερών της διαδραστικής παρουσίασης μιας είδησης θα πρέπει να διατηρείται, ακόμη και όταν η ιστορία έχει αρχειοθετηθεί. Η ποικιλομορφία των απόψεων θα πρέπει να συμπεριλαμβάνεται σε multimedia παρουσιάσεις, σε συνδυασμό με την ικανότητα κάποιων μορφών, όπως το βίντεο, να προσφέρει παράλληλα και την οπτική της μεμονωμένης άποψης. Ανακατασκευές των γεγονότων μέσω ενημερωτικών γραφημάτων (infographics) ή κινούμενων εικόνων (animation - VR) θα πρέπει να αντικατοπτρίζουν την πραγματικότητα. Εάν αυτή η ανακατασκευή πηγαίνει πέρα από αυτό που είναι γνωστό και πλησιάζει τα όρια της εικασίας ή της μυθοπλασίας, θα πρέπει εξ αρχής να καθίσταται σαφές στον χρήστη. Σε κάθε περίπτωση πρέπει να υπάρχουν στο Μέσο κανόνες παραγωγής μέσω συστημάτων AI/ immersive journalism.

- Ανακατασκευές των γεγονότων μέσω ενημερωτικών γραφημάτων ή κινούμενων εικόνων θα πρέπει να αντικατοπτρίζουν την πραγματικότητα. Εάν αυτή η ανακατασκευή πηγαίνει πέρα από αυτό που είναι γνωστό και πλησιάζει τα όρια της εικασίας ή της μυθοπλασίας, θα πρέπει εξ αρχής να καθίσταται σαφές στον χρήστη
- Σε κάθε περίπτωση πρέπει να υπάρχουν στο Μέσο κανόνες παραγωγής μέσω συστημάτων AI/ immersive journalism
- Οι Δημοσιογράφοι γνωρίζουν ότι οι κώδικες δεοντολογίας, θα μπορούσαν να έρχονται σε σύγκρουση με τις τεχνικές βύθισης που χρησιμοποιούνται για τη δημιουργία της ψευδαίσθησης της παρουσίας

9. Σχολιασμός online

Θεωρείται ότι τα σχόλια του κοινού τεκμηριώνουν έναν ισχυρό δεσμό με το Μέσο. Τα online σχόλια δίνουν φωνή στους επισκέπτες των ιστοτόπων και των λογαριασμών Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης του Οργανισμού. Απαιτείται πάντοτε ένα είδος συμφωνίας-σύμβασης

- Τα online σχόλια δίνουν φωνή στους επισκέπτες των ιστοτόπων και των λογαριασμών Μέσων Κοινωνικής Δικτύωσης του Μέσου

(disclaimer), η οποία θα καθορίζει εκ προοιμίου τον τρόπο συμπεριφοράς ως προς τον online σχολιασμό δημοσιογραφικών θεμάτων. Είναι σημαντικό να τίθεται κόκκινη γραμμή, την οποία οι χρήστες δεν πρέπει να υπερβούν. Τα σχόλια, τα οποία περικλείουν ρατσιστικούς, προσβλητικούς χαρακτηρισμούς κάθε είδους και παρακινούν σε βία, δεν συνεισφέρουν στον δημόσιο διάλογο και με εξ αρχής δήλωση θα πρέπει να αποτρέπεται η χρήση τους. Τέτοια σχόλια πρέπει να διαγράφονται. Απαιτείται δε η παρουσία διαχειριστή/moderator, ο ρόλος του οποίου δεν περιλαμβάνει απαραίτητα και αυτονόητα το δικαίωμα να λέει την άποψή του ή να παίρνει θέση σε θερμούς διαλόγους.

- Απαιτείται η παρουσία χειριστή/moderator ο οποίος δε λέει την άποψή του και δεν παίρνει θέση σε θερμούς διαλόγους
- Είναι σημαντικό να τίθεται η κόκκινη γραμμή, την οποία οι χρήστες δεν πρέπει να υπερβούν

10. Κοινωνικά Δίκτυα και Ειδήσεις

Τα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media) εγείρουν ποικίλα ζητήματα για τους ειδησεογραφικούς οργανισμούς. Η χρήση τους από επαγγελματίες δημοσιογράφους, με σκοπό τη διανομή πληροφοριών και περιεχομένου, είναι συχνή. Τα προφίλ στα κοινωνικά δίκτυα δίνουν στους δημοσιογράφους την ευκαιρία να δείξουν το πως συμπεριφέρονται ως άνθρωποι με απόψεις, συναισθήματα και προσωπικές εμπειρίες. Την ίδια στιγμή, ένας δημοσιογράφος που αναρτά απόψεις, δικές του ή άλλων, θα πρέπει να συναισθάνεται ότι είναι και εκπρόσωπος του ειδησεογραφικού οργανισμού στον οποίο δουλεύει. Σε έναν δημοσιογραφικό φορέα, που εστιάζει στη μετάδοση ειδήσεων με αμερόληπτο και ουδέτερο τρόπο, οι Δημοσιογράφοι πρέπει -το λιγότερο- να αποφεύγουν να εκφράζουν απόψεις για ζητήματα που εγείρουν έντονες διαφωνίες και προκαλούν οργισμένους διαλόγους. «Tweet» και «post» ενός δημοσιογράφου, με δογματικό ύφος και ισχυρή έκφραση γνώμης, μπορούν εύκολα να συνδεθούν με τον Οργανισμό ως σύνολο και να βλάψουν τη φήμη του ως αμερόληπτου Μέσου. Αυτό, στη συνέχεια, μπορεί να βλάψει τις σχέσεις του Οργανισμού με πηγές. Υπάρχει πάντα το ερώτημα αν αυτό ισχύει και για τις μη ειδησεογραφικές αναρτήσεις ενός δημοσιογράφου.

- Θα πρέπει να είναι βέβαιος ο δημοσιογράφος ότι ο λογαριασμός δημοσίου προσώπου ή φορέα που εξετάζει είναι αυθεντικός
- Η καλύτερη προσέγγιση είναι να ρωτήσει ο δημοσιογράφος κάποιον εκπρόσωπο, αν ο λογαριασμός είναι πραγματικός/αυθεντικός (και να το κάνει αυτό πριν «σκάσει» η είδηση)
- Όταν επιβεβαιώσει την αυθεντικότητα ενός λογαριασμού (account), ο δημοσιογράφος πρέπει να μάθει ό,τι μπορεί σχετικά

Αυτές μπορούν, επίσης, να συνδεθούν με το Μέσο, αν εμπεριέχουν μια άποψη αμφιλεγόμενη. Το ίδιο ισχύει και στην περίπτωση που ο δημοσιογράφος εκφράζει απόψεις για ένα θέμα, το οποίο δεν καλύπτει. Αν και τα ΜΚΔ είναι πεδίο πολιτικών συζητήσεων, καλό είναι να αποφεύγονται τα θέματα που προκαλούν αντιπαράθεση, διότι κάποτε μπορεί ο δημοσιογράφος να κληθεί να καλύψει διαφορετικά θέματα ή μπορεί οι απόψεις ενός εργαζόμενου να επηρεάσουν τη δυνατότητα ενός άλλου εργαζόμενου να καλύψει τα θέματα. Για θέματα αθλητικού ή ψυχαγωγικού περιεχομένου, μπορεί να είναι αποδεκτό για δημοσιογράφους που δεν καλύπτουν αυτές τις κατηγορίες, να τα σχολιάζουν στα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης. Αν και το να γράφει κανείς ενθουσιώδεις επαίνους ή βιτριολικά σχόλια, μπορεί, και εδώ, να δημιουργήσει θέμα. Οι Δημοσιογράφοι στα social media πρέπει να ισορροπήσουν ανάμεσα στην επαγγελματική τους υπόσταση και στην προσωπική τους ζωή και ιδιωτικότητα. Στο πλαίσιο αυτό, πρέπει να γνωρίζουν ότι ακόμα και κάποια «posts» ή μηνύματα, που προορίζονται ως ιδιωτικά, μπορούν πολύ εύκολα να κοινοποιηθούν και να διαμοιραστούν, όπως ακριβώς ένα email μπορεί να προωθηθεί και οι συνομιλίες να ηχογραφηθούν. Συνεπώς, οι Δημοσιογράφοι δεν πρέπει ποτέ να θεωρούν ότι οι αναρτήσεις τους είναι ιδιωτικές και όχι επαγγελματικές, και να παραβιάζουν τον κώδικα δεοντολογίας του Μέσου στο οποίο εργάζονται. Ουσιαστικά, όσο βρίσκονται στο περιβάλλον των social media, είναι διαρκώς σε «κοινή θέα». Τα κοινωνικά δίκτυα αναδεικνύουν το γεγονός ότι οι Δημοσιογράφοι θεωρούνται από το κοινό Δημοσιογράφοι 24/7. Σε καταστάσεις όπου αναμένεται από τον δημοσιογράφο να αποφεύγει την έκφραση άποψης, μπορεί ο ίδιος να κάνει «retweets», να κάνει «reshare» ή να κοινοποιεί με οποιονδήποτε τρόπο τις απόψεις άλλων. Η καλύτερη πρακτική είναι να επισυνάπτει κάποιο σχόλιο σε τέτοιες αναρτήσεις για να εντάσσονται στο κατάλληλο νοηματικό πλαίσιο, ώστε η αναπαραγωγή (repost) ενός άρθρου ή μιας άποψης να μην εκλαμβάνεται ως προσυπογραφή του. Είναι αποδεκτά τα απλά «retweets» και τα «reshares» άρθρων με σκληρή άποψη, αρκεί στις πληροφορίες του προφίλ τους στο εκάστοτε κοινωνικό δίκτυο να ξεκαθαρίζεται ότι αυτά δεν συνιστούν προσυπογραφή. Μια τέτοια δήλωση μπορεί και να χάνει

με το ποιος διαχειρίζεται τον λογαριασμό

- Ο δημοσιογράφος οφείλει να προσέχει πολύ ασυνήθιστες αναρτήσεις (posts), απρόσμενα λάθη γραμματικής ή απερίφραστα διατυπωμένες πολιτικές απόψεις, έξω από τα δόντια.
- Ακόμα και οι προσωπικές αναρτήσεις ή τα posts για θέματα άσχετα με το ρεπορτάζ που καλύπτει ο δημοσιογράφος μπορούν να συνδεθούν με το Μέσο Ενημέρωσης και να πλήξουν το κύρος του
- Ο δημοσιογράφος δεν πρέπει να θεωρεί καμιά ανάρτησή του στα social media προσωπική, καθώς κάθε έννοια απορρήτου μπορεί να παραβιαστεί
- Σε περίπτωση αναπαραγωγής (retweet, repost, reblogging), να προτάσσεται ένα σχόλιο του / της δημοσιογράφου που θέτει το νοηματικό πλαίσιο, διαφορετικά η απλή αναπαραγωγή μπορεί να υποδηλώνει προσυπογραφή ή συμφωνία με το αρχικό post

τη σημασία της, όταν ένας δημοσιογράφος συστηματικά κοινοποιεί απόψεις μιας συγκεκριμένης οπτικής, μιας συγκεκριμένης πλευράς. Σε γενικές γραμμές, οι Δημοσιογράφοι πρέπει να αποφεύγουν να εμπλέκονται σε οργισμένους διαλόγους με συναδέλφους δημοσιογράφους, πηγές ή μέλη του κοινού για οποιοδήποτε θέμα. Έχουν την υποχρέωση να αντιμετωπίζουν τους άλλους με σεβασμό. Οι Δημοσιογράφοι πρέπει να εμφανίζονται επωνύμως στα social media, αναγράφοντας το όνομα και το Μέσο για το οποίο εργάζονται στα βιογραφικά σημειώματα των προφίλ τους στα διάφορα κοινωνικά δίκτυα. Ελάχιστες εξαιρέσεις μπορεί να υπάρξουν σε αυτόν τον κανόνα -για παράδειγμα, μπορεί να επιτραπεί σε έναν δημοσιογράφο να δημιουργήσει ένα προφίλ/λογαριασμό με σκοπό να κινηθεί μυστικά για τις ανάγκες μιας δημοσιογραφικής έρευνας. Η πρακτική αυτή είναι επικίνδυνη και θα πρέπει να επιλέγεται πολύ σπάνια και μόνο σε περιπτώσεις διερεύνησης θεμάτων υψηλής σημασίας, που δεν μπορούν να ερευνηθούν με άλλο τρόπο. Δεν αρκεί, όμως, μόνο η αναφορά του ονόματος και του Μέσου, για να κερδίσει ο δημοσιογράφος το στοίχημα της αξιοπιστίας στο περιβάλλον των social media. Στα κοινωνικά δίκτυα, η αξιοπιστία και η εμπιστοσύνη κερδίζονται Μέσα από την επιμονή και με το να «χτίζει» κανείς σχέσεις μέσω της διάδρασης και του «sharing». Οι Δημοσιογράφοι πρέπει να αναφέρουν μόνο ειδήσεις που προέρχονται από επίσημες πηγές και να αποφεύγουν τις φήμες, είτε τις βρουν σε κάποιο μέσο κοινωνικής δικτύωσης είτε τις ακούσουν τυχαία σε κάποιο δημόσιο χώρο. Ο κίνδυνος της διασποράς παραπληροφόρησης είναι μεγάλος. Εξάιρεση δικαιολογείται στην περίπτωση Δημοσιογράφων που ειδικεύονται στη χρήση των social media για την επιβεβαίωση φημών μέσω crowdsourcing (άντληση πληροφοριών από χρήστες). Στην περίπτωση αυτή, υλικό που αποτελεί απλή φήμη θα πρέπει να παρουσιάζεται ξεκάθαρα ως τέτοιο. Το Μέσο πρέπει να έχει συγκεκριμένη πολιτική σχετικά με το εάν και υπό ποιες συνθήκες το ίδιο ή οι Δημοσιογράφοι του θα μπορούν να κάνουν tweet ή να «ποστάρουν» πληροφορίες που έχουν αποκαλυφθεί από άλλον δημοσιογραφικό οργανισμό ή από άλλο ρεπόρτερ. Η λύση θα ήταν να το κάνουν μόνο αν γνωρίζουν καλά τον

- Ο δημοσιογράφος αποφεύγει την εμπλοκή σε online λογομαχίες και οργισμένους διαλόγους με άλλους δημοσιογράφους ή μέλη του κοινού.
- Απευθύνεται πάντα με σεβασμό, δεν ξεπερνά τα όρια της ευπρέπειας στον δημόσιο λόγο και δεν παρασύρεται σε υβριστικούς χαρακτηρισμούς
- Ένθερμοι, πλην πολιτισμένοι, διάλογοι δεν αποκλείονται για δημοσιογράφους
- Ο δημοσιογράφος που έχει παρουσία στα social media εμφανίζεται πάντα επωνύμως, αναγράφοντας το ονοματεπώνυμο και το Μέσο για το οποίο εργάζεται
- Κοινοποιεί φήμες μόνο αν διευκρινίσει ότι πρόκειται για φήμες ή αν το θέμα παρουσιάζει ευρύτερο δημοσιογραφικό ενδιαφέρον, π.χ. το θιγόμενο πρόσωπο αντιδρά δημόσια για αυτές
- Κοινοποιεί ειδήσεις από άλλα Μέσα αλλά υπό όρους: αν είναι συμβατό με την πολιτική που τηρεί

ρεπόρτερ από τον οποίο προήλθαν οι πληροφορίες. Επίσης, αν η πηγή αναφέρεται και είναι αξιόπιστη. Αυτό το κάνουν μόνο αν το Μέσο τους έχει ήδη χρησιμοποιήσει την εν λόγω πληροφορία σε δικό του ρεπορτάζ. Όταν ένα επιφανές δημόσιο πρόσωπο, κυβερνητικός οργανισμός ή μια επιχείρηση κοινοποιεί απευθείας πληροφορίες μέσω κοινωνικών δικτύων είναι λογικό για τον δημοσιογράφο να αναπαράγει αυτή την πληροφορία, με κάποιους όμως περιορισμούς. Θα πρέπει να είναι βέβαιος ο δημοσιογράφος ότι ο λογαριασμός που εξετάζει είναι αυθεντικός. Η καλύτερη προσέγγιση είναι να ρωτήσει ο δημοσιογράφος κάποιον εκπρόσωπο, αν ο λογαριασμός είναι πραγματικός/αυθεντικός (και να το κάνει αυτό πριν «σκάσει» η είδηση). Όταν επιβεβαιώσει την αυθεντικότητα ενός λογαριασμού (account), ο δημοσιογράφος πρέπει να μάθει ότι μπορεί σχετικά με το ποιος διαχειρίζεται τον λογαριασμό. Θα μπορέσει να πάρει καλύτερες αποφάσεις αν μια διασημότητα ή αν ένας υπάλληλός του, για παράδειγμα, είναι αυτός που στην πραγματικότητα ποστάρει. Ο δημοσιογράφος οφείλει να προσέχει πολύ ασυνήθιστες αναρτήσεις, απρόσμενα λάθη γραμματικής ή απερίφραστα διατυπωμένες πολιτικές απόψεις, έξω από τα δόντια. Από δεοντολογικής άποψης, είναι θεμιτό για έναν δημοσιογράφο να μοιράζεται ειδήσεις στα social media, ωστόσο, θα χρειαστεί να αναλογιστεί όταν πρέπει να αποφασίσει αν θα περάσει την είδηση στα social media ή αν θα περιμένει έως ότου διανεμηθεί με κάποιον άλλο τρόπο. Ο δημοσιογράφος θα χρειαστεί να σκεφτεί ζητήματα ασφάλειας, που ενδέχεται να ανακύπτουν από την απόφασή του να αναρτήσει κάτι στα social media. Πηγές, απλοί πολίτες, πρωταγωνιστές του ρεπορτάζ ή και συνάδελφοι Δημοσιογράφοι μπορεί να τεθούν σε κίνδυνο από ένα απρόσεκτο tweet ή post, όπως, για παράδειγμα, αν αναφέρει την ακριβή τοποθεσία κάποιου Μέσα σε εμπόλεμη ζώνη ή αν αποκαλύπτει την ταυτότητα μιας πηγής που ρίσκαρε τη ζωή της για να παρέχει πληροφορίες στον ίδιο. Όταν ο δημοσιογράφος έχει την παραμικρή αμφιβολία ως προς αυτό, δεν θα πρέπει να κάνει οποιαδήποτε ανάρτηση. Σε κάθε περίπτωση, τα κοινωνικά δίκτυα δεν πρέπει να χρησιμοποιούνται για να «κόβει δρόμο» ο δημοσιογράφος στο ρεπορτάζ. Όταν ένα κομβικό

στο θέμα αυτό το Μέσο του, αν γνωρίζει καλά τον ρεπόρτερ που έχει κάνει την αποκάλυψη, αν αναγράφεται η πηγή ή αν η είδηση έχει αξιοποιηθεί και σε ρεπορτάζ του Μέσου στο οποίο εργάζεται

- Πριν αναρτήσει κάποια είδηση, αναλογίζεται ζητήματα ασφάλειας που μπορεί να ανακύπτουν όπως το να αποκαλύπτει την ταυτότητα μιας πηγής που σε αυτή την περίπτωση θα βρεθεί σε κίνδυνο ή την τοποθεσία κάποιου που βρίσκεται σε εμπόλεμη ζώνη
- Δεν χρησιμοποιεί τις πληροφορίες που βρίσκει στα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης για να «κερδίσει έδαφος» στο ρεπορτάζ. Παίρνει το έναυσμα, αλλά επιδιώκει περαιτέρω απευθείας επαφή για πιο αξιόπιστη και ολοκληρωμένη πληροφόρηση
- Ακολουθεί ή «κάνει friend» πηγές, αλλά φροντίζει να είναι ισομερώς και από τις δύο πλευρές ενός θέματος. Αποφεύγει τα αιτήματα φιλίας σε ανώνυμες/κρυφές πηγές,

ερώτημα σε ένα θέμα απαντάται μόνο εν μέρει ή εμμέσως από το tweet ενός κυβερνητικού αξιωματούχου, ο δημοσιογράφος δεν πρέπει να συμβιβάζεται ή να αρκείται σε αυτό. Πρέπει να βρει τον ίδιο τον αξιωματούχο και να μάθει περισσότερα. Ο συντάκτης οφείλει να προσπαθήσει να ακολουθεί ή έστω να επιχειρήσει να κάνει αίτημα «friend» σε ανθρώπους και από τις δύο πλευρές ενός αμφιλεγόμενου θέματος, για να αποφύγει να κατηγορηθεί για μεροληψία. Για τον Οργανισμό, η σύνδεση των εργαζομένων σε κοινωνικά δίκτυα, όπως το Twitter, το Facebook ή το LinkedIn, θεωρείται κεντρικής σημασίας και άρα η ελεύθερη επιλογή στα αιτήματα φιλίας ενθαρρύνεται. Το να «ακολουθεί» κανείς συναδέλφους στο ίδιο newsroom σε δίκτυα, όπως το Twitter, θεωρείται γενικώς θεμιτό καθώς το «follow» είναι μια μονόπλευρη ενέργεια, που δεν προϋποθέτει έγκριση του άλλου. Οτιδήποτε αναρτάται σε ένα κοινωνικό δίκτυο είναι δημόσιο. Ακόμα και τα περιεχόμενα σε ιστοσελίδες που προστατεύονται από τη χρήση password μπορούν να αποκαλυφθούν από κάποιον που έχει πρόσβαση. Ως αποτέλεσμα, κάποιοι ρεπόρτερ πιστεύουν πως όποιος «ποστάρει» στα κοινωνικά δίκτυα δεν περιμένει οι αναρτήσεις του να είναι στ' αλήθεια ιδιωτικές, ανεξάρτητα από το τι ρυθμίσεις ιδιωτικότητας έχει επιλέξει ή πόσους λίγους φίλους/ακολουθούς έχει. Οι Δημοσιογράφοι, αν επιθυμούν να παραθέσουν λέξη προς λέξη ένα post που κοινοποιήθηκε σε πολύ μικρό αριθμό ανθρώπων, έχουν την υποχρέωση να επικοινωνήσουν με αυτόν που έκανε την ανάρτηση και τουλάχιστον να τον ενημερώσουν ότι σκοπεύουν να παραθέσουν αποφθεγματικά το εν λόγω post. Επίσης, είναι αναγκαίο να επιβεβαιώσουν πρώτα ότι η ανάρτηση που αναπαράγουν αντανακλά τον γενικότερο τόνο/ύφος των αναρτήσεων του συγκεκριμένου χρήστη. Σε κάθε περίπτωση, οι Δημοσιογράφοι όταν παραθέτουν περιεχόμενο από αναρτήσεις στα κοινωνικά δίκτυα, θα πρέπει να αποσαφηνίζουν ότι προέρχεται από συγκεκριμένο κοινωνικό δίκτυο. Τη διαχείριση των εταιρικών λογαριασμών των Μέσων στα social media την αναλαμβάνουν στελέχη με συγκεκριμένη εξουσιοδότηση και βάσει συγκεκριμένης εταιρικής πολιτικής και καθοδήγησης.

καθώς η κίνηση αυτή μπορεί να προδώσει την εμπιστευτική σχέση

- Ενθαρρύνεται η σύνδεση μέσω social media συναδέλφων στο ίδιο Μέσο ή newsroom, ειδικά όταν αυτό γίνεται σε κοινωνικά δίκτυα που δεν προϋποθέτουν αποδοχή ή ανταπόδοση (όπως, π.χ., το twitter). Ενδείκνυται να αποφεύγεται από προϊσταμένους προς υφισταμένους
- Αν ο δημοσιογράφος παραθέσει tweet ή post άλλου προσώπου, τον ενημερώνει σε περίπτωση που αυτό έχει κοινοποιηθεί σε λίγα άτομα (σεβασμός σε ρυθμίσεις απορρήτου/ιδιωτικότητας) και αναφέρει πάντα ότι προέρχεται από κοινωνικό δίκτυο
- Όταν γίνεται λάθος, ο δημοσιογράφος υποχρεούται να προβαίνει σε διόρθωση
- Σταθμίζει τις επιπτώσεις ενός ριπόρτ ή μπλοκ σε κάποιον συνομιλητή του.

11. Εμπιστευτικότητα στις Πηγές

Οι διευθυντές σύνταξης οφείλουν να συζητούν με το προσωπικό τους και να προσπαθούν να επιτύχουν έναν συγκεκριμένο βαθμό συνέπειας ως προς το πώς και γιατί μπορούν οι Δημοσιογράφοι του Οργανισμού να παράσχουν εμπιστευτικότητα σε μια πηγή. Οι πηγές που δεν ονοματίζονται αποκαλούνται «ανώνυμες πηγές» ή υπάρχει η εξήγηση στο δημοσίευμα ότι η πηγή ζήτησε την «ανωνυμία» της. Αλλά αυτός ο όρος μπορεί να είναι παραπλανητικός ή ακόμη και ανακριβής, με τρόπους που υπονομεύουν την αξιοπιστία του φορέα. Η αλήθεια είναι πως λίγες ειδήσεις χρησιμοποιούν πληροφορίες από αληθινά ανώνυμες πηγές: ανθρώπους, δηλαδή, των οποίων οι ταυτότητες είναι άγνωστες, τόσο στον δημοσιογράφο όσο και στον ειδησεογραφικό οργανισμό. Εάν οι Δημοσιογράφοι δημοσιεύσουν μία πληροφορία από ανώνυμη πηγή, μπορούν να τη χρησιμοποιήσουν ως ένα σημείο εκκίνησης για ανεύρεση αξιόπιστων πηγών (ακόμη και σε καθεστώς ανωνυμίας), πάνω στις οποίες θα μπορέσουν να βασίσουν την ιστορία τους. Η κατάχρηση όρων όπως «εμπιστευτικές», «ανώνυμες» ή «άγνωστες πηγές» πλήττει πιθανά την αξιοπιστία του/της δημοσιογράφου και σε καμιά περίπτωση δεν τον καθιστά ακριβή ως προς αυτό που λέει. Επομένως, θα πρέπει να αποφεύγει τη συχνή χρήση τέτοιων όρων. Οι Δημοσιογράφοι που χρησιμοποιούν πηγές, χωρίς να τις κατονομάζουν, συνήθως τις γνωρίζουν καλά. Εάν πρόκειται για πηγές που δεν έχουν χρησιμοποιήσει ποτέ κατά το παρελθόν, συστήνεται να τους θέτουν εξαντλητικές κι εκτεταμένες ερωτήσεις σχετικά με το πώς γνωρίζουν αυτό που διηγούνται και για ποιο λόγο δεν μπορούν να μιλήσουν δημοσίως. Οι Δημοσιογράφοι μπορούν, επίσης, να κάνουν έρευνα αναφορικά με την αξιοπιστία και τα διαπιστευτήρια των εν λόγω πηγών, για να μπορέσουν να κρίνουν την ακρίβεια και την ορθότητα των όσων αυτές ισχυρίζονται. Εξαιτίας της δέσμευσης των Δημοσιογράφων έναντι των πηγών τους για εμπιστευτικότητα, συνήθως δεν μπορούν να τις επαληθεύσουν ρωτώντας άλλες πηγές σχετικά με την αξιοπιστία τους. Ορισμένες φορές, όμως, μια εμπιστευτική πηγή μπορεί να φέρει τον δημοσιογράφο σε επαφή με μια αξιόπιστη δική του επαφή, ώστε η

- Οι σχέσεις μεταξύ των Δημοσιογράφων και των πηγών τους απαιτούν εμπιστοσύνη. Η πηγή πρέπει να εμπιστευτεί τον δημοσιογράφο, ώστε αυτός να καταλάβει την ιστορία και να τη μεταδώσει με ακριβή και δίκαιο τρόπο
- Οι Δημοσιογράφοι πρέπει να είναι σε θέση να εμπιστευτούν την πηγή ότι τους λέει την αλήθεια
- Ο διευθυντής σύνταξης αποφασίζει τη στάση του Μέσου απέναντι στις ανώνυμες πηγές
- Όταν οι Δημοσιογράφοι συζητάνε για εμπιστευτικότητα, θα πρέπει να είναι συγκεκριμένοι αναφορικά με τους όρους της συμφωνίας και το τι κατανοεί ως τέτοια η άλλη πλευρά
- Να βεβαιώνονται ότι η πηγή καταλαβαίνει ότι θα χρειαστούν έγγραφα και άλλες επίσημες πηγές, που να επιβεβαιώνουν την πληροφορία
- Εάν μπορούν να αποδώσουν σε μια πηγή

δεύτερη να μπορεί να εγγυηθεί για την αξιοπιστία της πρώτης. Άλλες φορές, μια πηγή που εμπιστεύεται ο δημοσιογράφος ενδέχεται να του προτείνει να επικοινωνήσει με τρίτο πρόσωπο που αιτείται την εμπιστευτικότητα, δηλαδή μια πηγή που ζητάει να διατηρήσει την ανωνυμία της. Προτού ένας δημοσιογράφος παράσχει εμπιστευτικότητα, θα πρέπει να κάνει μια λεπτομερή συζήτηση για τους λόγους σχετικά με τους οποίους η πηγή αποφεύγει να αναλάβει επισήμως την ευθύνη όσων υποστηρίζει, πράγμα το οποίο συμβαίνει ακριβώς όταν ο δημοσιογράφος δεν την κατονομάζει. Συστήνεται στον δημοσιογράφο να εξηγήσει στην πηγή του ότι τα κείμενά του και οι πηγές του κερδίζουν σε αξιοπιστία όταν χρησιμοποιεί τα ονόματα Μέσα σ' αυτά, καθώς και να προσπαθήσει να αποκτήσει μια ενδελεχή κατανόηση των κινήτρων που οδηγούν την πηγή να αποκαλύψει αυτά που θέλει. Μερικές φορές, η συζήτηση αυτή αποκαλύπτει ότι η πηγή δεν είναι αρκετά σίγουρη γι' αυτό που λέει, ώστε να το υποστηρίξει κι επισήμως. Ίσως η πηγή να μη μοιράζεται πληροφόρηση από πρώτο χέρι, οπότε, σε αυτή την περίπτωση, πρέπει να της ζητήσει να τον βοηθήσει, ώστε να έρθει σε επαφή με την αρχική πηγή προέλευσης της πληροφορίας. Ο δημοσιογράφος μπορεί να χτίσει σχέσεις αξιοπιστίας με την πηγή, λέγοντας ότι δεν χρησιμοποιεί πηγές από δεύτερο χέρι και να ζητήσει τη βοήθεια αυτού του ατόμου να του αποκαλύψει ή/και να τον οδηγήσει στην αρχική πηγή. Εάν ο λόγος που η πηγή ζητά εμπιστευτικότητα είναι αστήρικτος, ο δημοσιογράφος πρέπει να πιέσει την πηγή και να δει εάν και κατά πόσον μπορεί να την πείσει να μιλήσει δημοσίως. Καλό είναι οι Δημοσιογράφοι να είναι πρόθυμοι να εγκαταλείψουν μια πηγή, της οποίας ο λόγος που ζητάει εμπιστευτικότητα είναι τόσο αβάσιμος, ώστε τους κάνει να αμφιβάλουν για την αξιοπιστία της. Ο δημοσιογράφος μπορεί να ρωτήσει την πηγή, ποιος άλλος ενδέχεται να κατέχει τη συγκεκριμένη πληροφορία ή εάν και κατά πόσον υπάρχουν σχετικά έγγραφα. Εάν η πηγή του παράσχει τα έγγραφα, δεν χρειάζεται ποτέ να ονοματίσει την πηγή ή να κάνει χρήση μιας ανώνυμης πηγής. Απλώς παραθέτει τα έγγραφα. Σημαντικό είναι να μάθει ο δημοσιογράφος εάν η πηγή είχε νόμιμη πρόσβαση σε αυτά ή εάν αποτελούν προϊόν κλοπής και ποιος είναι ο βαθμός εγκυρότητάς τους. Εάν κάποιος

μια πληροφορία, καλούνται να συζητήσουν μαζί της το πώς θα αναφέρονται σε αυτήν και να αποφύγουν να συμφωνήσουν σε μια περιγραφή που θα ήταν ανακριβής ή παραπλανητική

- Ένας ευρύς και γενικός χαρακτηρισμός (π.χ. μια «κυβερνητική πηγή») είναι καλύτερος από έναν άλλον, που είναι παραπλανητικός
- Συστήνεται στους δημοσιογράφους να διαπραγματευτούν τι μπορούν να πουν σχετικά με το πώς γνωρίζει αυτό το πρόσωπο την πληροφορία (πχ «σύμφωνα με πρόσωπο που διάβασε την έκθεση»)
- Οι Δημοσιογράφοι θα πρέπει να έχουν συζητήσει με τους διευθυντές σύνταξης το τι θα συμβεί εάν η πηγή ψεύδεται
- Θα πρέπει να αποφασίσουν εάν είναι διατεθειμένοι να αποκαλύψουν μία πηγή, που τους έχει πει ψέματα
- Να έχουν κατά νου ότι, μερικές φορές, μια πηγή μπορεί να έχει παραπληροφορηθεί η ίδια. Ωστόσο, μια κακή

άλλος διαθέτει τη συγκεκριμένη πληροφορία, ο δημοσιογράφος μπορεί να ανιχνεύσει εάν το πρόσωπο αυτό επιθυμεί να μιλήσει ανοιχτά κι επωνύμως. Εάν ένα πρόσωπο είναι η μοναδική πηγή πληροφόρησης για μια συγκεκριμένη είδηση, τότε ο δημοσιογράφος θα είχε έναν λόγο παραπάνω, ώστε να του παράσχει εμπιστευτικότητα. Εάν η πληροφορία δεν φαίνεται και τόσο σημαντική, ο δημοσιογράφος καλείται να πει στην πηγή ότι δεν επιθυμεί να μιλήσει μαζί της, εκτός κι αν αυτή δηλώσει πρόθυμη να τοποθετηθεί δημοσίως. Να πει στην πηγή ότι θα ήθελε να ακούσει την πληροφορία για λόγους παρασκηνίου, αλλά πως είναι απίθανο να τη χρησιμοποιήσει χωρίς να υπάρχει κάποιο όνομα. Αυτό ενδεχομένως θα τον βοηθήσει να καταλάβει το θέμα καλύτερα ή θα τον οδηγήσει σε μια άλλη πηγή. Η αξία μιας γνώμης εξαρτάται απολύτως από το πρόσωπο που την εκφράζει. Ένα πρόσωπο που ασκεί κριτική σε άλλους και δεν υποστηρίζει επώνυμα τη γνώμη του, πρέπει να κάνει τον δημοσιογράφο να μη δημοσιεύει τέτοιες γνώμες. Οι Δημοσιογράφοι πρέπει να είναι πιο πρόθυμοι να παράσχουν εμπιστευτικότητα σε μια πηγή που προσέγγισαν οι ίδιοι και είναι διστακτική ως προς το να τους μιλήσει, παρά σε μια πηγή που τους πλησιάζει με πληροφορίες, τις οποίες πιστεύει ότι θα δημοσιεύσουν. Οι Δημοσιογράφοι θα πρέπει να είναι πιο πρόθυμοι να παράσχουν εμπιστευτικότητα σε μια ευάλωτη πηγή παρά σε μια άλλη, πιο ισχυρή. Ωστόσο, πρέπει να έχουν κατά νου ότι η ισχύς και η αδυναμία είναι δύο έννοιες «σχετικές». Κάποιοι αξιωματούχοι κάνουν κατάχρηση της εξουσίας τους, διαρρέοντας πληροφορίες για λόγους πολιτικής σκοπιμότητας. Οι Δημοσιογράφοι δεν θα πρέπει να είναι ανεκτικοί απέναντι σε ισχυρούς ανθρώπους, που προσπαθούν να αποφύγουν τη λογοδοσία και να πετύχουν αυτό στο οποίο στοχεύουν, κρυπτόμενοι πίσω από δημοσιογράφους. Τα ηλεκτρονικά ίχνη εντοπίζονται εύκολα και όλες οι τεχνικές κρυπτογράφησης μπορούν πολύ εύκολα να αρθούν. Στη σημερινή εποχή, ένας δημοσιογράφος που υπόσχεται παροχή εμπιστευτικότητας θα πρέπει να γνωρίζει τις δυνατότητες της σύγχρονης τεχνολογίας κρυπτογράφησης και χρειάζεται να έχει προηγηθεί συζήτηση με τον διευθυντή σύνταξης για του κατάλληλους τρόπους επικοινωνίας ανάμεσα σε αυτόν και την πηγή του, κι αν αυτοί θα συμπεριλαμβάνουν

πληροφορία δεν συνιστά πάντα ένα ψέμα

- Αντικείμενο συζήτησης πρέπει, επίσης, να αποτελέσει το τι θα συμβεί εάν κλητευθεί ο δημοσιογράφος να καταθέσει, ακόμη και ως κατηγορούμενος, σε δικαστήριο
- Όταν ισχυροί άνθρωποι (πολιτικοί και οικονομικοί παράγοντες) μιλούν με δημοσιογράφους σε παρασκηνακές ενημερώσεις, όπου συζητούν θέματα υπό τον όρο ότι δεν θα αποκαλυφθεί η ταυτότητά τους, η δέουσα αντίδραση είναι να προσπαθούν να πείσουν την πηγή να πει αυτά που έχει να πει επισήμως
- Οι Δημοσιογράφοι θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα φειδωλοί όταν μεταφέρουν δηλώσεις εκπροσώπων, χωρίς να χρησιμοποιούν τα ονόματά τους
- Εάν οι πηγές είναι εκπρόσωποι και μιλούν εκ μέρους ενός αξιωματούχου, ενός οργανισμού ή μιας εταιρείας, θα πρέπει να τοποθετούνται επισήμως

κάποιας ηλεκτρονικής μορφής επικοινωνία. Η πηγή πρέπει να εμπιστευτεί τον δημοσιογράφο, ώστε αυτός να καταλάβει την ιστορία και να τη μεταδώσει με ακριβή και δίκαιο τρόπο. Από την άλλη, ο δημοσιογράφος πρέπει να είναι σε θέση να εμπιστευτεί την πηγή ότι του λέει την αλήθεια. Πολλές ιστορίες που βασίζονται σε ανώνυμες πηγές, είναι ιστορίες που κάποτε θα δημοσιευτούν. Είναι πιθανόν να δημοσιευτεί τελικά μια ιστορία, εκτός εάν ο δημοσιογράφος ή ο διευθυντής σύνταξης αποφασίσει να κρατάει εν γένει μια σκληρή στάση απέναντι στις ανώνυμες πηγές. Το ζητούμενο κάθε φορά δεν είναι η εφήμερη επιτυχία, αλλά το μήνυμα που μεταφέρεται στους αναγνώστες και το οποίο, ουσιαστικά, κρίνει και την αξιοπιστία, τόσο του/της δημοσιογράφου όσο και του Μέσου. Όταν οι Δημοσιογράφοι συζητάνε για εμπιστευτικότητα, θα πρέπει να είναι συγκεκριμένοι αναφορικά με τους όρους της συμφωνίας και τι κατανοεί ως τέτοια η άλλη πλευρά. Να βεβαιωθούν ότι η πηγή καταλαβαίνει ότι θα χρειαστούν έγγραφα και άλλες επίσημες πηγές, που να επιβεβαιώνουν την πληροφορία. Εάν μπορούν να αποδώσουν σε μια πηγή μια πληροφορία, καλούνται να συζητήσουν πώς θα αναφέρονται σε αυτήν και να αποφύγουν να συμφωνήσουν σε μια περιγραφή που θα ήταν ανακριβής ή παραπλανητική. Ένας ευρύς και γενικός χαρακτηρισμός (π.χ. μια «κυβερνητική πηγή») είναι καλύτερος από έναν άλλον, που είναι παραπλανητικός. Συστήνεται στους δημοσιογράφους να διαπραγματευτούν το τι μπορούν να πουν σχετικά με το πώς γνωρίζει αυτό το πρόσωπο την πληροφορία (πχ σύμφωνα με πρόσωπο που διάβασε την έκθεση). Οι Δημοσιογράφοι θα πρέπει να έχουν συζητήσει με τους διευθυντές σύνταξης το τι θα συμβεί εάν η πηγή ψεύδεται. Θα ήταν διατεθειμένοι να αποκαλύψουν μία πηγή, που τους έχει πει ψέματα; Καλό είναι να έχουν κατά νου ότι, μερικές φορές, μια πηγή μπορεί να έχει παραπληροφορηθεί η ίδια. Ωστόσο, μια κακή πληροφορία δεν συνιστά πάντα ένα ψέμα. Αντικείμενο συζήτησης πρέπει, επίσης, να αποτελέσει το τι θα συμβεί εάν κλητευθεί ο δημοσιογράφος να καταθέσει, ακόμη και ως κατηγορούμενος, σε δικαστήριο. Μερικές φορές, ισχυροί άνθρωποι (πχ πολιτικοί) μιλούν με δημοσιογράφους σε παρασκηνιακές ενημερώσεις, όπου συζητούν θέματα υπό τον όρο ότι δεν θα αποκαλυφθεί η ταυτότητά τους. Οι ρεπόρτερ πρέπει

- Μια σπάνια εξαίρεση είναι όταν ο εκπρόσωπός τους παρέχει πληροφόρηση, η οποία δεν σχετίζεται άμεσα με τον ίδιο ή τον Οργανισμό που εκπροσωπεί
- Στο τέλος μιας συνέντευξης, ο δημοσιογράφος πρέπει να ζητεί ξανά από τις πηγές εάν θέλουν να τοποθετηθούν επίσημα για μέρος ή για το σύνολο αυτών που είπαν.

να ενίστανται με σθένος όταν μια πηγή θέλει να ενημερώσει μια ομάδα Δημοσιογράφων στο παρασκήνιο και να προσπαθούν να πείσουν την πηγή να πει αυτά που έχει να πει επισήμως. Οι Δημοσιογράφοι θα πρέπει να είναι ιδιαίτερα φειδωλοί όταν μεταφέρουν δηλώσεις εκπροσώπων, χωρίς να χρησιμοποιούν τα ονόματά τους. Εάν μιλούν εκ μέρους ενός αξιωματούχου, ενός οργανισμού ή μιας εταιρείας, θα πρέπει να τοποθετούνται επισήμως. Μια σπάνια εξαίρεση είναι όταν ο εκπρόσωπός τους παρέχει πληροφόρηση, η οποία δεν σχετίζεται άμεσα με τον ίδιο ή τον Οργανισμό που εκπροσωπεί.

12. Αξιοπιστία και Απόδοση

Το να εξετάζει ο δημοσιογράφος με κριτική ματιά το κατά πόσον μια πηγή είναι αξιόπιστη, είναι σημαντικό, τόσο στο αρχικό στάδιο της έρευνας όσο και κατά τη διάρκεια της τελικής αξιολόγησης και της παραγωγικής διαδικασίας. Είναι σημαντικό να υπάρχει επίγνωση της θέσης, της οπτικής γωνίας και της αντίληψης που έχει η πηγή σε σχέση με το θέμα και να διακρίνονται η ανεπάρκεια ή οι τυχόν αντιφάσεις στα όσα ισχυρίζεται η πηγή. Τα social media είναι σημαντικό πεδίο για την εξόρυξη πληροφοριών, τον εντοπισμό πηγών και την ανεύρεση φωτογραφιών και βίντεο. Ιδιαίτερη προσοχή απαιτείται στη χρήση υλικού από περιεχόμενο χρηστών και όχι Δημοσιογράφων, με πρωταρχικό μέλημα την επιβεβαίωση και τον εντοπισμό της αυθεντικής πηγής. Στη συνέχεια, ο δημοσιογράφος οφείλει να ζητήσει άδεια χρήσης του υλικού και άδεια για την αναφορά των στοιχείων της πηγής, η οποία πρέπει να γίνει σε κάθε περίπτωση. Η αναφορά στην πηγή πρέπει να είναι σαφής και λεπτομερής (π.χ. όνομα, τίτλος/βαθμός, Οργανισμός από τον οποίο προέρχεται ή ο συσχετισμός της πηγής με το θέμα). Στην περίπτωση ανώνυμων πηγών, η αναφορά σε αυτές θα πρέπει να παρέχει όσο το δυνατόν περισσότερες πληροφορίες απόδειξης της εγκυρότητας. Ρεπορτάζ από άλλους ειδησεογραφικούς οργανισμούς, τα οποία βασίζονται σε ανώνυμες πηγές, απαιτούν

- Οι Δημοσιογράφοι εξακριβώνουν την αξιοπιστία της πηγής και αποδίδουν τις πληροφορίες με σαφή τρόπο
- Απαραίτητη είναι η επίγνωση της θέσης, της οπτικής γωνίας και της αντίληψης που έχει η πηγή σε σχέση με το θέμα και η διάκριση ανεπαρκειών ή/και αντιφάσεων στα όσα ισχυρίζεται η πηγή
- Κατά την αναζήτηση πηγών, οι Δημοσιογράφοι λαμβάνουν υπόψη ότι οι «δεξαμενές» στις οποίες ψάχνουν (π.χ. social media) μπορεί να περιορίζουν εξ ορισμού το δείγμα των απόψεων που συλλέγονται. Αναζητούν

προσεκτική αντιμετώπιση από τον δημοσιογράφο, ιδίως όταν πρόκειται να τα χρησιμοποιήσει στο δικό του θέμα. Οι βασικοί κανόνες για το υλικό που αποκτάται από ανώνυμες πηγές ισχύουν κι εδώ με τον ίδιο τρόπο. Το υλικό θα πρέπει να αφορά σε γεγονότα. Το θέμα θα πρέπει να είναι πράγματι σημαντικό και να συνιστά είδηση, άξια να δημοσιευτεί. Η χρήση υλικού από τέτοιες πηγές θα πρέπει να φέρει την έγκριση του διευθυντή σύνταξης. Το θέμα θα πρέπει να είναι ισορροπημένο και ο δημοσιογράφος να αναζητεί σχολιασμό από άλλες πηγές επί των παραμέτρων που περιγράφει σε αυτό. Επιπλέον, προτού ο δημοσιογράφος ξεκινήσει ένα τέτοιο θέμα, οφείλει να προχωρήσει σε μια καλόπιστη προσπάθεια να φέρει την πληροφορία στο φως επώνυμα και επίσημα ή να την επιβεβαιώσει από δικές του πηγές. Δεν θα πρέπει να διστάζει να «παγώνει» το θέμα του, εφόσον ο ίδιος έχει αμφιβολίες για το είδος των πληροφοριών που έχει στην κατοχή του. Εάν, τελικά, το υλικό αυτό χρησιμοποιηθεί, θα πρέπει να αποδοθεί στο πρόσωπο που το δημοσίευσε και να γίνει αναφορά στην περιγραφή της θέσης που κατέχει η ανώνυμη πηγή. Ο δημοσιογράφος εξακριβώνει την αξιοπιστία της πηγής και αποδίδει τις πληροφορίες με σαφή τρόπο. Κατά την αναζήτηση πηγών, ο δημοσιογράφος λαμβάνει υπόψη ότι οι «δεξαμενές» στις οποίες ψάχνει (π.χ. Social media) μπορεί να περιορίζουν εξ ορισμού το δείγμα των απόψεων που συλλέγει. Αναζητεί και εναλλακτικούς τρόπους για να καλύψει το μεγαλύτερο δυνατό εύρος διαφορετικών απόψεων.

και εναλλακτικούς τρόπους για να καλύψουν το μεγαλύτερο δυνατό εύρος διαφορετικών απόψεων

- Εξετάζουν πάντα την προέλευση της πληροφορίας -αν η πηγή τους τη γνωρίζει από πρώτο χέρι. Αν όχι, εξετάζουν αν η αρχική πηγή είναι αξιόπιστη και ενημερωμένη
- Δίνουν μεγάλη σημασία στη σωστή αναφορά στην πηγή με -όσο το δυνατόν- πιο ακριβή διατύπωση. Στην περίπτωση ανώνυμης πηγής, περιγράφουν τη σχέση της με το θέμα
- Η χρήση ανώνυμων πηγών πρέπει να αποφεύγεται, εκτός αν πρόκειται για μια αξιόπιστη πηγή που προσφέρει ζωτικές πληροφορίες για την εξέλιξη της έρευνας και την κάλυψη του θέματος

13. Συνεντεύξεις και τρόπος διεξαγωγής τους

Η ένταξη των νέων τεχνολογιών και οι δυνατότητες που έχουν προσθέσει στη δημοσιογραφική λειτουργία, δημιουργούν ένα νέο σκηνικό στον τρόπο εκτέλεσης των συνεντεύξεων. Βασικοί κανόνες για συνεντεύξεις: α) On the record: Οι πληροφορίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν χωρίς επιφυλάξεις, αναφέροντας την πηγή με βάση το όνομα. β) Off the record: Οι πληροφορίες δεν μπορούν να χρησιμοποιηθούν για

- Το σωστό θα είναι ο δημοσιογράφος να αναφέρει στο κοινό ποια χρονική στιγμή έχει πραγματοποιηθεί η συνέντευξη και με ποιο μέσο, ώστε να είναι προφυλαγμένος σε

δημοσίευση. γ) Background: Οι πληροφορίες μπορούν να δημοσιευθούν, αλλά μόνο υπό όρους ανωνυμίας που έχουν συμφωνηθεί με την πηγή. δ) Deep Background: Οι πληροφορίες μπορούν να χρησιμοποιηθούν, αλλά χωρίς απόδοση. Η πηγή δεν θέλει να προσδιοριστεί με κανέναν τρόπο, ακόμη και υπό την προϋπόθεση της ανωνυμίας. Σημαντικό ζήτημα είναι κατά πόσον χρειάζεται να αποκαλυφθεί ο πλήρης σκοπός της συνέντευξης, ακόμη και κατά τη διάρκειά της. Εάν κάποια δήλωση ή σχόλιο του συνεντευξιαζόμενου κατά τη διάρκεια μιας συνηθισμένης φαινομενικά ανταλλαγής πληροφοριών είναι η «δήλωση κλειδί», την οποία προσπαθεί να αλιεύσει ο δημοσιογράφος, ο ερωτώμενος μπορεί να αισθανθεί ότι εξαπατήθηκε. Ένας τρόπος για να αποφευχθεί αυτό το ενδεχόμενο, είναι να ενημερωθεί η πηγή πριν από τη δημοσίευση, ώστε να γνωρίζει ότι η δήλωση θα χρησιμοποιηθεί, χωρίς να υπάρχουν περιθώρια άρνησης από πλευράς της. Συνεντευξιαζόμενοι, οι οποίοι έχουν τραυματικές εμπειρίες, χρήζουν ειδικής μεταχείρισης, και πρέπει να επιδεικνύονται η ανάλογη ευαισθησία και διακριτικότητα και όχι κανιβαλισμός στο όνομα της είδησης. Οι Δημοσιογράφοι πρέπει να προτιμούν να μην πάρουν συνέντευξη από άτομα που βρίσκονται ακόμη σε κατάσταση σοκ ή δεν έχουν ξεπεράσει μια τραυματική εμπειρία. Σε οποιαδήποτε περίπτωση, πρέπει να ακολουθούνται αυστηρά οι κανόνες περί προστασίας του θύματος.

περίπτωση
διαφοροποιήσεων των
αρχικών δηλώσεων του
συνεντευξιαζόμενου (μέσω
e-mail, «είπε σε μια
συνομιλία Skype» κ.λπ., η
συνέντευξη έγινε
τηλεφωνικά)

- Αν δεν αναφερθεί από πλευράς συνεντευξιαζόμενου η απαγόρευση δημοσιοποίησης μιας πληροφορίας, ο δημοσιογράφος έχει κάθε δικαίωμα να την εντάξει στο ρεπορτάζ του

14. Αποσπάσματα Λόγου

Η χρήση αποσπασμάτων από τα λόγια κάποιου προσώπου είναι καθημερινή πρακτική στη σύγχρονη δημοσιογραφία. Συμβαίνει, είτε με τη μορφή παράθεσης λόγων και δηλώσεων μιας πηγής είτε με αποσπάσματα από συνέντευξη που παραχώρησε μια επίσημη πηγή. Το να χρησιμοποιείς τα λόγια κάποιου σωστά δεν είναι και τόσο απλό. Η επιλογή και η «εξαγωγή» μιας φράσης μπορεί να είναι υποκειμενική υπόθεση. Στα ψηφιακά Μέσα το πρόβλημα μπορεί να λυθεί με

- Οι Δημοσιογράφοι δεν προτιμούν τις αποσπασματικές και «πειραγμένες» φράσεις
- Την ευθύνη για τις αλλαγές έχει ο δημοσιογράφος. Να είναι έτοιμος να παράσχει

υπερσυνδέσμους, που οδηγούν στο σύνολο των λόγων κάποιου προσώπου. Ωστόσο, τα αποσπάσματα λόγου που εντάσσονται σε διαφορετικό θεματικό πλαίσιο, ή και διαφορετικό χρονικό πλαίσιο, είναι μία από τις σοβαρές πληγές της δημοσιογραφίας. Ιδανικά οι Δημοσιογράφοι δεν προτιμούν τις αποσπασματικές, ούτε τις πειραγμένες φράσεις. Αντιστέκονται στις αλλαγές, εκτός αν είναι απαραίτητο. Αυτή η στρατηγική θα τους αποτρέψει από το να συνηθίσουν να είναι όλο και πιο χαλαροί με τις ρήσεις. Πρέπει να έχει την ευθύνη για τις αλλαγές ο δημοσιογράφος. Να είναι έτοιμος να παράσχει μια καλή δικαιολογία για οποιαδήποτε αλλαγή. Να διαλέξει μια άλλη φράση. Εάν μια φράση χρειάζεται περισσότερη διόρθωση, ο δημοσιογράφος πρέπει να σκεφτεί να χρησιμοποιήσει μια άλλη παράφραση/έκφραση στη θέση της. Να μην κάνει αλλαγές που μεταβάλλουν το νόημα της φράσης ή δίνουν στο κοινό μια διαφορετική αντίληψη του τι ειπώθηκε ή ποια ήταν πραγματικά η πρόθεση του ομιλητή. Να προσέχει πάντα να δημοσιεύει το θεματικό πλαίσιο και τον χρόνο εντός των οποίων ειπώθηκε κάτι. Να επισυνάπτει πρόσθετη πληροφόρηση για το σύνολο του λόγου του υποκειμένου στο οποίο αναφέρεται το απόσπασμα.

μια καλή δικαιολογία για οποιαδήποτε αλλαγή

- Εάν μια φράση χρειάζεται περισσότερη διόρθωση, ο δημοσιογράφος πρέπει να σκεφτεί να χρησιμοποιήσει μια άλλη στη θέση της
- Να μην κάνει αλλαγές που μεταβάλλουν το νόημα της φράσης ή δίνουν στο κοινό μια διαφορετική αντίληψη του τι ειπώθηκε ή ποια ήταν πραγματικά η πρόθεση του ομιλητή
- Να προσέχει πάντα το πλαίσιο και τον χρόνο στα οποία ειπώθηκε κάτι
- Να επισυνάπτει πρόσθετη πληροφόρηση για το σύνολο του λόγου του υποκειμένου στο οποίο αναφέρεται το απόσπασμα

15. Φωτογραφίες και βίντεο - Λήψη και επεξεργασία

Η δύναμη της εικόνας μπορεί να δελεάσει τον δημοσιογράφο, αλλά υποκρύπτονται πάντα οι κίνδυνοι της αλλοίωσης-παραποίησης του υλικού ή της παρερμηνείας μιας στιγμιαίας εικόνας ή της παραβίασης της ιδιωτικής ζωής. Ο Οργανισμός δεν επιτρέπει τη δημοσιοποίηση σε «πειραγμένες» φωτογραφίες και πλάνα «κομμένα και ραμμένα». Είναι αποδεκτό το «καθάρισμα» των φωτογραφιών από μικρο-ατέλειες αλλά πέραν αυτού, δεν δέχεται να είναι η φωτογραφία προϊόν κάποιου λογισμικού επεξεργασίας εικόνων. Στην περίπτωση που γίνει παρέμβαση σε κρίσιμες

- Αν ο φωτογράφος ή ο οπερατέρ που παρίσταται και καταγράφει σκηνή βίας συνειδητοποιεί ότι μπορεί το υλικό του να χρησιμοποιηθεί προπαγανδιστικά, καλό είναι να απομακρύνεται και να τραβά πιο μακρινά πλάνα

λεπτομέρειες της φωτογραφίας ή του βίντεο και αυτό αποκαλυφθεί, το διακύβευμα είναι η αξιοπιστία. Μια παράμετρος που προκύπτει από την εξέλιξη της επεξεργασίας της εικόνας είναι κατά πόσον είναι αποδεκτές παρεμβάσεις, όπως να απεικονίζονται μαζί δύο άνθρωποι που δεν συναντήθηκαν ποτέ ή να εμφανίζεται ένα πρόσωπο σε ένα περιβάλλον, στο οποίο ουδέποτε βρέθηκε στην πραγματικότητα. Σε αυτές τις περιπτώσεις, συστήνεται να γίνεται με ρητό τρόπο η επεξήγηση για την επεξεργασία που έχει υποστεί η φωτογραφία. Ακόμα και σε περιπτώσεις που απαιτείται να θολωθεί το πρόσωπο του ατόμου που απεικονίζεται, ώστε να προστατευτεί η ταυτότητά του, ή γίνεται χρήση φωτογραφιών ειδικά επεξεργασμένων από τις αστυνομικές αρχές, πρέπει να επεξηγείται από ποιον και γιατί έγινε η επεξεργασία. Ορισμένες στιγμές, η ηθική στάση επιτάσσει να μη σηκώνει κανείς την κάμερα ή να τραβά μακρινά πλάνα και να μην εστιάζει σε ανθρώπους τρομοκρατημένους ή βυθισμένους στο πένθος. Ένα ακόμα ηθικό δίλημμα είναι αν θα κατεβάσει την κάμερα για να βοηθήσει σε μια διάσωση ή σε περιπτώσεις που έχει την υπόνοια ότι μπορεί οι σκηνές που τραβάει να χρησιμοποιηθούν προπαγανδιστικά. Υπάρχει πάντοτε το ενδεχόμενο να δίνονται στη δημοσιότητα «στημένες» φωτογραφίες από προπαγανδιστικούς μηχανισμούς με στόχο να παρουσιάζουν μια εξωραϊσμένη εικόνα, που θα γεννήσει συμπάθεια, για το απεικονιζόμενο πρόσωπο, στο κοινό. Θα πρέπει αυτό να επισημαίνεται στη δημοσίευση. Άλλες φορές, το μουσικό κομμάτι με το οποίο «ντύνεται» ένα βίντεο μπορεί να έχει στόχο να γεννήσει συναισθήματα συμπάθειας, φόβου ή και λύπης και να «προσθέσει», έτσι, στο συγκινησιακό φορτίο. Θα πρέπει να αναφέρεται με σαφήνεια ότι μια φωτογραφία είναι αρχείου και όχι από το συγκεκριμένο γεγονός. Σε περιπτώσεις βίντεο που αναπαριστούν γεγονότα, για την αποφυγή σύγχυσης, θα πρέπει να διευκρινίζεται ότι πρόκειται για δραματοποιημένη αναπαράσταση και όχι για πραγματικά πλάνα.

- Οι αρχές του σεβασμού στην προσωπικότητα και στην ιδιωτικότητα πρέπει να εφαρμόζονται και στις φωτογραφίες
- Σε σκηνές πένθους ή πόνου συστήνεται να εξετάζουν προσεκτικά οι φωτογράφοι ή οι εικονολήπτες αν θα ήταν καλύτερα να τραβήξουν πλάνα και φωτογραφίες από διακριτική απόσταση
- Θα πρέπει να αναφέρεται με σαφήνεια ότι μια φωτογραφία είναι αρχείου και όχι από το συγκεκριμένο γεγονός
- Σε περιπτώσεις βίντεο που αναπαριστούν γεγονότα, για την αποφυγή σύγχυσης, θα πρέπει να διευκρινίζεται ότι πρόκειται για αναπαράσταση και όχι για πραγματικά πλάνα
- Ο Οργανισμός δεν επιτρέπει τη δημοσιοποίηση σε «πειραγμένες» φωτογραφίες και πλάνα «κομμένα και ραμμένα».

16. Εικόνα - Ήχος – Μοντάζ

Τα ηχητικά και οπτικά αρχεία πρέπει να λένε πάντα την αλήθεια. Δεν υπόκεινται σε επεξεργασία, παρά μόνον για την απομάκρυνση παύσεων ή ήχων άσχετων με το μεταδιδόμενο μήνυμα. Με την άδεια του διευθυντή Σύntαξης, υπερβολικά μακρές παύσεις μπορεί να μειωθούν. Δεν επιτρέπεται η επεξεργασία αλλοίωσης των ηχητικών ως προς το επίπεδο, την προσαρμογή όγκου, την παραμετροποίηση, τη μείωση θορύβου. Σε κάθε περίπτωση, αν ο συντάκτης διατηρεί απορίες σχετικά με τις παρεχόμενες και επιβαλλόμενες οδηγίες, θα πρέπει οπωσδήποτε να επικοινωνήσει με τον προϊστάμενο, πριν από την επεξεργασία του ήχου. Όσον αφορά στην επεξεργασία της εικόνας, στην περίπτωση των κολάζ, μοντάζ, πορτρέτου, ευφάνταστων σκηνοθετημένων καταστάσεων ή επιδείξεων χρήσης συσκευών, η εικαστική παρέμβαση πρέπει να είναι ξεκάθαρη στον αναγνώστη, δίχως πρόθεση εξαπάτησης ή παραπλάνησης. Κατά την επεξεργασία εικόνας σε βίντεο, επιτρέπεται η χρήση των βασικών μεθόδων βελτίωσης τεχνικής ποιότητας, όπως η επεξεργασία οπτικών επιπέδων, διόρθωση χρώματος (ισορροπία λευκού), μείωση θορύβου εικόνας, εξισορρόπηση ήχου. Κάθε παρέμβαση οφείλει να σέβεται την πιστότητα της εικόνας στο πρωτότυπο, χωρίς να παραποιεί το περιεχόμενο ή την αναλογία του περιεχομένου. Η παραποίηση προσώπων επιτρέπεται μόνον στις περιπτώσεις στις οποίες, υπό συγκεκριμένες συνθήκες και για συγκεκριμένους λόγους ασφάλειας, επιβάλλεται η προστασία της ταυτότητας των εν λόγω ατόμων. Θα πρέπει να αναπαράγονται απολύτως πιστά όσα εκφώνησε ένας ομιλητής, διατηρώντας την πιστότητα στον τρόπο της εκφώνησης. Αυτό σημαίνει τη χρήση ολόκληρων λήψεων, ακόμη και με τα λεκτικά προσκόμματα ή σαρδάμ που τυχόν εμπεριέχονται στις λήψεις αυτές, εκτός και αν αφαιρεθούν, με την υποχρεωτική αναφορά ότι το υλικό έχει υποστεί επεξεργασία. Μερικές φορές ο παραγωγός, σε συνεργασία με τον ηχολήπτη, θα συνδυάσει στοιχεία, όπως, για παράδειγμα, τη φωνή ενός ομιλητή, τοποθετημένη σε ήχο περιβάλλοντος που καταγράφηκε μεμονωμένα. Ένας παραγωγός μπορεί ακόμη να ενώσει ήχους από διαφορετικά κομμάτια μιας ομιλίας, ή μιας συζήτησης, με αποτέλεσμα να τα κάνει να ακούγονται

- Τα λεκτικά απορήματα του ομιλητή δεν πρέπει να υφίστανται επεξεργασία
- Παρά την όποια επεξεργασία, το τελικό ηχητικό οφείλει να παραμένει πιστό στο αυθεντικό
- Είναι δυνατόν να αφαιρεθούν συγκεκριμένα ασήμαντα προσκόμματα, εφόσον υπάρξει ρητή διευκρίνιση ότι το αυθεντικό υλικό έχει υποστεί επεξεργασία
- Εκτεταμένη επεξεργασία και μοντάζ πρέπει να γίνεται μόνο από τη στιγμή που διευκρινίζεται ότι ο ήχος και η εικόνα έχουν υποστεί μοντάζ, και το νόημα των δηλώσεων παραμένει το ίδιο και μετά την επεξεργασία του υλικού
- Ως προς το περιεχόμενο, ο τυχαίος αυτόπτης μάρτυρας σημαντικής ιστορίας θα πρέπει να είναι απολύτως ταυτοποιήσιμος, εκτός και αν υφίσταται σοβαρός λόγος που επιβάλλει το αντίθετο
- Τυχαίοι αυτόπτες μάρτυρες συνηθισμένων ιστοριών δεν είναι απαραίτητο να

σαν να συνέβησαν σε μια λογική σειρά. Μια τέτοια παρέμβαση σύνδεσης αποσπασμάτων λόγου, ενδεχομένως, ενέχει κινδύνους παραποίησης. Δεδομένου ότι πρόκειται για ηχητικό, οι ακροατές δεν μπορούν να διαχωρίσουν το τέλος των προτάσεων και πιστεύουν τη σειρά με την οποία αυτές ακούγονται ως αυθεντική. Ένας προσφερόμενος τρόπος να αντιμετωπιστεί το συγκεκριμένο θέμα είναι να αφήνονται κάποιες παύσεις, ώστε να γίνεται αντιληπτή η μεσολάβηση άλλου χρόνου ή να γίνεται σαφής αναφορά στο ότι το υλικό έχει υποστεί επεξεργασία. Το πρόβλημα που δημιουργούν τα deepfake video όπου παρουσιάζεται ένα πρόσωπο να λέει τα λόγια κάποιου άλλου προσώπου, τα shallowfake video, όπου ακόμη και με την αλλαγή ταχύτητας των frames δημιουργείται άλλη εντύπωση, και τα deepfake audio, όπου ακούγεται να μιλάει με τη φωνή του ένα πρόσωπο, αλλά στην πραγματικότητα πρόκειται για κάποιον άλλο που με τεχνολογία φωνής μπορεί να ξεγελάσει το ακροατήριο για την ταυτότητα του ομιλητή, είναι σοβαρότατες πληγές στην αξιοπιστία των Μέσων. Για τον λόγο αυτό απαιτείται σε κάθε Μέσο η εκπαίδευση προσωπικού για τον έλεγχο εγκυρότητας. Τα λεκτικά ατοπήματα του ομιλητή δεν πρέπει να υφίστανται επεξεργασία. Παρά την όποια επεξεργασία, το τελικό ηχητικό οφείλει να παραμένει πιστό στο αυθεντικό. Είναι δυνατόν να αφαιρεθούν συγκεκριμένα ασήμαντα προσκόμματα, εφόσον υπάρξει ρητή διευκρίνιση ότι το αυθεντικό υλικό έχει υποστεί επεξεργασία. Εκτεταμένη επεξεργασία και μοντάζ πρέπει να γίνεται μόνο από τη στιγμή που διευκρινίζεται ότι ο ήχος και η εικόνα έχουν υποστεί μοντάζ, και το νόημα των δηλώσεων παραμένει το ίδιο και μετά την επεξεργασία του υλικού. Όσον αφορά στην επεξεργασία, είναι θεμιτή, εφόσον δεν επηρεάζει τη γνησιότητα του μεταδιδόμενου μηνύματος. Ως προς το περιεχόμενο, ο τυχαίος αυτόπτης μάρτυρας σημαντικής ιστορίας θα πρέπει να είναι απολύτως ταυτοποιήσιμος, εκτός και αν υφίσταται σοβαρός λόγος που επιβάλλει το αντίθετο. Οι συνεντευξιαζόμενοι θα πρέπει να ενημερώνονται σχετικά με το αν τα σχόλιά τους πρόκειται να μονταριστούν ή να αναδιαταχθούν. Οι αυτόπτες μάρτυρες σε στρεσογόνες καταστάσεις θα πρέπει να ενθαρρύνονται να σταματούν και να ξαναρχίζουν, αν υπάρχει λεκτική σύγχυση, καθώς

ταυτοποιούνται με τα προσωπικά στοιχεία τους

- Οι συνεντευξιαζόμενοι θα πρέπει να ενημερώνονται σχετικά με το αν τα σχόλιά τους πρόκειται να μονταριστούν ή να αναδιαταχθούν
- Οι αυτόπτες μάρτυρες σε στρεσογόνες καταστάσεις θα πρέπει να ενθαρρύνονται να σταματούν και να ξαναρχίζουν, αν υπάρχει λεκτική σύγχυση, καθώς ομιλούν
- Κάθε βίντεο και κάθε ηχητικό απόσπασμα θα πρέπει να μπορεί να ελεγχθεί από τους εξειδικευμένους δημοσιογράφους με τεχνικά Μέσα που οφείλει να διαθέτει το Μέσο
- Οι φωτογραφίες και τα πλάνα σε εξωτερικό δημόσιο χώρο γενικά δεν δημιουργούν πρόβλημα, αλλά συστήνεται να ζητείται άδεια από τον υπεύθυνο ενός κλειστού χώρου, ενώ είναι απαραίτητη και η νομική συμβουλή.

ομιλούν. Κάθε βίντεο και κάθε ηχητικό απόσπασμα θα πρέπει να μπορεί να ελεγχθεί από τους εξειδικευμένους δημοσιογράφους με τεχνικά Μέσα που οφείλει να διαθέτει το Μέσο.

16.1 Drone Journalism

Οι Δημοσιογράφοι που κάνουν χρήση τεχνολογιών τηλεκατευθυνόμενης και μη επανδρωμένης καταγραφής και μετάδοσης οπτικοακουστικών πληροφοριών (Drone Journalism) οφείλουν να ευθυγραμμίζονται και να συμμορφώνονται, τόσο με την ευρωπαϊκή όσο και με την εθνική νομοθεσία. Υπό το πρίσμα αυτό, υποχρεούνται να συμμορφώνονται με τις ανησυχίες για την ασφάλεια και την λήψη ηθικών αποφάσεων που ενσωματώνονται στους κώδικες των Ενώσεων Φωτορεπόρτερ, στον Επαγγελματικό Κώδικα Δεοντολογίας των Δημοσιογράφων, στον Κώδικα Ψηφιακών Μέσων και στον Κώδικα της οικείας Ανεξάρτητης Ρυθμιστικής Αρχής. Οι κανόνες δεοντολογίας που αφορούν στη Drone Journalism εντάσσονται σε ένα απολύτως σαφές και ιδιαίτερα αυστηρό κανονιστικό πλαίσιο, επειδή ακριβώς αφορούν σε μια μορφή δημοσιογραφίας, που ρυθμίζεται νόμιμα από τις αρμόδιες κρατικές αρχές που ελέγχουν τον εθνικό εναέριο χώρο της εκάστοτε χώρας. Οι επαγγελματίες-πιστοποιημένοι χειριστές, καθώς και οι χρήστες τεχνολογιών τηλεκατευθυνόμενης και μη επανδρωμένης καταγραφής και μετάδοσης οπτικοακουστικών πληροφοριών (Drone Journalists) που λειτουργούν ως εμπορικοί φορείς, έχουν την υποχρέωση να ζητήσουν άδεια πτήσης από την αρμόδια Αρχή. Ο χειριστής (drone pilot) οφείλει να λαμβάνει επαρκή μέτρα ασφάλειας για την αποφυγή πρόκλησης ενδεχόμενης ζημίας σε περιουσιακά στοιχεία. Ταυτόχρονα, είναι υποχρεωμένος να μεριμνά για την αποτροπή ενδεχόμενων τραυματισμών, που θα μπορούσαν να προκληθούν εξαιτίας πτήσεων αυτής της μορφής. Παράλληλα, οι Δημοσιογράφοι που δημιουργούν περιεχόμενο δεν πρέπει να ισχυρίζονται ότι είναι πιλότοι αναψυχής, για να αποφύγουν τις

- Πρώτιστο μέλημα: Η ασφάλεια της ανθρώπινης ζωής και της περιουσίας
- Οι επαγγελματίες-πιστοποιημένοι πιλότοι, καθώς και οι χρήστες τεχνολογιών τηλεκατευθυνόμενης και μη επανδρωμένης καταγραφής και μετάδοσης οπτικοακουστικών πληροφοριών (Drone Journalists) έχουν την υποχρέωση να ζητήσουν άδεια πτήσης από την αρμόδια Αρχή
- Ο εκάστοτε πιλότος-χειριστής (drone pilot) οφείλει να λαμβάνει επαρκή μέτρα ασφάλειας για την αποφυγή πρόκλησης ενδεχόμενης ζημίας σε περιουσιακά στοιχεία
- Τα ΜΜΕ δεν πρέπει να ενθαρρύνουν τρίτους να πετούν drones παράνομα. Ειδικότερα, θα πρέπει να

απαιτήσεις αδειοδότησης. Τα ΜΜΕ δεν πρέπει να ενθαρρύνουν τρίτους να πετούν drones παράνομα. Ειδικότερα, θα πρέπει να αποθαρρύνουν πτήσεις που παραβιάζουν τους κανονισμούς και να αρνούνται να δημοσιεύουν ή να μεταδίδουν εικόνες ή βίντεο που, αν και απέκτησαν νόμιμα από τρίτους, ενδέχεται να ελήφθησαν έπειτα από παραβιάσεις. Η μη επιβράβευση της χρήσης υλικού από μη εξουσιοδοτημένους χρήστες με δημόσια αναγνώριση μπορεί να βοηθήσει στην αποτροπή παρόμοιων παραβιάσεων από άλλους. Εάν οι εικόνες ή τα βίντεο που λαμβάνονται μέσω ακατάλληλων Μέσων έχουν τόσο μεγάλη αξία για τους δημοσιογράφους, ο ειδησεογραφικός οργανισμός θα πρέπει να εξηγήσει με σαφήνεια γιατί αυτές οι εικόνες είναι άξιες ενδιαφέροντος, παρά τις τεχνικές που χρησιμοποιήθηκαν για την απόκτησή τους. Θα πρέπει πάντοτε τα Μέσα να μπορούν να απαντήσουν εάν θα έκαναν την ίδια λήψη ενώ βρίσκονταν στο έδαφος. Το να κοιτάζουν πάνω από έναν φράχτη ή από ένα παράθυρο, συνεπάγεται εισβολή στην ιδιοκτησία, στο οικογενειακό άσυλο αλλά και την παραβίαση της ιδιωτικής ζωής. Οι κώδικες δεοντολογίας αναφέρουν με σαφήνεια: «εξισορροπήστε την ανάγκη του κοινού για πληροφορίες ενάντια σε πιθανή βλάβη ή δυσφορία». Η επιδίωξη των ειδήσεων δεν αποτελεί άδεια για αυθαιρεσία ή για αδικαιολόγητη παρενόχληση. Τα Μέσα πάντα πρέπει να είναι σε θέση να απαντούν στο ποιος είναι ο σκοπός του/της δημοσιογράφου τους και το πώς βοηθάει αυτό το εργαλείο λήψης εικόνας για να δημιουργηθεί ένα ολοκληρωμένο ρεπορτάζ. Τα drones έχουν τη δυνατότητα να διακόπτουν τα γεγονότα, ειδικά όταν αιωρούνται χαμηλά. Κατά τη φωτογράφιση των θεμάτων, οι Δημοσιογράφοι δεν πρέπει να συμβάλουν, να αλλάξουν ή να επιδιώξουν να αλλάξουν ή να επηρεάσουν τα διαδραματιζόμενα γεγονότα. Η μουσική δραματοποιεί την εικόνα. Για τον λόγο αυτό, οι Δημοσιογράφοι πρέπει να γνωρίζουν κατά πόσον επηρεάζεται η αλήθεια. Δεν θα πρέπει να προσθέτουν φυσικό ήχο που δεν καταγράφηκε την ίδια στιγμή στον τόπο όπου τραβήχτηκε το βίντεο. Θα πρέπει να εξετάζουν, επίσης, την αλλοίωση των εντυπώσεων σε πιο δραματικό τόνο από την αργή κίνηση του βίντεο. Εξάλλου, η επιτάχυνση της κίνησης του βίντεο μπορεί να προσθέσει ψευδή επείγουσα ανάγκη. Τα Μέσα θα

αποθαρρύνουν πτήσεις που παραβιάζουν τους κανονισμούς και να αρνούνται να δημοσιεύουν ή να μεταδίδουν εικόνες ή βίντεο που, αν και απέκτησαν νόμιμα από τρίτους, ενδέχεται να ελήφθησαν έπειτα από παραβιάσεις

- Εάν οι εικόνες ή τα βίντεο που λαμβάνονται μέσω ακατάλληλων Μέσων έχουν τόσο μεγάλη αξία για τους δημοσιογράφους, ο ειδησεογραφικός οργανισμός θα πρέπει να εξηγήσει με σαφήνεια γιατί αυτές οι εικόνες είναι άξιες ενδιαφέροντος, παρά τις τεχνικές που χρησιμοποιήθηκαν για την απόκτησή τους
- Οι κώδικες δεοντολογίας αναφέρουν με σαφήνεια: «Εξισορροπήστε την ανάγκη του κοινού για πληροφορίες ενάντια σε πιθανή βλάβη ή δυσφορία. Η επιδίωξη των ειδήσεων δεν αποτελεί άδεια για αυθαιρεσία ή για αδικαιολόγητη παρενόχληση
- Η μουσική σε πλάνα από drone δραματοποιεί την εικόνα. Για τον λόγο αυτό, οι Δημοσιογράφοι πρέπει να γνωρίζουν κατά πόσον επηρεάζεται η αλήθεια

πρέπει να γνωρίζουν ότι ο χειριστής αποφασίζει εάν μια πτήση μπορεί να πραγματοποιηθεί με ασφάλεια. Δεν θα πρέπει να ζητούν ή να πιέζουν έναν πιλότο να πετάξει με τέτοιο τρόπο, ώστε να θεωρεί ότι δεν είναι ασφαλής ή είναι νομικά αμφισβητήσιμος. Δεν θα πρέπει οι χειριστές να εκτελούν άλλα καθήκοντα, ενώ πετούν drone. Οι Δημοσιογράφοι έχουν την υποχρέωση να γνωρίζουν την τεχνική αυτή για τη λήψη εικόνας. Απαιτείται γνώση των κανονιστικών πλαισίων που ανακοινώνουν κάθε φορά οι αρμόδιες αρχές. Η αντίληψη του κοινού σχετικά με τις πτήσεις drones είναι θετική στην αρχή αυτής της εντυπωσιακής τεχνολογίας, αλλά δεν παύει να αφυπνίζει πολλούς ότι οι χειριστές εισβάλλουν στην ιδιωτική ζωή και ίσως θέτουν τους ανθρώπους σε κίνδυνο.

- Δεν θα πρέπει να προσθέτουν φυσικό ήχο, εκτός κι αν ο ήχος καταγράφηκε την ίδια στιγμή στον τόπο όπου τραβήχτηκε το βίντεο.
- Εξετάζεται η αλλοίωση των εντυπώσεων σε πιο δραματικό τόνο από την αργή κίνηση του βίντεο. Η επιτάχυνση της κίνησης του βίντεο προσθέτει ψευδή επείγουσα ανάγκη
- Ο πιλότος-χειριστής αποφασίζει εάν μια πτήση μπορεί να πραγματοποιηθεί με ασφάλεια

17. Διακρίσεις

Ο δημοσιογράφος αποφεύγει την επιζήμια ή υποτιμητική αναφορά στη φυλή, την καταγωγή, το χρώμα, τη θρησκεία, το φύλο και τον σεξουαλικό προσανατολισμό ενός ατόμου (ομοίως για την οποιαδήποτε σωματική ή ψυχική ασθένεια ή αναπηρία). Τέτοια στοιχεία πρέπει να αποφεύγονται, εκτός κι αν πραγματικά είναι σχετικά με την ιστορία. Ο δημοσιογράφος δεν ξεχνά πως πρώτιστο μέλημά του παραμένει ο σεβασμός στην αξιοπρέπεια των ανθρώπων, στην εθνικότητά τους, στην ανεξιθρησκεία, στη σεξουαλική προτίμηση, ενώ εξαίρεση μπορεί να υπάρξει μόνο αν θεωρείται ημιτελής η πληροφορία ή θίγεται το δημόσιο συμφέρον. Η τήρηση των κανόνων δεοντολογίας είναι δυνατόν να κατοχυρώσει, έστω σε έναν ελάχιστο βαθμό, την ορθή και θεμιτή διαχείριση των φυλετικών, εθνικών και έμφυλων αναφορών στα δημοσιεύματα. Η πολιτική που

- Σε όλες τις περιπτώσεις έχει κομβική σημασία η κριτική αντίληψη για το εάν η αναφορά του φυλετικού, εθνικού ή έμφυλου στοιχείου αποτελεί καθοριστικό στοιχείο του ρεπορτάζ, ώστε να δημοσιευτεί ή όχι
- Η αναφορά της εθνικότητας μπορεί να είναι περιττή και επιφορτισμένη με αρνητικές αξιολογήσεις.

θα πρέπει να ακολουθηθεί σε κάθε περίπτωση είναι εκείνη που καταδικάζει κάθε τύπο διάκρισης που δύναται να οδηγήσει σε φαινόμενα προσβολής της αξιοπρέπειας του ατόμου και αποκλεισμού του. Το Μέσο δεν παράγει υλικό που δύναται να οδηγήσει σε μίσος ή διακρίσεις εναντίον κάποιου ατόμου στη βάση της ηλικίας, του φύλου, της φυλής, του χρώματος, της καταγωγής, του δόγματος της πίστης, του νομικού καθεστώτος, της αναπηρίας, της οικογενειακής/συζυγικής κατάστασης ή του σεξουαλικού προσανατολισμού τού εν λόγω ατόμου. Σε κάποιες περιπτώσεις, οι διακρίσεις γίνονται με φυσικότητα. Όταν σε ένα αστυνομικό ρεπορτάζ γίνεται αναφορά σε περιγραφές υπόπτων που αναζητούνται, η αναφορά στη φυλή αυτών αποτελεί στοιχείο που συνήθως δεν παραλείπεται, και οι Δημοσιογράφοι το διαθέτουν στο κοινό. Επίσης, όταν μέλη μιας φυλετικής, εθνικής ή θρησκευτικής ομάδας θεωρούν εκ των πραγμάτων ένα θέμα από κοινού σημαντικό για τους ίδιους, τότε η αναφορά στην εθνική ταυτότητά τους αποτελεί απλώς κομμάτι της ιστορίας τους ή εν γένει του ρεπορτάζ. Γενικώς γίνεται σεβαστή η επιθυμία του ατόμου, με αποφυγή χρήσης ανωνυμιών που αναφέρονται σαφώς στα δύο φύλα (π.χ. «αυτός», «αυτή»), και επιλέγεται τέτοιος τρόπος σύνταξης που εν γένει δεν απαιτεί τη χρήση ανωνυμιών. Σε όλες τις περιπτώσεις έχει κομβική σημασία η κριτική αντίληψη της Διεύθυνσης Ειδήσεων και του/της δημοσιογράφου. Σε αυτούς έγκειται να κρίνουν το θεμελιώδες. Αν, δηλαδή, η αναφορά του φυλετικού, εθνικού ή έμφυλου στοιχείου αποτελεί καθοριστικό στοιχείο του ρεπορτάζ, ώστε να δημοσιευτεί ή όχι. Στο αστυνομικό ρεπορτάζ ένας τίτλος που γράφει «ξένος σκότωσε» δεν είναι δεοντολογικά ορθός. Διότι ο δράστης δεν δολοφόνησε επειδή είναι ξένος. Συνεπώς, η αναφορά της εθνικότητας μπορεί να είναι περιττή και επιφορτισμένη με αρνητικές αξιολογήσεις. Σε πολλά δημοσιεύματα που φέρουν τέτοιου είδους αναφορές, ενδεχομένως υποκρύπτονται προκαταλήψεις, με αποτέλεσμα να αποδυναμώνεται και η αντικειμενικότητα του Μέσου. Αντιθέτως, για κάποιον που καλύπτει προσφυγικές-μεταναστευτικές ροές, είναι μάλλον απαραίτητη η φυλετική-εθνική αναφορά, διότι μόνον έτσι μπορεί να καταδείξει το πρόβλημα στην ουσία του. Στην περίπτωση εγκλήματος που έχει ως κίνητρο τα

Τέτοιες αναφορές υπαινίσσονται προκαταλήψεις, με αποτέλεσμα να αποδυναμώνεται η αντικειμενικότητα του Μέσου

- Για κάποιον που καλύπτει προσφυγικές-μεταναστευτικές ροές, είναι μάλλον απαραίτητη η φυλετική-εθνική αναφορά, διότι μόνον έτσι μπορεί να καταδείξει το πρόβλημα στην ουσία του
- Στην περίπτωση εγκλήματος που έχει ως κίνητρο τα θρησκευτικά «πιστεύω» κάποιου, η θρησκευτική ταυτότητα θα πρέπει να αναφερθεί
- Η προβολή του εθνικού, φυλετικού ή έμφυλου στοιχείου πολλές φορές στοχεύει και στην προστασία του κοινωνικού συνόλου. Πρόκειται για τις περιπτώσεις στις οποίες κάποιος χρήζει προστασίας, γιατί έπεσε θύμα διακρίσεων ή ακόμα και εγκληματικών ενεργειών, απλώς και μόνον επειδή ανήκει σε κάποια μειονότητα
- Στην περίπτωση των ρεπορτάζ με πρωταγωνιστές διαφυλικά άτομα, ο δημοσιογράφος πρέπει να υιοθετεί το

θρησκευτικά «πιστεύω», η θρησκευτική ταυτότητα θα πρέπει να αναφερθεί. Η προβολή του εθνικού, φυλετικού ή έμφυλου στοιχείου πολλές φορές μπορεί να στοχεύει και στην προστασία του κοινωνικού συνόλου. Πρόκειται για τις περιπτώσεις στις οποίες κάποιος χρήζει προστασίας, γιατί έπεσε θύμα διακρίσεων ή ακόμα και εγκληματικών ενεργειών, απλώς και μόνον επειδή ανήκει σε κάποια μειονότητα. Στην περίπτωση των ρεπορτάζ με πρωταγωνιστές διεμφυλικά άτομα, ο δημοσιογράφος πρέπει να υιοθετεί το φύλο που επιθυμεί το ίδιο το πρόσωπο.

φύλο που επιθυμεί το άτομο

18. Λογοκρισία

Τα βασικά καθήκοντα των Δημοσιογράφων στην έρευνα, τη σύνταξη και τον σχολιασμό είναι να σέβονται την αλήθεια, όποιες και αν είναι οι συνέπειες για τους ίδιους. Να υπερασπίζονται την ελευθερία της πληροφόρησης, του σχολιασμού και της κριτικής. Να μη συγχέουν το επάγγελμα με εκείνο του διαφημιστή και προπαγανδιστή. Να μη δέχονται επιρροές, άμεσες ή έμμεσες, από τους διαφημιστές. Να απορρίπτουν κάθε πίεση και να μη δέχονται παρά μόνο από τους υπευθύνους της Σύνταξης ανάλογες οδηγίες. Οι δημόσιες αρχές θα πρέπει να σέβονται την έννοια της ελευθερίας του Τύπου που σημαίνει σεβασμό στην ανεξαρτησία της έκδοσης, πρόσβαση στη δημόσια πληροφορία, αναγνώριση του δικαιώματος προστασίας των πηγών πληροφόρησης, απαγόρευση της λογοκρισίας και καμιά ανάληψη δράσης που προκαλεί αυτολογοκρισία στους δημοσιογράφους. Οι Δημοσιογράφοι οφείλουν να παραμείνουν προσηλωμένοι στην υπεράσπιση της ελευθερίας του λόγου, στην αναζήτηση και μετάδοση της αλήθειας χωρίς παρεμβάσεις, και να αντιστέκονται σε οιαδήποτε απόπειρα παραποίησης των δημοσιογραφικών πληροφοριών που επιφέρει η τυχόν επιβολή λογοκρισίας. Οφείλουν να αντιστέκονται σε οποιαδήποτε απόπειρα επιβολής λογοκρισίας ή έστω διαστρέβλωσης ή και απόκρυψης της πληροφορίας. Αν αποδεχθούν υπό ειδικές -ενδεχομένως εμπόλεμες- συνθήκες την υποβολή του υλικού τους σε υπηρεσίες

- Οι Δημοσιογράφοι οφείλουν να παραμείνουν προσηλωμένοι στην υπεράσπιση της ελευθερίας του λόγου, στην αναζήτηση και μετάδοση της αλήθειας χωρίς παρεμβάσεις, και να αντιστέκονται σε οιαδήποτε απόπειρα παραποίησης των δημοσιογραφικών πληροφοριών
- Αν αποδεχθούν υπό ειδικές -ενδεχομένως εμπόλεμες- συνθήκες την υποβολή του υλικού του σε υπηρεσίες λογοκρισίας, αρνούνται να το δημοσιεύσουν, αν έχει υποστεί σοβαρή παραποίηση
- Αν το προς δημοσίευση υλικό δεν έχει υποστεί παραποίηση

λογοκρισίας, αρνούνται να το δημοσιεύσουν, αν έχει υποστεί σοβαρή παραποίηση. Αν το προς δημοσίευση υλικό δεν έχει υποστεί παραποίηση περιεχομένου, αλλά απλώς περικοπή συγκεκριμένων τμημάτων του, οι Δημοσιογράφοι έχουν τη δυνατότητα και το δικαίωμα να αποφανθούν για τη δημοσίευση, εφόσον κρίνουν ότι το διασωθέν υλικό εξακολουθεί να φέρει δημοσιογραφική αξία. Στην περίπτωση αυτή, όμως, οφείλουν να επισυνάψουν ειδικό σημείωμα, με το οποίο ενημερώνουν τον αποδέκτη ότι μέρη του ρεπορτάζ αφαιρέθηκαν από τον τάδε φορέα λογοκρισίας. Οι Δημοσιογράφοι δεν επιτρέπεται να δεχθούν οτιδήποτε αξίας τους προσφερθεί από ανθρώπους που θέλουν να παραποιήσει ανέντιμα ένα ρεπορτάζ. Σημαντική παράμετρος είναι η ρήτρα συνείδησης που πολλά Μέσα αποδέχονται στον Κώδικά τους. Εάν τους ζητηθεί από το ίδιο το μέσο να αυτολογκριθεί και διαφωνεί μπορεί να επικαλεστεί τη ρήτρα και τις προβλέψεις που έχουν συμφωνηθεί σε σύμβαση εργασίας και αναφέρονται ρητά.

περιεχομένου, αλλά απλώς περικοπή συγκεκριμένων τμημάτων του, έχουν τη δυνατότητα και το δικαίωμα να αποφανθούν για τη δημοσίευση, εφόσον κρίνουν ότι το διασωθέν υλικό εξακολουθεί να φέρει δημοσιογραφική αξία

- Οφείλουν να επισυνάψουν σημείωμα, με το οποίο ενημερώνουν ότι μέρη του ρεπορτάζ αφαιρέθηκαν από φορέα λογοκρισίας
- Ο δημοσιογράφος δεν επιτρέπεται να δεχθεί οτιδήποτε αξίας του προσφερθεί από ανθρώπους που θέλουν να παραποιήσει ανέντιμα ένα ρεπορτάζ του

19. Υποθέσεις Ομηρίας

Οι καταστάσεις ομηρίας απαιτούν μια ιδιαίτερα προσεκτική διαχείριση. Ο δημοσιογράφος αποφεύγει να επικοινωνήσει με τους δράστες μιας ομηρίας, όταν αυτή η υπόθεση βρίσκεται σε εξέλιξη, διότι αυτό μπορεί να περιπλέξει την υπόθεση. Ταυτόχρονα, μια τέτοιου είδους επικοινωνία θα μπορούσε να χαρακτηριστεί ως δυσμενής παρέμβαση ως προς τις προσπάθειες των αρχών να φέρουν εις πέρας την αποστολή τους, με τη λήξη της ομηρίας. Ο ρόλος του/της δημοσιογράφου, σε περιπτώσεις όπου εξελίσσεται ένα περιστατικό ομηρίας, δεν θα πρέπει σε καμιά περίπτωση να υποκαθιστά τον ρόλο των Αρχών. Ειδικά όταν διακυβεύεται η μοίρα ανθρώπινων ζώων που έχουν

- Ο ρόλος των Δημοσιογράφων, σε περιπτώσεις όπου εξελίσσεται ένα περιστατικό ομηρίας, δεν θα πρέπει σε καμιά περίπτωση να υποκαθιστά τον ρόλο των Αρχών.
- Διασταυρώνει τις πληροφορίες του στην περίπτωση της ομηρίας. Η Αστυνομία είναι η κατ'

εκτεθεί σε θανάσιμο κίνδυνο, το ίδιο το δημόσιο συμφέρον είναι εκείνο που επιτάσσει ενημέρωση επί του περιστατικού, αλλά με σεβασμό προς την ανθρώπινη ύπαρξη. Ο δημοσιογράφος διασταυρώνει τις πληροφορίες του στην περίπτωση της ομηρίας. Η Αστυνομία είναι η κατ' εξοχήν αρμόδια αρχή που θα επιβεβαιώσει την πληροφορία για ομηρία κατά τη διαδικασία, τόσο της τεκμηρίωσης και αξιολόγησης της πηγής όσο και της παραγωγής του ενημερωτικού προϊόντος.

εξοχήν αρμόδια αρχή που θα επιβεβαιώσει την πληροφορία για ομηρία κατά τη διαδικασία, τόσο της τεκμηρίωσης και αξιολόγησης της πηγής όσο και της παραγωγής του ενημερωτικού προϊόντος

20. Τρομοκρατικές - Βομβιστικές και άλλες απειλές

Οι απειλές για βομβιστικές ή άλλες επιθέσεις είναι συχνές και λαμβάνονται πολύ πιο σοβαρά υπόψη από τις Αρχές. Η εμπειρία, η αντίληψη και η τήρηση της δεοντολογίας είναι ο συνδυασμός που μπορεί να συμβάλει στον ορθό δημοσιογραφικό χειρισμό των απειλών, χωρίς υπερβολές και χωρίς απόκρυψη συμβάντων που αφορούν το κοινό. Το θεμελιώδες ερώτημα που τίθεται είναι το πότε πρέπει να δημοσιεύονται οι απειλές. Κριτήρια αποτελούν η ποιότητα της απειλής (αληθής/ψευδής), η πηγή πληροφόρησης, το είδος της απειλής, η εμβέλεια στους «πιθανούς στόχους», η αναστάτωση στην κοινή γνώμη και στην καθημερινότητα των πολιτών με γνώμονα τη δημόσια ασφάλεια. Επίσης, ηθικό ζήτημα αποτελεί το αν θα πρέπει και κατά πόσον να «εκπαιδεύεται» το κοινό σε συναγερμούς για τρομοκρατικές απειλές. Σε ό,τι αφορά τα τυφλά χτυπήματα χωρίς να έχει προηγηθεί απειλή, είναι σαφές ότι πρόκειται για καταστάσεις με σκηνές βίας, ανθρωποκτονιών και πλήθος προσωπικών πληροφοριών υπόπτων και θυμάτων. Για αυτόν τον λόγο απαιτείται ιδιαίτερη προσοχή. Ακόμη και ο χαρακτηρισμός μιας επίθεσης ως τρομοκρατικής ενέργειας είναι κάτι που οφείλει να εξετάζει ο δημοσιογράφος λόγω της σκοπιμότητας να αποδίδει ένα καθεστώς τέτοιους χαρακτηρισμούς όχι μόνο σε εξτρεμιστές αλλά και σε πολιτικούς αντιπάλους. Το πρώτο μέλημα σε αυτές τις περιπτώσεις είναι η

- Το πρώτο μέλημα είναι η αξιολόγηση της πηγής. Δηλαδή, η ύπαρξη της απειλής απορρέει ως είδηση από πληροφόρηση που προέρχεται από την Αστυνομία; Αν απορρέει από κάποιον μη κρατικό φορέα απαιτείται διασταύρωση της πληροφορίας από την αρμόδια αρχή
- Αν οι ίδιοι οι Δημοσιογράφοι είναι δέκτες της πληροφορίας, προσπαθούν να ελέγξουν την πηγή και ενημερώνουν τον διευθυντή Σύntαξης ο οποίος αποφασίζει το τι και πότε θα δημοσιοποιηθεί
- Τα θεσμικά όργανα αλλά και ο απειλούμενος στόχος ενημερώνονται αρμοδίως

αξιολόγηση της πηγής. Δηλαδή, το εάν η ύπαρξη της απειλής απορρέει ως είδηση από πληροφόρηση που προέρχεται από την Αστυνομία. Αν απορρέει από κάποιον μη κρατικό φορέα απαιτείται διασταύρωση της πληροφορίας από την αρμόδια αρχή. Αν οι ίδιοι οι Δημοσιογράφοι είναι δέκτες της πληροφορίας, προσπαθούν να ελέγξουν την πηγή και ενημερώνουν τον διευθυντή Σύνταξης. Τα θεσμικά όργανα αλλά και ο απειλούμενος στόχος ενημερώνονται αρμοδίως από τη δημοσιογραφική διεύθυνση. Από τη στιγμή που θα γίνει η διασταύρωση, ότι πράγματι υπάρχει απειλή (άσχετα αν αποδειχθεί ή όχι πραγματική), μπαίνουν οι Δημοσιογράφοι στο δίλημμα αν θα δημοσιεύσουν ή όχι την είδηση. Ενημερώνουν τον υπεύθυνο διευθυντή Σύνταξης και ακολουθούν τους Κώδικες Δεοντολογίας σε συνδυασμό με τις πολιτικές και τις διαδικασίες που έχουν θεσμοθετηθεί. Αξιολογούν την ποιότητα της απειλής (πιθανότητα ψευδούς απειλής), την αναστάτωση που έχει ήδη ή πιθανόν να προκληθεί κατά την προσπάθεια αντιμετώπισής της (εκκένωση χώρων, ρύθμιση κυκλοφορίας), το μέγεθος των ζημιών που υπολογίζεται ότι θα προκαλέσει αλλά και τη χρησιμότητα έγκαιρης και ψύχραιμης δημοσίευσής της, πάντα με γνώμονα το δημόσιο συμφέρον και τη δημόσια ασφάλεια. Στο διαδίκτυο, όπου η πληροφόρηση είναι άμεση, χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή, ώστε η ταχύτητα στην ενημέρωση να μην πλήξει την εγκυρότητα και να μην προκαλέσει ανώφελη αναστάτωση της κοινής γνώμης. Ωστόσο, η διεύθυνση σύνταξης μπορεί να εκτιμήσει ότι η δημοσίευση της απειλής μπορεί, μερικές φορές, να επιφέρει θετικά αποτελέσματα, όπως η προστασία της δημόσιας ασφάλειας και η αρωγή στις ενέργειες των θεσμικών οργάνων κατά τη διαδικασία αντιμετώπισης, π.χ. εκκένωση χώρου ή έγκαιρη ενημέρωση πολιτών. Ιδιαίτερη προσοχή απαιτείται στη χρήση των social media ως πηγών ειδήσεων και διαδικτυακών πλατφορμών ενημέρωσης των πολιτών, καθώς η ταχύτητα και η διαδραστικότητα της λειτουργίας τους δυσχεραίνουν τη διασταύρωση των πληροφοριών και διευκολύνουν την παραπληροφόρηση, τη δημιουργία εντυπώσεων ή χειραγώγηση (ιδιαίτερα σε εκτεταμένες, π.χ., τρομοκρατικές απειλές) και την πρόκληση πανικού. Η εξορθολογισμένη χρήση τους μπορεί να φανεί πολύ αποτελεσματικό εργαλείο για την έγκαιρη ενημέρωση

- Από τη στιγμή που θα γίνει η διασταύρωση, ότι πράγματι υπάρχει απειλή (άσχετα αν αποδειχθεί ή όχι πραγματική), ενημερώνουν τον διευθυντή Σύνταξης
- Αξιολογούν την ποιότητα της απειλής (πιθανότητα ψευδούς απειλής), την αναστάτωση που έχει ήδη ή πιθανόν να προκληθεί κατά την προσπάθεια αντιμετώπισής της (εκκένωση χώρων, ρύθμιση κυκλοφορίας), το μέγεθος των ζημιών που θα προκαλέσει αλλά και τη χρησιμότητα έγκαιρης και ψύχραιμης δημοσίευσής της, πάντα με γνώμονα το δημόσιο συμφέρον και τη δημόσια ασφάλεια
- Στο διαδίκτυο, όπου η πληροφόρηση είναι άμεση, χρειάζεται ιδιαίτερη προσοχή, ώστε η ταχύτητα στην ενημέρωση να μην πλήξει την εγκυρότητα και να μην προκαλέσει ανώφελη αναστάτωση της κοινής γνώμης
- Δημοσίευση με συγκεκριμένα χαρακτηριστικά μπορεί, μερικές φορές, να επιφέρει θετικά αποτελέσματα στις αρχές, όπως η προστασία της δημόσιας ασφάλειας και η αρωγή στις ενέργειες των θεσμικών οργάνων. Ως

και ασφάλεια των πολιτών. Σε αυτές τις περιπτώσεις έγκυρη πληροφορία διακινείται στα social media από τους λογαριασμούς των Αρχών. Σημαντικό είναι ο δημοσιογράφος να παρακολουθήσει την εξέλιξη του συμβάντος και να γράφει για την έκβασή του. Οφείλει, δηλαδή, να ενημερώνει το κοινό μέχρι και τη λήξη της απειλής, ακόμα και αν επρόκειτο για ψευδή συναγερμό. Σε αυτές τις περιπτώσεις διαδραματίζουν ρόλο η εμπειρία και η αντίληψη της δημοσιογραφικής διεύθυνσης. Πρέπει να μπορεί να κρίνει τη σοβαρότητα της απειλής και να προβάλει ανάλογα την είδηση (ως προς την ιεράρχησή της στην ιστοσελίδα, τον τίτλο και τις λέξεις-κλειδιά που εμπεριέχονται σ' αυτόν, αν θα είναι έκτακτη, το περιεχόμενο ως προς το μέγεθος και την έκταση). Όταν εκδηλώνεται τρομοκρατική ενέργεια να λαμβάνεται υπόψη το γεγονός ότι οι δράστες τέτοιων πράξεων συχνά προσπαθούν να χρησιμοποιήσουν τα Μέσα Ενημέρωσης για την απήχηση και την πρόσβαση στο κοινό ή ακόμη και τη μετάδοση κεκαλυμμένων μηνυμάτων. Η άσκηση αυτής της ελευθερίας του Τύπου επιβάλλει μεγαλύτερο καθήκον αυστηρότητας και ειλικρίνειας όσον αφορά τους κινδύνους παραπληροφόρησης και χειραγώγησης. Κατά τη διάρκεια ζωντανών εκπομπών, να εξετάζεται εάν η κάλυψη θα μπορούσε να έχει επιπτώσεις για την ασφάλεια ανθρώπων, των αρχών επιβολής του νόμου ή άλλων. Σε ορισμένες περιπτώσεις, θα πρέπει να σταθμίζεται προσεκτικά η χρήση του όρου «τρομοκρατία». Σε μια πρωτοφανή και έντονα συναισθηματική κρίση που συνδέεται με μια τρομοκρατική επίθεση ή μια μαζική απώλεια ζωής, ο δημοσιογράφος αντιδρά με τη λογική, και όχι με συναίσθημα. Δεν αναπαριστά την πραγματικότητα και δεν παίρνει θέση. Προσέχει να μη μεταφέρει προπαγάνδα. Η κάλυψη των τρομοκρατικών επιθέσεων πρέπει να επικεντρωθεί εξίσου στα θύματα, ως υποχρεωτική πληροφόρηση. Περισσότερες αναφορές πρέπει να γίνονται για τα θύματα παρά για τους δράστες, καθώς επίσης για την έρευνα, το πολιτικό πλαίσιο και όλες τις άλλες πτυχές. Ποτέ δεν δείχνει εικόνες με αναγνωρίσιμα θύματα ή αναστατωμένους συγγενείς στην οθόνη παρά τη θέλησή τους ή σε καταστάσεις που επηρεάζουν την ανθρώπινη αξιοπρέπειά τους. Προτιμάται η χρήση επίσημων ή άλλων αξιόπιστων

εκ τούτου απαιτείται πλήρης συνεργασία

- Ιδιαίτερη προσοχή απαιτείται στη χρήση των social media ως πηγών ειδήσεων και διαδικτυακών πλατφορμών ενημέρωσης, καθώς μπορεί να διευκολύνουν την παραπληροφόρηση, τη δημιουργία εντυπώσεων ή χειραγώγηση (ιδιαίτερα σε εκτεταμένες, π.χ., τρομοκρατικές απειλές) και την πρόκληση πανικού
- Οι Δημοσιογράφοι οφείλουν να ενημερώνουν το κοινό μέχρι και τη λήξη της απειλής, ακόμα και αν επρόκειτο για ψευδή.
- Όταν εκδηλώνεται τρομοκρατική ενέργεια λαμβάνεται υπόψη το γεγονός ότι οι δράστες τέτοιων πράξεων συχνά προσπαθούν να χρησιμοποιήσουν τα Μέσα μαζικής ενημέρωσης για την απήχηση και την πρόσβαση στο κοινό ή ακόμη και τη μετάδοση κεκαλυμμένων μηνυμάτων
- Κατά τη διάρκεια ζωντανών εκπομπών, να εξετάζεται εάν η κάλυψη θα μπορούσε να έχει επιπτώσεις για την ασφάλεια των ομήρων,

πηγών (δηλώσεις, ενημερώσεις με παραδοσιακά Μέσα ή Μέσα κοινωνικής δικτύωσης των Αρχών). Δεν βιάζεται να δείξει ένα βίντεο και ειδικά από social media, εάν δεν υπάρξει επιβεβαίωση γνησιότητας, είτε εξειδικευμένοι συντάκτες/συντάκτριες στην αίθουσα σύνταξης «επαληθεύσουν την αυθεντικότητά του».

των αρχών επιβολής του νόμου ή άλλων

- Σε ορισμένες περιπτώσεις, θα πρέπει να σταθμίζεται προσεκτικά η χρήση του όρου «τρομοκρατία»
- Δεν αναπαριστά ο δημοσιογράφος την πραγματικότητα και δεν παίρνει θέση. Προσέχει να μη μεταφέρει προπαγάνδα
- Η κάλυψη των τρομοκρατικών επιθέσεων πρέπει να επικεντρωθεί εξίσου στα θύματα, ως υποχρεωτική πληροφόρηση
- Ποτέ δεν δείχνει εικόνες με αναγνωρίσιμα θύματα ή αναστατωμένους συγγενείς στην οθόνη παρά τη θέλησή τους ή σε καταστάσεις που επηρεάζουν την ανθρώπινη αξιοπρέπειά τους
- Δεν βιάζεται να δείξει ένα βίντεο και ειδικά από social media, εάν δεν υπάρξει επιβεβαίωση αυθεντικότητας

21. Απόκρυψη δημοσιογραφικής ταυτότητας

Η απόκρυψη της δημοσιογραφικής ταυτότητας κατά τη διαδικασία συλλογής ειδήσεων θεωρείται αντιδεοντολογική. Δεν είναι σωστό να παραπλανούν και

- Σε σπάνιες και εξαιρετικές σημαντικές περιπτώσεις, όταν, για παράδειγμα, σε ζώνη πολέμου κινδυνεύει

να εξαπατούν οι Δημοσιογράφοι τον συνεντευξιαζόμενο ή να χρησιμοποιούν τεχνάσματα για να «αρπάξουν» την είδηση. Είναι σημαντικό να λαμβάνεται υπόψη το ισχύον καθεστώς αστικής ή ποινικής ευθύνης, καθώς η κρυφή δημοσιογραφική καταγραφή μπορεί να υπόκειται στους νόμους περί ιδιωτικής ζωής. Σε κάθε περίπτωση, κάθε μορφής μυστική δημοσιογραφία πρέπει να είναι ξεκάθαρη στους θεατές και στους αναγνώστες, οι οποίοι πρέπει να κατανοούν γιατί το Μέσο επέλεξε να χρησιμοποιήσει αυτόν τον τρόπο. Σε σπάνιες και εξαιρετικά σημαντικές περιπτώσεις, όταν, για παράδειγμα, σε ζώνη πολέμου κινδυνεύει η ζωή ενός δημοσιογράφου, τότε, όταν χρειάζεται, δεν αποκαλύπτεται η ταυτότητά του. Χρησιμοποιούνται κρυφά μικρόφωνα μόνο στην περίπτωση που έχει εξαντληθεί κάθε άλλος τρόπος πρόσβασης στην είδηση και όταν για τη συγκεκριμένη είδηση προκύπτουν τα ερωτήματα για το εάν είναι πραγματικά σημαντική η ιστορία ή διακυβεύονται ζωές. Σημαντικό σε τέτοιες περιπτώσεις είναι να υπάρχει η σύμφωνη γνώμη της Διεύθυνσης Σύνταξης. Συνήθως είναι αρκετό οι Δημοσιογράφοι να περιγράφουν τι βλέπουν σε έναν δημόσιο χώρο. Για παράδειγμα, το να περιγράψει κάποιος τη συμπεριφορά της Αστυνομίας απέναντι σε διαδηλωτή δεν σημαίνει ότι πρέπει να αποκαλύψει την ταυτότητά του και να προσπαθήσει να πάρει συνέντευξη. Στο σημείο που ο δημοσιογράφος περνά από την απλή παρατήρηση σε κάτι που πλησιάζει περισσότερο τη συνέντευξη -καταγράφοντας τα λόγια κάποιου για δημοσίευση, παραθέτοντας κάποιον με το όνομά του- τότε συστήνεται στους ρεπόρτερ να εξετάζουν αν πρέπει να προσδιορίζουν στον συνομιλητή τους την ταυτότητά τους και να αναζητούν ένα επιπλέον σχόλιο. Όπως συμβαίνει και στην πραγματική ζωή, έτσι και στο διαδίκτυο, οι Δημοσιογράφοι οφείλουν να αποκαλύπτουν την ταυτότητά τους σε σχόλια, tweets, blogs, forums. Να μη χρησιμοποιούνται ψευδώνυμα. Να υπογράφουν τα κείμενά τους και τα ρεπορτάζ τους. Όταν υπάρχει ενδιαφέρον για το τι λέει ένας δημόσιος φορέας ή ένας Οργανισμός στο ευρύ κοινό, πάνω σε μια συγκεκριμένη υπόθεση (π.χ. ξέσπασμα επιδημίας), δεν είναι σωστό πριν ολοκληρώσουν την έρευνα, να τηλεφωνούν και να ρωτούν χωρίς να αποκαλύπτουν την ταυτότητά τους. Οι φωτογραφίες και τα πλάνα σε

η ζωή ενός δημοσιογράφου, τότε, όταν χρειάζεται, δεν αποκαλύπτεται η ταυτότητά του

- Χρησιμοποιούνται κρυφά μικρόφωνα μόνο στην περίπτωση που έχει εξαντληθεί κάθε άλλος τρόπος πρόσβασης στην είδηση
- Το να περιγράψει τη συμπεριφορά της Αστυνομίας απέναντι σε διαδηλωτή δεν σημαίνει ότι πρέπει να αποκαλύψει την ταυτότητά του και να προσπαθήσει να πάρει συνέντευξη
- Στο σημείο που ο δημοσιογράφος περνά από την απλή παρατήρηση σε κάτι που πλησιάζει περισσότερο τη συνέντευξη πρέπει να προσδιορίζει στον συνομιλητή την ταυτότητά του
- Στο διαδίκτυο, οι Δημοσιογράφοι οφείλουν να αποκαλύπτουν την ταυτότητά τους σε σχόλια, tweets, blogs, forums. Να μη χρησιμοποιούνται ψευδώνυμα. Να υπογράφουν τα κείμενά τους και τα ρεπορτάζ τους

εξωτερικό δημόσιο χώρο γενικά δεν δημιουργούν κανένα πρόβλημα, αλλά συστήνεται να ζητείται άδεια από τον υπεύθυνο ενός κλειστού χώρου, ενώ είναι απαραίτητη και η νομική συμβουλή.

22. Δημοσιογραφία και Πολιτική

Η «παραδοσιακή» προσέγγιση της δημοσιογραφίας επιβάλλει την «αποχή» των Δημοσιογράφων από τις πολιτικές δραστηριότητες. Μάλιστα, ο Κώδικας Δεοντολογίας επιβάλλει να αποφεύγεται κάθε δευτερεύουσα εργασία ή ενασχόληση με την πολιτική ή τον δημόσιο τομέα ή την υπηρετήση σε θέσεις δημόσιων οργανισμών, εάν με τον τρόπο αυτό διακυβεύεται η δημοσιογραφική ακεραιότητα. Κατά κανόνα, δεν πρέπει να εμπλέκονται οι Δημοσιογράφοι στην πολιτική. Η στήριξη πολιτικών κομμάτων μέσω social media συνιστά πολιτική ανάμειξη. Κάθε δημοσιογράφος που θέλει να εμπλακεί με την πολιτική ή ασκεί πολιτική μέσω ακτιβισμού και άλλων δραστηριοτήτων, καλείται να απαντήσει σε ζητήματα που εμπεριέχουν ηθική διάσταση, όπως το πώς συμβιβάζεται η υποχρέωση του/της δημοσιογράφου να μεταφέρει την είδηση με αμεροληψία, με την ταυτόχρονη εμπλοκή σε ακτιβιστικές παρεμβάσεις και πολιτικές πράξεις. Ιδιαίτερη προσοχή συστήνεται και στις περιπτώσεις που εμπλέκονται στην πολιτική συγγενείς πρώτου βαθμού ενός δημοσιογράφου.

- Κατά κανόνα, δεν πρέπει να εμπλέκονται οι Δημοσιογράφοι στην πολιτική
- Η στήριξη πολιτικών κομμάτων μέσω social media συνιστά πολιτική ανάμειξη
- Ιδιαίτερη προσοχή συστήνεται και στις περιπτώσεις που εμπλέκονται στην πολιτική συγγενείς πρώτου βαθμού ενός δημοσιογράφου

23. Οικονομικά συμφέροντα εργαζομένων

Ο Οργανισμός οφείλει να παροτρύνει τους εργαζομένους να συμμετέχουν ενεργά σε πολιτιστικούς, φιλανθρωπικούς, δημόσιους, κοινωνικούς και τοπικούς οργανισμούς. Οι εργαζόμενοι, ωστόσο, οφείλουν να αποφεύγουν συμπεριφορές ή δραστηριότητες - πολιτικές, κοινωνικές ή οικονομικές- που μπορεί να

- Ο δημοσιογράφος σε πολλές περιπτώσεις είναι ένας εξειδικευμένος κοινωνός και αυτή του η εξειδίκευση τον καθιστά συχνά ανεξάρτητο από

προκαλέσουν σύγκρουση συμφερόντων ή να παρακωλύσουν τη δυνατότητα δίκαιης, ακριβούς και ανεπηρέαστης, από οποιονδήποτε παράγοντα, μετάδοσης των γεγονότων. Η πολιτική αυτή δεν είναι δυνατόν να στερήσει οποιαδήποτε δικαιώματα για τον εργαζόμενο, ενώ στην περίπτωση αμφιβολιών, που τυχόν προκύπτουν, ο εργαζόμενος οφείλει να συμβουλευτεί άμεσα και εξ αρχής τον διευθυντή του. Η σχέση του/της δημοσιογράφου με τις ειδησεογραφικές πηγές του οικονομικού-χρηματιστηριακού χώρου είναι συχνές και στενές για όσους ασχολούνται με το οικονομικό ρεπορτάζ. Στο πλαίσιο αυτό, είναι φυσικό να τίθενται ερωτήματα ηθικής που αφορούν στο είδος της σχέσης δημοσιογράφου και οικονομικής πηγής. Οι Δημοσιογράφοι και οι συντάκτες/συντάκτριες θα πρέπει να γνωστοποιούν απόλυτα τα οικονομικά, εμπορικά και τα περιουσιακά συμφέροντά τους. Εφόσον αναμένεται από άλλους ανθρώπους να είναι ειλικρινείς σε ό,τι αφορά στη δήλωση των περιουσιακών στοιχείων τους, καθώς και στις πολιτικές πεποιθήσεις τους, το ίδιο ειλικρινείς επιβάλλεται να είναι και οι Δημοσιογράφοι. Δημοσιογράφοι που απασχολούνται στο οικονομικό ρεπορτάζ και οι πληροφορίες τους βασίζονται πάνω σε «εσωτερικές ενημερώσεις», οι οποίες ανήκουν στο Μέσο, απαγορεύεται να χρησιμοποιούν ιδιοτελώς τις πληροφορίες που διαθέτουν εκ των έσω, μέχρις ότου η πληροφορία γίνει γνωστή στο ευρύ κοινό. Ο δημοσιογράφος σε πολλές περιπτώσεις είναι ένας εξειδικευμένος κοινωνός και αυτή του η εξειδίκευση τον καθιστά συχνά ανεξάρτητο από άλλη αρχή εκτός της πηγής του. Όταν, όμως, αυτό μεταφράζεται σε «οικονομική πηγή», τότε η αξιοπιστία και η αμεροληψία της είδησης που δημοσιεύει αμφισβητείται ακόμα και από τους ίδιους τους συνεργάτες του. Ο δημοσιογράφος πρέπει να διατηρήσει την υπόληψή του, αποφεύγοντας κατά την άσκηση του λειτουργήματός του κάθε σύγκρουση συμφερόντων. Αν υπάρχει αμφιβολία, ο εργαζόμενος στο Μέσο πρέπει να προσφύγει στον αρχισυντάκτη. Ο οικονομικός ρεπόρτερ φροντίζει να μην κοινοποιεί ανακριβείς πληροφορίες και στοιχεία, και να κάνει σαφές στο άρθρο του σε ποια σημεία μιλάει με γεγονότα, σε ποια με υποθέσεις και σε ποια με εικασίες. Οι Δημοσιογράφοι θα πρέπει να αποφύγουν συμπεριφορές και δραστηριότητες -πολιτικές,

άλλη αρχή εκτός της πηγής του. Όταν, όμως, αυτό μεταφράζεται σε «οικονομική πηγή», τότε η αξιοπιστία και η αμεροληψία της είδησης που δημοσιεύει αμφισβητείται ακόμα και από τους ίδιους τους συνεργάτες του

- Ο δημοσιογράφος πρέπει να διατηρήσει την υπόληψή του, αποφεύγοντας κατά την άσκηση του λειτουργήματός του κάθε σύγκρουση συμφερόντων
- Αν υπάρχει αμφιβολία, ο εργαζόμενος στο Μέσο πρέπει να προσφύγει στην προϊσταμένη αρχή του τμήματός του, στον αναπληρωτή της σύνταξης ή στον αρχισυντάκτη
- Ο οικονομικός ρεπόρτερ φροντίζει να μην κοινοποιεί ανακριβείς πληροφορίες και στοιχεία, και να κάνει σαφές στο άρθρο του σε ποια σημεία μιλάει με γεγονότα, σε ποια με υποθέσεις και σε ποια με εικασίες
- Οι Δημοσιογράφοι θα πρέπει να αποφύγουν συμπεριφορές και δραστηριότητες που δημιουργούν σύγκρουση συμφερόντων ή θέτουν σε

κοινωνικές ή οικονομικές- που δημιουργούν σύγκρουση συμφερόντων ή θέτουν σε κίνδυνο την ικανότητα της μετάδοσης των ειδήσεων με δίκαιο και ακριβή τρόπο, ανεπηρέαστα από κάθε είδους ανθρώπινη παρέμβαση ή δράση.

κίνδυνο την ικανότητα της μετάδοσης των ειδήσεων με δίκαιο και ακριβή τρόπο, ανεπηρέαστα από κάθε είδους παρέμβαση ή δράση

24. Χορηγίες – Δωρεές

Ο Οργανισμός δημοσιοποιεί αναλυτικά και σε τακτικά διαστήματα κάθε σχετική αναφορά δωρεάς. Ξεκαθαρίζει, επίσης, ότι υπάρχει αυστηρή διαχωριστική γραμμή μεταξύ χρηματοδότησης και παρέμβασης έναντι της αυτονομίας της ενημερωτικής διαδικασίας και τήρησης των Κωδίκων Δεοντολογίας. Η αυστηρή διαχωριστική γραμμή συνιστά μηδενική παρέμβαση κατά τη διαδικασία παραγωγής πληροφορίας μέχρι το τελικό δημοσιογραφικό προϊόν, πλήρη διαφάνεια στις σχέσεις και αυτονομία. Στην περίπτωση που κάποιο φυσικό πρόσωπο ή ίδρυμα προσφέρει ένα ποσό για ένα συγκεκριμένο θέμα, όπως η προσφυγική κρίση, ή θέματα επικαιρότητας σχετικά με επιχειρήσεις, ή και τεχνολογικής καινοτομίας, πρέπει να τεθούν από την αρχή με σαφήνεια οι κανόνες για τη σχέση μεταξύ χρηματοδότη και δημοσιογράφου. Η καλύτερη περίπτωση είναι να μην υπάρχει παρέμβαση, αλλά ο χρηματοδότης να ενδιαφέρεται μόνο για την κάλυψη του θέματος και η ευθύνη του περιεχομένου να αφορά τον δημοσιογράφο. Σε περίπτωση που υπάρχει επιθυμία για προεπισκόπηση ή παρέμβαση στο περιεχόμενο του άρθρου ή αποκαλυφθεί ότι υπήρχε «κρυφή ατζέντα», ο δημοσιογράφος οφείλει να καταγγείλει το θέμα ή να αρνηθεί οιαδήποτε μορφή χρηματοδότησης ή δώρου, καθώς και οποιαδήποτε παρέμβαση. Οι αναγνώστες πρέπει να έχουν πλήρη εικόνα για τη χρηματοδότηση (δωρητές, χορηγοί, υποστηρικτές), αλλά και το αναλυτικό μοντέλο οργανογράμματος της εταιρείας, καθώς και τις πάγιες αποζημιώσεις του ανώτερου και ανώτατου προσωπικού διοίκησης και των υψηλόμισθων Δημοσιογράφων. Είναι σημαντικό ο δημοσιογράφος να αποφύγει την παγίδα της προσαρμογής της δουλειάς του, σύμφωνα με τους όρους ενός διαγωνισμού (κριτήρια έκτασης κειμένου, διάρκειας βίντεο ή

- Στην περίπτωση που κάποιο φυσικό πρόσωπο ή ίδρυμα προσφέρει ένα ποσό για ένα συγκεκριμένο θέμα, και εκδηλώσει επιθυμία για προεπισκόπηση ή παρέμβαση στο περιεχόμενο του άρθρου, ο δημοσιογράφος οφείλει να καταγγείλει το θέμα
- Οι αναγνώστες πρέπει να έχουν πλήρη εικόνα για τη χρηματοδότηση (δωρητές, χορηγοί, υποστηρικτές)
- Στην περίπτωση βραβείων που προέρχονται από μη δημοσιογραφικούς ομίλους, εγείρονται ερωτήματα σχετικά με τη διαφάνεια και το μοντέλο σχέσης που μπορεί να διατηρείται μεταξύ των δύο πλευρών
- Οι Δημοσιογράφοι δεν δέχονται βραβεία από επιχειρηματικούς οργανισμούς, έστω κι αν οι τελευταίοι δεν έχουν καμιά ιδεολογική τοποθέτηση. Αυτό ισχύει ακόμη και στην περίπτωση

συγκεκριμένης προσέγγισης ενός θέματος για παράδειγμα), με μοναδικό στόχο τη συμμετοχή και τη διάκριση. Οι περισσότεροι Δημοσιογράφοι νιώθουν ικανοποίηση, όταν διακρίνονται σε διαγωνισμούς που διοργανώνονται από δημοσιογραφικές ενώσεις, με δημοσιογράφους ως κριτές. Ο φορέας διοργάνωσης πρέπει να είναι αντιπροσωπευτικός του αντικειμένου πάνω στο οποίο δραστηριοποιείται ο ίδιος ο δημοσιογράφος και να αντανakλά τις δικές του αξίες, καθώς και του Μέσου στο οποίο εργάζεται. Ο δημοσιογράφος που αποδεδειγμένα σέβεται τις αξίες του επαγγέλματός του, θα πρέπει να συμμετάσχει σε αντίστοιχους διαγωνισμούς. Στην περίπτωση των βραβείων που προέρχονται από μη δημοσιογραφικούς ομίλους, όπως δικηγορικούς συλλόγους, ομάδες κοινωνικού ακτιβισμού, πολιτικούς φορείς και εταιρείες, ακόμη κι αν το πάνελ των κριτών αποτελείται από συναδέλφους δημοσιογράφους: Σχεδόν πάντα εγείρονται ερωτήματα σχετικά με τη διαφάνεια και το μοντέλο σχέσης που μπορεί να διατηρείται μεταξύ των δύο πλευρών. Η ουδετερότητα του ρεπορτάζ ενός δημοσιογράφου, που μελλοντικά μπορεί να καλύψει τη δράση τέτοιων επαγγελματικών, ακτιβιστικών ή πολιτικών φορέων ή ομάδων, μπορεί να τεθεί υπό αμφισβήτηση. Οι Δημοσιογράφοι δεν δέχονται βραβεία από επιχειρηματικούς οργανισμούς, έστω κι αν οι τελευταίοι δεν έχουν καμιά ιδεολογική τοποθέτηση. Διασφαλίζουν, κατά αυτό τον τρόπο, την ανεξαρτησία τους απέναντι στο ενδεχόμενο παροχής δωρεάν δημοσιότητας, που πιθανώς θα λάμβανε χώρα, μέσω της βράβευσής τους, για την εν λόγω εταιρεία. Αυτό ισχύει ακόμη και στην περίπτωση που η βράβευση, ναι μεν έρχεται από κάποιο δημοσιογραφικό όμιλο, αλλά αναφέρεται το όνομα κάποιας εταιρείας ως χορηγού. Στην περίπτωση διάκρισης χωρίς να έχει προηγηθεί εκ μέρους του/της δημοσιογράφου ενδιαφέρον συμμετοχής, τότε ο Οργανισμός -ή ο δημοσιογράφος του- έχει την επιλογή να αρνηθεί το βραβείο, με δημόσια δήλωσή του ή με γραπτή επιστολή προς τους διοργανωτές. Εάν δεχτεί το βραβείο, και δημοσιεύσει το γεγονός της βράβευσής, να τονίσει σε δημοσίευση ότι αποκλείει οποιαδήποτε υπόνοια εκδούλευσης. Μπορεί, τέλος, να αγνοήσει εντελώς τη βράβευση, μη μπαίνοντας στη διαδικασία να την αποδεχτεί ούτε να τη

που η βράβευση, ναι μεν έρχεται από κάποιο δημοσιογραφικό όμιλο, αλλά αναφέρεται το όνομα κάποιας εταιρείας ως χορηγού

- Στην περίπτωση διάκρισης χωρίς να έχει προηγηθεί εκ μέρους του / της δημοσιογράφου ενδιαφέρον συμμετοχής, τότε ο Οργανισμός -ή ο δημοσιογράφος του- έχει την επιλογή να αρνηθεί το βραβείο, με δημόσια δήλωσή του ή με γραπτή επιστολή προς τους διοργανωτές
- Μπορεί να δεχτεί το βραβείο ο δημοσιογράφος, ακόμη και να δημοσιεύσει το γεγονός της βράβευσής, αποκλείοντας όμως οποιαδήποτε υπόνοια εκδούλευσης
- Μπορεί, τέλος, να αγνοήσει εντελώς τη βράβευση, μη μπαίνοντας στη διαδικασία να την αποδεχτεί ούτε να τη δημοσιοποιήσει
- Εξυπακούεται ότι ο δημοσιογράφος δεν θα πρέπει να έχει δεχθεί κάποιου είδους δώρο, υλικό ή χρηματικό, από τον φορέα που διοργανώνει τον διαγωνισμό ούτε να έχει προσωπικές σχέσεις

δημοσιοποιήσει. Εξυπακούεται ότι ο δημοσιογράφος δεν θα πρέπει να έχει δεχθεί κάποιου είδους δώρο, υλικό ή χρηματικό, από τον φορέα που διοργανώνει τον διαγωνισμό ούτε να έχει προσωπικές σχέσεις με κάποιον από την κριτική επιτροπή. Η αποδοχή δώρων από δημοσιογράφους μπορεί να επηρεάσει την αντικειμενικότητα και την ποιότητα της ενημέρωσης ή/και να οδηγήσει σε αμφισβήτηση της αμεροληψίας ενός δημοσιογράφου (ή συνολικά του Οργανισμού). Είτε πρόκειται για καλοπροαίρετη χειρονομία, στο πλαίσιο της φιλοξενίας του/της δημοσιογράφου από κάποια εταιρεία ή οποιονδήποτε άλλο οργανισμό, είτε πρόκειται για έμμεση χρηματοδότηση, μπορεί να εκληφθεί ως κίνηση που αποσκοπεί στον έμμεσο επηρεασμό της άποψης του Μέσου. Κατά συνέπεια, το ερώτημα για το αν μπορεί ένας δημοσιογράφος να δέχεται δώρα, χωρίς να βάζει σε κίνδυνο -ενώπιον της κοινής γνώμης και των συναδέλφων του- την εγκυρότητα της άποψης και της πληροφόρησης που παρέχει, είναι και υπαρκτό, και καίριο. Το είδος και η αξία του δώρου επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό, τόσο τη στάση που θα κρατήσει ο δημοσιογράφος όσο και τον αντίκτυπο στην κοινή γνώμη. Εφόσον το δώρο είναι ευτελές, δεν δημιουργείται πρόβλημα. Τα δώρα μεγαλύτερης αξίας πρέπει να χαρίζονται σε φιλανθρωπικές οργανώσεις ή να επιστρέφονται, προκειμένου και να μην προκύπτει σχέση εξάρτησης μεταξύ δωρητή και δημοσιογράφου και βεβαίως να μη δημιουργείται η αίσθηση ότι υπάρχει μια τέτοια σχέση. Σε κάθε περίπτωση, η εξαργύρωση ενός δώρου ή η μεταπώλησή του από τον δημοσιογράφο-αποδέκτη είναι παντελώς απαράδεκτη, καθώς ενισχύει την αίσθηση του χρηματισμού. Μια σημαντική παράμετρος που αφορά το δώρο είναι αν αυτό προσφέρεται προσωπικά σ' έναν δημοσιογράφο ή σε μια ομάδα Δημοσιογράφων (π.χ. σε ταξιδιωτικούς συντάκτες/συντάκτριες που έχουν προσκληθεί από κάποιον επιχειρηματία-φορέα-δήμο). Έτσι, ένα δώρο που δόθηκε σε όλους εκείνους που κάλυψαν μια συνέντευξη Τύπου θεωρείται ότι μπορεί να γίνει αποδεκτό (εφόσον η αξία του βρίσκεται σε λογικά - ηθικώς μη μεμπτά όρια), σε σύγκριση με ένα δώρο που δόθηκε κρυφά και ατομικά, ενδεχομένως σε αντάλλαγμα για ένα ορισμένο είδος της κάλυψης. Πολλές φορές, ιδιαίτερα σε αποστολές εκτός συνόρων, προσφέρονται

με κάποιον από την κριτική επιτροπή

- Το είδος και η αξία του δώρου επηρεάζουν σε μεγάλο βαθμό, τόσο τη στάση που θα κρατήσει ο δημοσιογράφος όσο και τον αντίκτυπο στην κοινή γνώμη. Εφόσον το δώρο είναι ευτελές, δεν δημιουργείται πρόβλημα. Για δώρα μεγαλύτερης αξίας (π.χ. ένα ακριβό κινητό τηλέφωνο) πρέπει να χαρίζονται σε φιλανθρωπικές οργανώσεις ή να επιστρέφονται
- Σε κάθε περίπτωση, η εξαργύρωση ενός δώρου ή η μεταπώλησή του από τον δημοσιογράφο-αποδέκτη είναι παντελώς απαράδεκτη, καθώς ενισχύει την αίσθηση του χρηματισμού
- Όταν το δώρο προσφέρεται προσωπικά σε έναν δημοσιογράφο ή σε μια ομάδα Δημοσιογράφων για την κάλυψη μιας συνέντευξης Τύπου θεωρείται ότι μπορεί να γίνει αποδεκτό (εφόσον η αξία του βρίσκεται σε λογικά - ηθικώς μη μεμπτά όρια)
- Πολλές φορές, ιδιαίτερα σε αποστολές εκτός συνόρων, προσφέρονται δώρα στο

δώρα στο πλαίσιο της φιλοξενίας. Η μη αποδοχή του δώρου, σε αυτήν την περίπτωση, θα μπορούσε να προσβάλει τον οικοδεσπότη. Στις περιπτώσεις που το δώρο είναι ιδιαίτερα ακριβό και μπορεί να εκληφθεί ως απόπειρα επηρεασμού της ποιότητας του τελικού δημοσιογραφικού «προϊόντος», προτείνεται είτε η επιστροφή του εκ των υστέρων, είτε η προσφορά του για φιλανθρωπικούς σκοπούς αργότερα. Δωρεάν εισιτήρια για παραστάσεις, αθλητικές διοργανώσεις και πάσης φύσεως θεάματα μπορεί να εντάσσονται στο πλαίσιο της διευκόλυνσης της άσκησης του επαγγέλματος. Κατά συνέπεια, η αποδοχή τους δεν είναι, καταρχήν, κάτι κακό για τον επαγγελματισμό του/της δημοσιογράφου, αρκεί φυσικά αυτά να μην καταλήγουν σε χέρια τρίτων, ασχέτων με το επάγγελμα προσώπων. Εκπτώσεις από εταιρείες Πληροφορικής, αεροπορικές εταιρείες κ.λπ. πρέπει να γίνονται αποδεκτές μόνο εάν προσφέρονται και σε άλλου τύπου εταιρείες. Ακόμη και για δημοσιογράφους που στα ρεπορτάζ τους παρουσιάζουν πάντοτε τις απόψεις τρίτων, η αποδοχή και η προσφορά δώρων μπορεί να θεωρηθεί ως παραβίαση του επαγγελματισμού. Ιδιαίτερη προσοχή απαιτείται όταν πρόκειται για δώρα που δίνονται εκ των υστέρων και μπορεί να θεωρηθεί ότι αποτελούν ανταμοιβή για κάποια συγκεκριμένη υπηρεσία (π.χ. στα μέλη μιας επιτροπής Δημοσιογράφων που ψηφίζουν για την ανάδειξη της καλύτερης ταινίας, του καλύτερου βιβλίου, του καλύτερου αυτοκινήτου κ.λπ.). Τέτοια δώρα πρέπει να επιστρέφονται και, μάλιστα, η επιστροφή αυτή να δημοσιοποιείται με εύσημο τρόπο.

πλαίσιο της φιλοξενίας. Η μη αποδοχή του δώρου, σε αυτήν την περίπτωση, θα μπορούσε να προσβάλει τον οικοδεσπότη

- Στις περιπτώσεις που το δώρο είναι ιδιαίτερα ακριβό προτείνεται η προσφορά του για φιλανθρωπικούς σκοπούς
- Δωρεάν εισιτήρια για παραστάσεις, αθλητικές διοργανώσεις και πάσης φύσεως θεάματα μπορεί να εντάσσονται στο πλαίσιο της διευκόλυνσης της άσκησης του επαγγέλματος. Κατά συνέπεια, η αποδοχή τους δεν είναι, καταρχήν, κάτι κακό για τον επαγγελματισμό του / της δημοσιογράφου
- Εκπτώσεις από εταιρείες Πληροφορικής, αεροπορικές εταιρείες κ.λπ. πρέπει να γίνονται αποδεκτές μόνο εάν προσφέρονται και σε άλλους
- Ιδιαίτερη προσοχή απαιτείται όταν πρόκειται για δώρα που δίνονται εκ των υστέρων και μπορεί να θεωρηθεί ότι αποτελούν ανταμοιβή για κάποια συγκεκριμένη υπηρεσία. Τέτοια δώρα πρέπει να επιστρέφονται και, μάλιστα, η επιστροφή

25. Αισχρολογίες, ύβρεις και συκοφαντίες

Οι αισχρολογίες και οι ύβρεις δεν μεταφέρονται. Αποτελούν, όμως, σε πολλές περιπτώσεις αναπόσπαστο κομμάτι της ειδησεογραφίας. Ακούγονται ακόμη και εντός και εκτός κοινοβουλίων κατά τις εμφανίσεις δημόσιων προσώπων, σε συνεντεύξεις, ακόμα και στο περιθώριο Συνόδων Κορυφής. Σε κάθε περίπτωση, προτού ο δημοσιογράφος αποφανθεί για την άρτια δημοσίευση χυδαίου περιεχομένου, οφείλει να εξαντλήσει κάθε δυνατή προσπάθεια, προκειμένου να αποδώσει το περιεχόμενο της είδησης παραλείποντας την αναφορά των συγκεκριμένων ανάρμοστων εκφράσεων. Ταυτόχρονα, οφείλει να αποτυπώσει τα γεγονότα με τέτοιο τρόπο, που να διευκολύνεται η κατανόηση του αναγνώστη και να αποφεύγεται η δημιουργία εντυπώσεων, που τελικά μπορεί να οδηγήσει σε διαστρέβλωση και τελικά παρανόηση της πραγματικότητας. Σημαντικό είναι, επίσης, η καταγραφή να γίνει με τρόπο που να μην προσβάλει αυτόν που φέρεται να αισχρολογεί. Αυτό μπορεί να επιτευχθεί Μέσα από μετριοπαθείς περιγραφές και την αποφυγή ακραίων λέξεων και χαρακτηρισμών. Όταν οι ύβρεις αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της είδησης, κρίνεται σκόπιμο και επιβάλλεται να αναφέρονται, αλλά με τέτοιο τρόπο ώστε να μην προσβάλλεται το κοινό αίσθημα (για παράδειγμα, με χρήση αποσιωπητικών ή με περιγραφική γραφή). Όταν ένα δημόσιο πρόσωπο χυδαιολογεί, ενδεχομένως και αυτό να είναι είδηση. Το κοινό πρέπει να γνωρίζει τέτοιου είδους στοιχεία συμπεριφοράς δημόσιων προσώπων, που ενδεχομένως συμβάλλουν στη διαμόρφωση των εξελίξεων. Υπάρχει πάντα η δυνατότητα χρήσης επισήμανσης (π.χ. προειδοποιητικό μήνυμα) που θα ενημερώνει το κοινό ότι η είδηση περιέχει υβριστικό περιεχόμενο. Στα online Μέσα, πρέπει να δίνεται πολύ μεγάλη προσοχή στην αποφυγή υπερσύνδεσης με σελίδες που μπορεί να περιέχουν υβριστικό ή χυδαιολογικό περιεχόμενο. Επιπλέον, είναι σημαντικό να μη φαίνεται σε καμιά περίπτωση

- Προτού ο δημοσιογράφος αποφανθεί για την άρτια δημοσίευση χυδαίου περιεχομένου, οφείλει να εξαντλήσει κάθε δυνατή προσπάθεια, προκειμένου να αποδώσει το περιεχόμενο της είδησης παραλείποντας την αναφορά των συγκεκριμένων ανάρμοστων εκφράσεων
- Οφείλει να αποτυπώσει τα γεγονότα με τέτοιο τρόπο, που να διευκολύνεται η κατανόηση του αναγνώστη και να αποφεύγεται η δημιουργία εντυπώσεων, που τελικά μπορεί να οδηγήσει σε διαστρέβλωση και τελικά παρανόηση της πραγματικότητας
- Η καταγραφή πρέπει να γίνει με τρόπο που να μην προσβάλει αυτόν που φέρεται να αισχρολογεί
- Όταν οι ύβρεις αποτελούν αναπόσπαστο κομμάτι της είδησης, κρίνεται σκόπιμο και επιβάλλεται να αναφέρονται, αλλά με τέτοιο τρόπο ώστε να μην

ενδεχόμενη σύνδεση των παρουσιαζόμενων θεμάτων στη δική τους σελίδα με σελίδες ανάρμοστου περιεχομένου. Όταν πρόκειται για τη δημοσίευση οπτικού υλικού που μπορεί να περιέχει ωμότητες, σκληρές σκηνές, υβριστικού ή και πορνογραφικού περιεχομένου, τότε χρησιμοποιείται επιλεκτικά το υλικό με το λιγότερο, ενδεχομένως, προσβλητικό περιεχόμενο, φροντίζοντας παράλληλα με κατάλληλη επεξεργασία εικόνες για τη θόλωση των επίμαχων τμημάτων. Κρίνεται και στην περίπτωση αυτή απαραίτητο το διευκρινιστικό σημείωμα για το ανάρμοστο περιεχόμενο του δημοσιεύματος. Όταν κάποιος που φέρεται να χυδαιολογεί ή να γίνεται αποδέκτης ύβρεων δεν βρίσκεται πλέον εν ζωή, τα δεδομένα αλλάζουν. Σε τέτοιες περιπτώσεις, είναι οπωσδήποτε αντιδεοντολογικό να καταγραφεί και να δημοσιευτεί το υβριστικό περιεχόμενο. Ταυτόχρονα, όμως, δεν θα πρέπει να αποσιωπηθεί η είδηση. Σε αυτές τις περιπτώσεις, το Μέσο μπορεί να πάρει θέση για το θέμα στηλιτεύοντας, για παράδειγμα, το γεγονός ότι κάποιος χυδαιολογεί σε βάρος του αποθανόντος.

προσβάλλεται το κοινό αίσθημα

- Όταν ένα δημόσιο πρόσωπο χυδαιολογεί, ενδεχομένως και αυτό να είναι είδηση. Το κοινό πρέπει να γνωρίζει τέτοιου είδους στοιχεία συμπεριφοράς δημόσιων προσώπων
- Στα online Μέσα, πρέπει να δίνεται πολύ μεγάλη προσοχή στην αποφυγή υπερσύνδεσης με σελίδες που μπορεί να περιέχουν υβριστικό ή χυδαιολογικό περιεχόμενο
- Όταν κάποιος που φέρεται να χυδαιολογεί ή να γίνεται αποδέκτης ύβρεων δεν βρίσκεται πλέον εν ζωή, είναι αντιδεοντολογικό να καταγραφεί και να δημοσιευτεί το υβριστικό περιεχόμενο

26. Αισθησιακό υλικό & σκληρό περιεχόμενο

Ο αφηγηματικός υπαινιγμός ή και ο κακέκτυπος δημοσιογραφικός λόγος προς χάριν εντυπωσιασμού του κοινού είναι ένα από τα συνήθη θέματα αντιπαράθεσης στην καθημερινή ειδησεογραφική ροή. Θέματα αισθησιακού περιεχομένου και εντόνως «αιματοβαμμένου» ρεπορτάζ έχουν γίνει, πολλές φορές, προϊόν «εμπορικής» διαχείρισης. Όταν ο συντάκτης επικαλείται το δημόσιο συμφέρον με την προβολή αισθησιακού ή επονειδιστού περιεχομένου, θα πρέπει να είναι σε θέση να το τεκμηριώσει. Κάθε δημοσίευμα

- Ο δημοσιογράφος έχει απόλυτη ευθύνη απέναντι στο κοινό και δεν πρέπει να το εκθέτει σε εικόνες και σχολιασμούς εξαιρετικά βίαιους και αποκρουστικούς
- Η διακριτικότητα και η επίδειξη ευαισθησίας έναντι των πολιτών που

μπορεί να εγείρει ερωτήματα, εφόσον το υλικό που περιέχει μπορεί να θεωρηθεί είτε εντυπωσιοθηρικό, είτε αποκρουστικό. Μολονότι το πρώτο πράγμα που έρχεται στο μυαλό είναι οι φωτογραφίες και τα βίντεο που περιλαμβάνουν αίμα και γυμνότητα, ηθικά ζητήματα μπορούν, επίσης, να προκύψουν σε άρθρα που περιγράφουν πορνογραφία ή ακρωτηριασμό ή σε ηχητικά αποσπάσματα, όπου ακούγονται άνθρωποι σε στιγμές αγωνίας (ακόμα και τηλεφωνικές κλήσεις προς την Αστυνομία ή την Πυροσβεστική σε επείγουσες καταστάσεις). Η προσέγγιση του «όσο το δυνατόν λιγότερα» λαμβάνει, πρώτα απ' όλα, υπόψη τους αναγνώστες. Αναλόγως του δημοσιογραφικού ρεπορτάζ που κάποιος καλύπτει, το κοινό μπορεί να αντιδράσει άσχημα απέναντι σε υλικό που δείχνει να μην εξυπηρετεί τις ανάγκες της ιστορίας, αλλά προβάλλεται απλώς για να προκαλέσει. Σύμφωνα με αυτήν την προσέγγιση, οι θεατές-ακροατές-αναγνώστες μπορούν να καταλάβουν τον τρόπο ενός βομβαρδισμού, χωρίς να αναζητούν διαμελισμένα πτώματα κι αντιλαμβάνονται τη φρίκη του γενετήσιου ακρωτηριασμού, χωρίς την περιγραφή του με κάθε λεπτομέρεια. Οι αναγνώστες δεν έχουν ανάγκη όλες τις φρικτές λεπτομέρειες προκειμένου να σχηματίσουν μια άποψη για βομβιστές ή σκληρούς δολοφόνους. Η δραματοποιημένη αναπαράσταση εγκλήματος κατά ζωής ή ενός βιασμού θα πρέπει να θεωρείται κατασκευή που εμπίπτει στην εντυπωσιοθηρία. Ο δημοσιογράφος έχει απόλυτη ευθύνη απέναντι στο κοινό. Δεν πρέπει να εκθέτει το κοινό που τον παρακολουθεί σε εικόνες και σχολιασμούς εξαιρετικά βίαιους και αποκρουστικούς. Στην πρακτική της λεγόμενης «επεξεργασμένης πραγματικότητας», πρέπει να επικρατεί η άποψη του ελέγχου και της τεκμηρίωσης των πληροφοριών και ο περιορισμός της εύκολης εντυπωσιοθηρίας, που μπορεί να προκαλέσει αδικαιολόγητη αναστάτωση στην κοινή γνώμη. Η διακριτικότητα και η επίδειξη ευαισθησίας έναντι των πολιτών που μπορούν να υποστούν ακόμα και ψυχικό κλονισμό από μια σκληρή περιγραφή ή μια οπτική εικόνα, θα πρέπει να βρίσκεται στην προτεραιότητα του κάθε λειτουργού ενημέρωσης.

μπορούν να υποστούν ακόμα και ψυχικό κλονισμό από μια σκληρή περιγραφή ή μια οπτική εικόνα, θα πρέπει να βρίσκεται στην προτεραιότητα του κάθε λειτουργού ενημέρωσης

- Όταν πρόκειται για τη δημοσίευση οπτικού υλικού που μπορεί να περιέχει ωμότητες, σκληρές σκηνές, υβριστικού ή και πορνογραφικού περιεχομένου, τότε χρησιμοποιείται επιλεκτικά το υλικό με το λιγότερο, ενδεχομένως, προσβλητικό περιεχόμενο

27. Επιθετικός λόγος και πράξεις βίας

Οι δηλώσεις μίσους και οι πράξεις βίας είναι από τη φύση τους προσβλητικές. Η ρητορική του μίσους χρησιμοποιείται, όλο και περισσότερο, για να τονίσει διακρίσεις και να προάγει τον ρατσισμό. Το ζήτημα είναι το που εντοπίζεται η διαχωριστική γραμμή, τι θα έπρεπε να γράφουμε και να φωτογραφίζουμε και τι όχι. Ο δημοσιογράφος οφείλει να αξιολογεί το προφίλ του ομιλητή, την προσέγγιση του λόγου, την πρόθεσή του ως προς το περιεχόμενο και τον τύπο της ομιλίας και το οικονομικό κοινωνικό και πολιτικό κλίμα, στο οποίο αναφέρεται. Είναι υποχρέωση και καθήκον του / της δημοσιογράφου να αναλύει το τι δίνει ώθηση σε τέτοιου είδους λόγους και να ελέγχει τους ισχυρισμούς αυτών που προωθούν τέτοιου είδους συμπεριφορές. Οι όποιες στενόμυαλες αντιλήψεις και προσεγγίσεις θα πρέπει, σε κάθε περίπτωση, να εξισορροπούνται ως προς τις αντίθετες φωνές με μετριοπάθεια. Ο δημοσιογράφος πρέπει να κάνει πάντα το τεστ 5 ερωτήσεων. Εάν η θέση ή το καθεστώς του ομιλητή θα μπορούσε να επηρεάσει τα κίνητρά του και εάν θα πρέπει να τους ακουστούν τα λόγια του ή απλά να αγνοηθούν. Εάν η απήχηση της ομιλίας είναι μεγάλη και εάν υπάρχει μοτίβο συμπεριφοράς. Εάν διακρίνονται οι στόχοι της ομιλίας και πως ωφελείται το συμφέρον του ομιλητή. Εάν είναι προφανής ο σκοπός του να βλάψει τους άλλους. Εάν συνάγεται από το περιεχόμενο της ομιλίας ότι είναι επικίνδυνη και θα μπορούσε να υποκινήσει τη βία. Από το οικονομικό, κοινωνικό και πολιτικό κλίμα, το ποιος θα μπορούσε να επηρεαστεί θετικά ή αρνητικά και εάν υπάρχει ιστορικό συγκρούσεων ή διακρίσεων.

- Ο δημοσιογράφος οφείλει να αξιολογεί το προφίλ του ομιλητή, την προσέγγιση του λόγου, την πρόθεσή του ως προς το περιεχόμενο και τον τύπο της ομιλίας και το οικονομικό κοινωνικό και πολιτικό κλίμα, στο οποίο αναφέρεται
- Είναι υποχρέωση και καθήκον του / της δημοσιογράφου να αναλύει το τι δίνει ώθηση σε τέτοιου είδους λόγους και να ελέγχει τους ισχυρισμούς αυτών που προωθούν τέτοιου είδους συμπεριφορές
- Οι όποιες στενόμυαλες αντιλήψεις και προσεγγίσεις θα πρέπει, σε κάθε περίπτωση, να εξισορροπούνται ως προς τις αντίθετες φωνές με μετριοπάθεια
- Ο δημοσιογράφος πρέπει να κάνει πάντα να εξετάζει: Τη θέση ή το καθεστώς του ομιλητή. Την απήχηση της ομιλίας. Τους στόχους της ομιλίας. Το περιεχόμενο και τη μορφή της ομιλίας. Το οικονομικό, κοινωνικό και πολιτικό κλίμα

28. Αυτοκτονίες

Μια γενικότερη «αρχή» που επικρατεί είναι να μην δημοσιεύεται το σύνολο των αυτοκτονιών, αλλά κυρίως των προσώπων που είναι διάσημοι, καθώς και εκείνες που γίνονται σε δημόσιο χώρο και υπάρχουν πολλοί μάρτυρες. Εάν το εμπλεκόμενο πρόσωπο δεν είναι γνωστό στο ευρύ κοινό, οι Δημοσιογράφοι πρέπει να ρωτούν κατ' αρχάς εάν η αυτοκτονία προκάλεσε δημόσια αναστάτωση. Στις περισσότερες περιπτώσεις, αποφεύγεται να δίνονται λεπτομέρειες σχετικά με το πώς έλαβε χώρα μια αυτοκτονία, έτσι ώστε να μη χρησιμοποιηθεί ως οδηγός από άλλους ανθρώπους. Συστήνεται, με κάθε τέτοια είδηση, να δίνονται και πληροφορίες για την πρόληψη αυτοκτονίας. Για παράδειγμα, να παρατίθεται η τηλεφωνική γραμμή παρέμβασης για την αυτοκτονία. Δεν πρέπει να παρουσιάζονται οι αυτοκτονίες ως ηρωικές ή ρομαντικές πράξεις. Ιδιαίτερη προσοχή στη γλώσσα. Να προτιμάται η φράση «αφαίρεσε τη ζωή του» και όχι «αυτοκτόνησε». Επίσης, να αποφεύγεται ο όρος «επιτυχημένη προσπάθεια αυτοκτονίας», όπως επίσης και «αποτυχημένη απόπειρα αυτοκτονίας».

- Αξιολογείται εάν η είδηση μιας αυτοκτονίας έχει αξία για το δημόσιο ενδιαφέρον
- Δε δίνονται λεπτομέρειες για την αυτοκτονία, καθώς μπορεί να αποτελέσει παράδειγμα προς μίμηση
- Συστήνεται, με κάθε τέτοια είδηση, να δίνονται και πληροφορίες για την πρόληψη αυτοκτονίας
- Δεν πρέπει να παρουσιάζονται οι αυτοκτονίες ως ηρωικές ή ρομαντικές πράξεις
- Ιδιαίτερη προσοχή στη γλώσσα. Να προτιμάται η φράση «αφαίρεσε τη ζωή του» και όχι «αυτοκτόνησε». Επίσης, να αποφεύγεται ο όρος «επιτυχημένη προσπάθεια αυτοκτονίας», όπως επίσης και «αποτυχημένη απόπειρα αυτοκτονίας»

29. Υπογραφή Συντάκτη

Η υπογραφή συντάκτη πρέπει να συνοδεύει το ρεπορτάζ, ειδικά όταν ο δημοσιογράφος βρισκόταν στην τοποθεσία που επισημαίνεται βάσει ημερομηνίας, ώστε να συγκεντρώσει την πληροφορία που μεταδίδει. Σημασία

- Εάν ένας δημοσιογράφος παρέχει πληροφορία σε ένα μέλος της συντακτικής ομάδας, το οποίο γράφει

πάντα έχει να σφραγίζεται με αυτό τον τρόπο η γνησιότητα ενός ενημερωτικού περιεχομένου. Εάν ένας δημοσιογράφος παρέχει πληροφορία σε ένα μέλος της συντακτικής ομάδας, το οποίο γράφει το θέμα, τότε για την πληροφορία αυτή ο ρεπόρτερ συνυπογράφει. Πρέπει να υπογράφονται από φωτογράφους, ανταποκριτές, και μέλη τηλεοπτικού συνεργείου, τα ρεπορτάζ στα οποία διέθεσαν πληροφορίες, δίχως τις οποίες δεν θα υπήρχε το θέμα. Εάν πολλαπλά μέλη της συντακτικής ομάδας γράφουν το θέμα, η υπογραφή εναπόκειται στην κρίση του αρχισυντάκτη. Γενικά, η υπογραφή θα πρέπει να πάει σε εκείνο το μέλος της συντακτικής ομάδας που μετέδωσε τα γεγονότα-κλειδιά του θέματος. Η σήμανση ημερομηνίας επί του ρεπορτάζ λέει στον αναγνώστη πότε και πού ο δημοσιογράφος πήρε τη βασική πληροφορία για ένα θέμα. Εάν ένας δημοσιογράφος καλύπτει ένα θέμα σε μια τοποθεσία Α και μετά κάνει ζωντανή ανταπόκριση (live) από μια τοποθεσία Β, τότε η σήμανση πρέπει να είναι για την τοποθεσία Β. Γενικώς αποτελεί καθήκον του Μέσου να αναρτά σε διακριτό σημείο τα στοιχεία της ταυτότητάς του και ειδικά των Δημοσιογράφων που κάνουν ρεπορτάζ ή προΐστανται στο Μέσο. Ταυτόχρονα πρέπει να υπάρχει ένα σαφές και αναλυτικό οργανόγραμμα με τα άτομα που στελεχώνουν τη Δημοσιογραφική Διοίκηση, με αναλυτικές αναφορές σχετικά με τα καθήκοντα και τις αρμοδιότητές τους.

το θέμα, τότε για την πληροφορία αυτή ο ρεπόρτερ συνυπογράφει

- Πρέπει τα θέματα να υπογράφονται από φωτογράφους, ανταποκριτές, και μέλη τηλεοπτικού συνεργείου, τα ρεπορτάζ στα οποία διέθεσαν πληροφορίες, δίχως τις οποίες δεν θα υπήρχε το θέμα
- Εάν πολλαπλά μέλη της συντακτικής ομάδας γράφουν το θέμα, η υπογραφή εναπόκειται στην κρίση του αρχισυντάκτη. Γενικά, η υπογραφή θα πρέπει να πάει σε εκείνο το μέλος της συντακτικής ομάδας που μετέδωσε τα γεγονότα-κλειδιά του θέματος
- Σήμανση ημερομηνίας επί του ρεπορτάζ. Η σήμανση λέει στον αναγνώστη πότε και πού ο δημοσιογράφος πήρε τη βασική πληροφορία για ένα θέμα
- Εάν ένας δημοσιογράφος καλύπτει ένα θέμα σε μια τοποθεσία Α και μετά κάνει ζωντανή ανταπόκριση (live) από μια τοποθεσία Β, τότε η σήμανση πρέπει να είναι για την τοποθεσία Β
- Αποτελεί καθήκον του Μέσου να αναρτά σε

διακριτό σημείο τα
στοιχεία της ταυτότητάς
του και ειδικά των
Δημοσιογράφων που
κάνουν ρεπορτάζ ή
προϊστανται στο Μέσο

30. Λογοκλοπή - Χρήση υλικού από άλλες δημοσιογραφικές πηγές

Η ιδιοποίηση κειμένων, εικόνων, ήχων & γραφικών, που έχουν δημιουργήσει άλλοι, συνιστά έναν μεγάλο πειρασμό, ιδιαίτερα στην εποχή του Διαδικτύου. Αυτό δημιουργεί προβλήματα, όχι μόνο σε σχέση με τα πνευματικά δικαιώματα και τον Κώδικα Ηθικής και Δεοντολογίας, αλλά και σε σχέση με την ποιότητα των κειμένων που καταλήγουν στους αναγνώστες. Ως λογοκλοπή ορίζεται παραδοσιακά η χρήση του έργου ή μέρους του έργου κάποιου άλλου, το οποίο στη συνέχεια το παρουσιάζει κανείς ως δικό του, ανεξάρτητα από το εάν υπάρχει πρόθεση ή όχι. Συγκεκριμένα, λογοκλοπή στη δημοσιογραφία υπάρχει κάθε φορά που: α) Ο δημοσιογράφος χρησιμοποιεί ολόκληρο το έργο, λέξεις ή ιδέες ενός άλλου δημιουργού χωρίς να γίνεται αναφορά στην πηγή από την οποία αντλήθηκαν αυτές τις πληροφορίες. β) Παραθέτει αυτούσιες φράσεις ή προτάσεις από κάποια πηγή χωρίς να τις περικλείει σε εισαγωγικά «...» και χωρίς να αναφέρει την πηγή από την οποία προέρχονται. γ) Παραφράζει, δηλαδή παρουσιάζει με δικό του λόγο και ύφος κάποια πληροφορία ή τα επιχειρήματα ενός συγγραφέα, χωρίς να αναφέρεται στην πρωτότυπη πηγή. δ) Παραποιεί ή αλλοιώνει πληροφορίες ή δεδομένα από κάποια άλλη πηγή. ε) Αναλαμβάνει να κάνει την εργασία άλλου ατόμου ή και αντίθετα (όταν αναθέτει σε κάποιον άλλο να κάνει τη δική του εργασία). Προκειμένου να αποφευχθούν οι κατηγορίες για λογοκλοπή, πρέπει να αναφέρονται όλες οι πηγές που χρησιμοποιήθηκαν για την ολοκλήρωση ενός θέματος. Επίσης, πρέπει να χρησιμοποιούνται παραπομπές για όλες τις επί λέξει παραθέσεις από έργα άλλων δημιουργών, εφόσον η αυτολεξεί παράθεση

- Οι Δημοσιογράφοι φέρονται στους άλλους όπως θα ήθελαν αυτοί να φερθούν σε αυτούς όταν σκέφτονται αν θα αναφέρουν ή όχι την πηγή μιας πληροφορίας που πήραν από κάποιο άλλο Μέσο Ενημέρωσης. Αντίστοιχη προσέγγιση πρέπει να υπάρχει, όταν χρησιμοποιούνται φωτογραφίες ή αναρτήσεις στα social media.
- Το να κάνει λάθος ο δημοσιογράφος αναφέροντας την πηγή είναι πιο ασφαλές, τόσο από ηθική όσο και από νομική άποψη, απ' ό,τι το να μην την αναφέρει καθόλου
- Η χρήση υλικού από τρίτους, το οποίο ο δημοσιογράφος εξέλαβε ως δικό του, αποτελεί την πιο συχνή παράβαση
- Οποιοδήποτε τύπου λογοκλοπή είναι

χωρίς εισαγωγικά και χωρίς αναφορά στην πηγή συνιστά, επίσης, λογοκλοπή. Με μια πολύ απλή διατύπωση σχετικά με τη λογοκλοπή «ποτέ μην ιδιοποιείσαι τη δουλειά άλλων». Ο χρυσός κανόνας της δημοσιογραφίας λέει: «φέρσου στους άλλους όπως θα ήθελες αυτοί να φερθούν σε σένα», όταν σκέφτεσαι αν θα αναφέρεις ή όχι την πηγή μιας πληροφορίας που πήρες από κάποιο άλλο Μέσο Ενημέρωσης. Αντίστοιχη προσέγγιση πρέπει να υπάρχει, όταν χρησιμοποιούνται φωτογραφίες ή αναρτήσεις στα social media. Η χρήση τέτοιου υλικού χωρίς τη σχετική αναφορά αποτελεί ηθικό παράπτωμα. Σε γενικές γραμμές, το να κάνει λάθος ο δημοσιογράφος αναφέροντας την πηγή είναι πιο ασφαλές, τόσο από ηθική όσο και από νομική άποψη, απ' ό,τι το να μην την αναφέρει καθόλου. Στην περίπτωση που έχει γίνει λάθος στην αναφορά του δημιουργού του έργου, αλλά έχει αναφερθεί η προέλευσή του, είναι πιο εύκολο να διορθώσει κανείς αυτό το λάθος χωρίς να το χρεωθεί ο ίδιος. Η σύγχυση, η χρήση δηλαδή υλικού από τρίτους, το οποίο ο δημοσιογράφος εξέλαβε ως δικό του, αποτελεί την πιο συχνή δικαιολογία για τη λογοκλοπή, ενώ άλλες φορές οι Δημοσιογράφοι λένε ότι ξέχασαν να προσθέσουν κάποια αναφορά ή έναν σύνδεσμο σε υλικό που χρησιμοποίησαν, παρότι είχαν διάθεση να το κάνουν. Στον βαθμό που αυτές οι δικαιολογίες είναι ειλικρινείς, υπάρχουν αποτελεσματικοί τρόποι για να αποφεύγονται τέτοιου είδους προβλήματα. Οποιοδήποτε τύπου λογοκλοπή είναι απαράδεκτη και η οποιαδήποτε μη χαρακτηρισμένη αντιγραφή αποτελεί θεμελιώδη παραβίαση της δημοσιογραφικής δεοντολογίας. Ο Οργανισμός ίσως αντιμετωπίσει νομικά προβλήματα αν θεωρηθεί ότι το προσωπικό του «κλέβει» περιεχόμενο από τους άλλους. Στην παρουσίαση ακόμη και ενός δελτίου Τύπου ως δημοσιογραφικού κειμένου υπάρχει, επίσης, θέμα δημοσιογραφικής ηθικής. Θεωρείται αδιανόητο η δημοσιογραφική διεύθυνση να προτρέψει τη συντακτική ομάδα να προβεί σε κλοπή πνευματικής ιδιοκτησίας για δήθεν λόγους πληρότητας της ειδησεογραφίας.

απαράδεκτη και η οποιαδήποτε μη χαρακτηρισμένη αντιγραφή αποτελεί θεμελιώδη παραβίαση της δημοσιογραφικής δεοντολογίας

- Στην παρουσίαση ακόμη και ενός δελτίου Τύπου ως δημοσιογραφικού κειμένου υπάρχει, επίσης, θέμα δημοσιογραφικής ηθικής
- Η δημοσιογραφική διεύθυνση δεν προτρέπει τη συντακτική ομάδα να προβεί σε κλοπή πνευματικής ιδιοκτησίας για δήθεν λόγους πληρότητας της ειδησεογραφίας.

31. Τεκμηρίωση Περιεχομένου από χρήστες

Στη σύγχρονη εποχή, η ικανότητα της συγκέντρωσης περιεχομένου -ύλης-ειδήσεων, από κοινωνικά δίκτυα και άλλες πηγές, όπως είναι τα Μέσα κοινωνικής δικτύωσης (social media), συνιστά ένα απαραίτητο εργαλείο για τον δημοσιογράφο. Σε κάθε περίπτωση, όμως, η χρήση αυτού του εργαλείου πρέπει να γίνεται με τέτοιο τρόπο, ώστε να διασφαλίζεται η εγκυρότητα της παρεχόμενης πληροφορίας, καθώς το περιεχόμενο από κοινό ή άγνωστους δρώντες τείνει να γίνει όχημα διασποράς παραπληροφόρησης και θεωριών συνωμοσίας. Ως Περιεχόμενο που δημιουργείται από τους Χρήστες (User Generated Content-UGC) ορίζεται κάθε μορφή περιεχομένου, όπως blogs, wikis, συζητήσεις σε φόρουμ, αναρτήσεις, συζητήσεις σε chat rooms, tweets, podcasting, ψηφιακές εικόνες, βίντεο, ηχητικά αρχεία, διαφημίσεις και οποιαδήποτε άλλη μορφή οπτικοακουστικής δομής, η οποία δημιουργήθηκε από χρήστες ενός online συστήματος ή υπηρεσίας, και η οποία είναι συχνά διαθέσιμη μέσω των ιστοτόπων κοινωνικής δικτύωσης. Ο όρος UGC χρησιμοποιείται κυρίως στη βιομηχανία των ειδήσεων για περιεχόμενο με συντακτική αξία, το οποίο παράχθηκε από μη δημοσιογράφους. Ο όρος συχνά αναφέρεται στη Δημοσιογραφία των Πολιτών, όταν μέλη του κοινού αποτυπώνουν ειδησεογραφικά γεγονότα με δικά τους Μέσα και συσκευές, είτε κατά τύχη, είτε επειδή εσκεμμένα κυνηγούν/ερευνούν ένα θέμα. UGC μπορεί να βρεθεί μέσω των κοινωνικών δικτύων, αλλά μπορεί εξίσου να δοθεί σ' έναν ρεπόρτερ στο σημείο όπου διαδραματίζεται το ειδησεογραφικό γεγονός ή να του αποσταλεί. Η συνεργασία με το κοινό δίνει τη δυνατότητα στον δημοσιογράφο, με τη βοήθεια σημαντικών πληροφοριών και εντυπωσιακών εικόνων, να προσδώσει νέα διάσταση στην είδηση που καλύπτει και πολλές φορές σε τέτοιο βαθμό, που σε διαφορετική περίπτωση, είτε θα περνούσε απαρατήρητη είτε θα αντιμετωπιζόταν ως ήσσονος σημασίας. Σε ορισμένες περιπτώσεις, μάλιστα, το κοινό είναι αυτό που καλύπτει σε ποσοστό 100% ένα γεγονός. Εσχάτως το υλικό αυτό, ύστερα από επεξεργασία και σύνθεση, ενσωματώνεται στις ειδήσεις με τη μορφή παραγωγής βίντεο εικονικής πραγματικότητας (VR). Ωστόσο, το UGC εγείρει έναν ευρύ προβληματισμό, με ηθικό περιεχόμενο σχετικά με

- Το Μέσο ενθαρρύνει τους δημοσιογράφους να χρησιμοποιούν UGC, αλλά δεν παύει να προειδοποιεί ότι θα πρέπει να αποφεύγεται πάση θυσία η δημοσίευση ανακρίβειών
- Ο δημοσιογράφος έχει τις γνώσεις και τα τεχνικά Μέσα για την πιστοποίηση της πληροφορίας
- Οι Δημοσιογράφοι αναγνωρίζουν την πόλωση και τον κίνδυνο θερμών διαλόγων ή τη ρητορική του μίσους και τον κεκαλυμμένο ρατσισμό, αποφεύγοντας να κάνουν χρήση τέτοιου περιεχομένου
- Εάν η πληροφορία δεν μπορεί να επαληθευτεί σε ικανοποιητικό βαθμό, δεν θα πρέπει να χρησιμοποιείται
- Η διαφάνεια είναι ένα μέσο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την επαλήθευση μιας είδησης. Η διάδοσή του (με τη διευκρίνιση ότι πρόκειται για πληροφορία όχι πλήρως εξακριβωμένη ώστε να αποφευχθεί η εξάπλωση ανακριβών πληροφοριών) και ταυτόχρονη έκκληση για επιπλέον πληροφορίες από το κοινό, μπορεί να

το πόσο ακριβές και έγκυρο είναι το περιεχόμενο που διαμοιράζεται από χρήστες, καθώς και οι διαστάσεις προστασίας των προσωπικών δεδομένων και της πνευματικής ιδιοκτησίας. Το Μέσο ενθαρρύνει τους δημοσιογράφους να χρησιμοποιούν UGC, εντούτοις δεν παύει να προειδοποιεί ότι θα πρέπει να αποφεύγεται πάση θυσία η δημοσίευση ανακρίβειών, που θα οδηγούσαν στην παραπληροφόρηση του κοινού. Γι' αυτό τον λόγο διαθέτει τα τεχνικά Μέσα και το εξειδικευμένο προσωπικό για την πιστοποίηση της πληροφορίας. Το Μέσο πρέπει να εκπαιδεύει όλο το προσωπικό για τη διενέργεια ελέγχων αξιοπιστίας πηγών και ακρίβειας γεγονότων (verification & fact checking). Οι Δημοσιογράφοι πρέπει να είναι σε θέση να διερευνούν πιο βαθιά μια ιστορία και να αναγνωρίζουν την πόλωση και τον κίνδυνο θερμών διαλόγων ή τη ρητορική του μίσους και τον κεκαλυμμένο ρατσισμό, αποφεύγοντας να κάνουν χρήση τέτοιου περιεχομένου. Επιπλέον, πρέπει να εξασφαλίζεται η προστασία της προσωπικότητας, της ασφάλειας και των προσωπικών δεδομένων των «άτυπων» συνεργατών. Η επαλήθευση πρέπει να προηγείται οποιασδήποτε άλλης ενέργειας. Ο δημοσιογράφος πρέπει να ελέγχει κάθε UGC, με τη βοήθεια όλων των διαθέσιμων τεχνολογικών και ανθρώπινων Μέσων, μέχρι την επιβεβαίωση της ακρίβειάς της. Εάν η είδηση δεν μπορεί να επαληθευτεί σε ικανοποιητικό βαθμό, δεν θα πρέπει να χρησιμοποιείται. Η διαφάνεια είναι ένα μέσο που μπορεί να χρησιμοποιηθεί για την επαλήθευση μιας είδησης. Εφόσον ένα UGC διαθέτει ένα βασικό επίπεδο αληθοφάνειας, η διάδοσή του (με τη διευκρίνιση ότι πρόκειται για πληροφορία όχι πλήρως εξακριβωμένη) και η ταυτόχρονη έκκληση για επιπλέον πληροφορίες από το κοινό, μπορεί να οδηγήσει στην επιβεβαίωσή της. Όσο περισσότερες λεπτομέρειες συλλέξει ο δημοσιογράφος, τόσο το καλύτερο. Αν τελικά αποδειχθεί ότι η είδηση είναι ανακριβής και ο δημοσιογράφος αντιληφθεί ότι έχει να κάνει με αναξιόπιστο υλικό, θα πρέπει ο ίδιος να εξηγήσει τι ακριβώς συνέβη. Ωστόσο, αυτή η προσέγγιση συνεχίζει να ενέχει τον κίνδυνο εξάπλωσης ανακριβών πληροφοριών και παραπληροφόρησης των αναγνωστών, έστω και πρόσκαιρης. Η προσφυγή στη βοήθεια τρίτων, συμπεριλαμβανομένων άλλων ειδησεογραφικών

οδηγήσει στην επιβεβαίωσή της

- Όσο περισσότερες λεπτομέρειες συλλέξει ο δημοσιογράφος, τόσο το καλύτερο. Αν τελικά αποδειχθεί ότι η είδηση είναι ανακριβής και ο δημοσιογράφος αντιληφθεί ότι έχει να κάνει με αναξιόπιστο υλικό, θα πρέπει ο ίδιος να εξηγήσει τι ακριβώς συνέβη
- Η προσφυγή στη βοήθεια τρίτων, συμπεριλαμβανομένων άλλων ειδησεογραφικών οργανισμών ή συναδέλφων από άλλα Μέσα Ενημέρωσης, είναι επίσης ένα μέσο που μπορεί να αξιοποιηθεί για την επαλήθευση ενός UGC
- Η λήψη άδειας για δημοσίευση πριν από τη χρήση οποιουδήποτε UGC είναι μία υποχρεωτική διαδικασία. Η άδεια πρέπει να αποδεικνύεται
- Η προέλευση του UGC θα πρέπει να αναφέρεται σε κάποια περίοπτη θέση ή να αναφέρεται από τον δημοσιογράφο, εκτός αν υπάρχουν διαφορετικές οδηγίες από τους ίδιους τους δημιουργούς του περιεχομένου

οργανισμών ή συναδέλφων από άλλα Μέσα Ενημέρωσης, είναι επίσης ένα μέσο που μπορεί να αξιοποιηθεί για την επαλήθευση ενός UGC. Σήμερα, η τεχνολογία δίνει όλα εκείνα τα απαραίτητα εργαλεία για εξακρίβωση της εγκυρότητας περιεχομένου από χρήστες. Όπως δίνει και τη δυνατότητα εξακρίβωσης της αλήθειας μέσω του UGC. Όταν ο δημοσιογράφος χρησιμοποιεί ή αναφέρεται σε UGC, θα πρέπει να είναι σαφής ως προς τον τρόπο αναφοράς του στο περιεχόμενο. Ιδιαίτερη προσοχή απαιτείται και στο ζήτημα της ορθής απόδοσης της πληροφορίας στην πηγή, είτε πρόκειται για λεζάντα φωτογραφίας, είτε για ηχητικό κλιπ, είτε για βίντεο, είτε ακόμη και για γράφημα. Η λήψη άδειας για δημοσίευση πριν από τη χρήση οποιουδήποτε UGC είναι μία υποχρεωτική διαδικασία, καθώς θεωρείται ότι έχει ιδιαίτερη σημασία να ενημερώνει κανείς τον δημιουργό για τον τρόπο με τον οποίο πρόκειται να χρησιμοποιηθεί το υλικό του. Η άδεια μπορεί να είναι γραπτή ή προφορική, επίσημη ή ανεπίσημη. Η προέλευση του UGC θα πρέπει να αναφέρεται σε κάποια περίοπτη θέση της οθόνης ή της ιστοσελίδας με ενεργό υπερσύνδεσμο ή να αναφέρεται από τον δημοσιογράφο, εκτός αν υπάρχουν διαφορετικές οδηγίες από τους ίδιους τους δημιουργούς του περιεχομένου. Όταν ένας δημοσιογράφος επικοινωνεί με έναν απλό άνθρωπο που βρίσκεται σε επικίνδυνη περιοχή -όπως ο τόπος ενός εγκλήματος ή ατυχήματος ή φυσικής καταστροφής ή μια εμπόλεμη ζώνη- θα πρέπει να τον παροτρύνει να παραμείνει σε ασφαλές σημείο. Οι πολίτες -μη επαγγελματίες Δημοσιογράφοι- δεν πρέπει ποτέ να καλούνται να συλλέξουν πληροφορίες σε μέρος που ενδέχεται να υπάρχει κίνδυνος για την ασφάλειά τους. Μερικές φορές, πρέπει να αποφεύγεται ακόμα και η απλή επικοινωνία με ανθρώπους που θα μπορούσαν να δώσουν κάποιες πληροφορίες, εάν κάτι τέτοιο ενδέχεται να τους θέσει σε κίνδυνο, είτε αποκαλύπτοντας την παρουσία τους στον χώρο είτε επειδή ακόμα και η απλή πράξη της επικοινωνίας μπορεί να τους αποσπάσει την προσοχή, με αποτέλεσμα τη χαλάρωση των επιβαλλόμενων μέτρων ασφαλείας. Σε τέτοιες περιπτώσεις, είναι καλύτερα να περιμένει ο δημοσιογράφος μέχρι να περάσει ο κίνδυνος. Οι Δημοσιογράφοι πρέπει να είναι σε θέση να αντιληφθούν τη συναισθηματική κατάσταση του «πολίτη δημοσιογράφου» και να θυμούνται ότι μπορεί ακόμα και

- Όταν ένας δημοσιογράφος επικοινωνεί με έναν απλό άνθρωπο που βρίσκεται σε επικίνδυνη περιοχή -όπως ο τόπος ενός εγκλήματος ή ατυχήματος ή φυσικής καταστροφής ή μια εμπόλεμη ζώνη- θα πρέπει να τον παροτρύνει να παραμείνει σε ασφαλές σημείο
- Οι μη επαγγελματίες Δημοσιογράφοι δεν πρέπει ποτέ να καλούνται να συλλέξουν πληροφορίες σε μέρος που ενδέχεται να υπάρχει κίνδυνος για την ασφάλειά τους
- Μερικές φορές, πρέπει να αποφεύγεται ακόμα και η απλή επικοινωνία με ανθρώπους που θα μπορούσαν να δώσουν κάποιες πληροφορίες, εάν κάτι τέτοιο ενδέχεται να τους θέσει σε κίνδυνο, είτε αποκαλύπτοντας την παρουσία τους στον χώρο είτε επειδή ακόμα και η απλή πράξη της επικοινωνίας μπορεί να τους αποσπάσει την προσοχή, με αποτέλεσμα τη χαλάρωση των επιβαλλόμενων μέτρων ασφαλείας
- Οι Δημοσιογράφοι πρέπει να είναι σε θέση να αντιληφθούν τη συναισθηματική κατάσταση του

να σπείρουν τον πανικό, δίνοντας οι ίδιοι για πρώτη φορά ανησυχητικές πληροφορίες στους ανθρώπους με τους οποίους επικοινωνούν. Θα πρέπει, επίσης, να επιδεικνύεται ιδιαίτερη ευαισθησία κατά την επικοινωνία με ανθρώπους που μόλις έχουν υποστεί μια σημαντική προσωπική απώλεια. Σε τέτοιες καταστάσεις θα πρέπει ενδεχομένως να αποφεύγεται η συλλογή πληροφοριών UGC. Ιδιαίτερη προσοχή απαιτείται με τη διαχείριση της εικόνας, καθώς η αποκάλυψη της ταυτότητας ανθρώπων που εμφανίζονται, ενδεχομένως χωρίς οι ίδιοι να το γνωρίζουν, σε φωτογραφίες ή βίντεο, μπορεί να τους θέσει σε κίνδυνο. Κατά συνέπεια, πρέπει να επιδιώκεται η συναίνεση των ανθρώπων αυτών πριν από τη δημοσίευση-προβολή τέτοιου τύπου περιεχομένου, αλλιώς θα πρέπει είτε να περικόπτονται οι εικόνες αυτές είτε να καλύπτονται τα πρόσωπά τους. Θα πρέπει, δηλαδή, να προηγείται της δημοσίευσης κάποια επεξεργασία, που θα εγγυάται ότι δεν θα μπορεί να γίνει ταυτοποίηση των εμφανιζομένων.

«δημοσιογράφου-πολίτη» και να θυμούνται ότι μπορεί ακόμα και να σπείρουν τον πανικό, δίνοντας οι ίδιοι για πρώτη φορά ανησυχητικές πληροφορίες στους ανθρώπους με τους οποίους επικοινωνούν

- Θα πρέπει, επίσης, να επιδεικνύεται ιδιαίτερη ευαισθησία κατά την επικοινωνία με ανθρώπους που μόλις έχουν υποστεί μια σημαντική προσωπική απώλεια. Σε τέτοιες καταστάσεις θα πρέπει ενδεχομένως να αποφεύγεται η συλλογή UGC
- Ιδιαίτερη προσοχή απαιτείται με τη διαχείριση της εικόνας, καθώς η αποκάλυψη της ταυτότητας ανθρώπων που εμφανίζονται, ενδεχομένως χωρίς οι ίδιοι να το γνωρίζουν, σε φωτογραφίες ή βίντεο, μπορεί να τους θέσει σε κίνδυνο

32. Ειδήσεις και Διαφήμιση

Οι Δημοσιογράφοι δεν είναι διαφημιστές. Χρειάζεται μεγάλη προσοχή όταν αναφέρουν χορηγίες προγράμματος και θα πρέπει να αποφεύγουν την γκρίζα διαφήμιση. Η αξιολόγηση του διαφημιστικού

- Οι διαφημιστές μπορούν να ζητούν ειδικά θεματικά αφιερώματα κατά παραγγελία, προκειμένου να εντάξουν σε αυτά τη

περιεχομένου θα πρέπει να γίνεται πριν από τη μετάδοση ή την έκδοση και θα πρέπει να υπακούει στους όρους του εσωτερικού κώδικα περί διαφήμισης και σε άλλα κριτήρια. Κάθε παρέκκλιση θα πρέπει άμεσα να αναφέρεται στην αρμόδια εσωτερική υπηρεσία και να τηρούνται αρχεία. Δημοσιογραφικά δημοσιεύματα, τα οποία παραπέμπουν σε επιχειρήσεις και στα προϊόντα τους, σε υπηρεσίες ή εκδηλώσεις, δεν μπορούν να υπερβαίνουν τα όρια της έμμεσης διαφήμισης. Η υπέρβαση των ορίων είναι ιδίως πιθανή, όταν οι δημοσιεύσεις ξεπερνούν το δικαιολογημένο δημόσιο συμφέρον ή το δικαίωμα του αναγνώστη για πληροφόρηση. Η αξιοπιστία του Μέσου ως πηγής πληροφόρησης επιτάσσει ιδιαίτερη επιμέλεια κατά τη διαχείριση υλικού δημόσιων σχέσεων, καθώς και κατά την κατάρτιση ιδίων δημοσιογραφικών οδηγιών από την εκάστοτε σύνταξη. Η ενσωματωμένη διαφήμιση μπορεί να περιλαμβάνει άρθρα που φέρουν σαφώς συγκεκριμένες οπτικές γωνίες ή εμπεριέχουν αναφορές σε συγκεκριμένο προϊόν, όπως έχουν καθοριστεί από τον διαφημιστή. Ο διαφημιστής μπορεί να παράσχει ολόκληρο το κείμενο και να ζητάει να προωθήσει το υλικό του Μέσα από τις πλατφόρμες του Μέσου Ενημέρωσης στα Social Media. Ο κίνδυνος που ελλοχεύει είναι εμφανής και αφορά στο να κινδυνεύσει η αξιοπιστία του Μέσου Ενημέρωσης, στην περίπτωση που ξεπεραστούν κάποια σαφή όρια. Σε κάθε περίπτωση, γίνεται παραπομπή στη συγκεκριμένη πολιτική για τον περιορισμό των κινδύνων, Μέσα από τον εσωτερικό κώδικα διαφήμισης, έτσι ώστε να αποφεύγονται παρεξηγήσεις και συγκρούσεις και να μειώνεται το οικονομικό ή ανθρώπινο κόστος από τυχόν διαμεσολαβήσεις ή αγωγές. Στο πλαίσιο του ίδιου κώδικα διαφήμισης, διασφαλίζεται η διαφάνεια ως κρίσιμο πρότυπο ποιότητας στη δημοσιογραφία. Η διοίκηση περιγράφει με σαφήνεια τη σχέση του Οργανισμού με τους διαφημιστές. Μια γενική αρχή είναι ότι το υλικό της διαφήμισης θα πρέπει να αναγνωρίζεται ως τέτοιο με κάποιον τρόπο σήμανσης και να διαχωρίζεται σαφώς από το δημοσιογραφικό προϊόν. Για τις πληρωμένες καταχωρίσεις, άλλωστε, ισχύουν οι κανόνες περί διαφήμισης. Σύμφωνα με αυτούς, οι καταχωρίσεις πρέπει να διαμορφώνονται κατά τρόπο ώστε η διαφήμιση να είναι σαφώς διακριτή ως τέτοια για

χορηγία τους, και το Μέσο είναι επιτρεπτό να τα παράγει

- Οι διαφημιστές, δεν είναι θεμιτό να έχουν λόγο σχετικά με το περιεχόμενο του ειδησεογραφικού ρεπορτάζ εν γένει, ή να έχουν ανάμιξη στο περιεχόμενο που παράγεται από δημοσιογράφους
- Αν οι διαφημιστές θέλουν ένα κείμενο ωσει ρεπορτάζ να ενταχθεί στο εκάστοτε αφιέρωμα, θα πρέπει να αναφέρεται ρητώς ότι πρόκειται για διαφημιστικό κείμενο
- Για να εξασφαλιστεί ότι το διαφημιστικό περιεχόμενο ξεχωρίζει σαφώς από το δημοσιογραφικό, ενδεδειγμένοι τρόποι είναι να χρησιμοποιείται άλλο χρώμα για το υπόβαθρο, άλλη γραμματοσειρά ή να διαχωρίζεται από το δημοσιογραφικό περιεχόμενο
- Τα posts που δημοσιεύονται στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) δια των λογαριασμών του Μέσου, κοινοποιώντας παράλληλα υπερσύνδεσμο σε διαφημιστικό υλικό, πρέπει να φέρουν σαφή

το κοινό, και ως εκ τούτου, σαφώς διακρινόμενη από το εκάστοτε δημοσιογραφικό περιεχόμενο. Οι διαφημιστές μπορούν να ζητούν ειδικά θεματικά αφιέρωματα κατά παραγγελία, προκειμένου να εντάξουν σε αυτά τη χορηγία τους, και το Μέσο είναι επιτρεπτό να τα παράγει. Οι διαφημιστές, όμως, δεν είναι θεμιτό να έχουν λόγο σχετικά με το περιεχόμενο του ρεπορτάζ εν γένει και φωτογραφικού υλικού, πιο συγκεκριμένα, ή να έχουν ανάμιξη στο περιεχόμενο που παράγεται από δημοσιογράφους. Αν οι διαφημιστές θέλουν ένα κείμενο ωσεί ρεπορτάζ να ενταχθεί στο εκάστοτε αφιέρωμα, θα πρέπει να αναφέρεται ρητώς ότι πρόκειται για διαφημιστικό κείμενο. Προτεινόμενη ορολογία γι' αυτές τις περιπτώσεις: «Χορηγούμενο περιεχόμενο – Ξένη δημοσίευση». Για να εξασφαλιστεί ότι το διαφημιστικό περιεχόμενο ξεχωρίζει σαφώς από το δημοσιογραφικό, ενδεδειγμένοι τρόποι είναι να χρησιμοποιείται άλλο χρώμα για το υπόβαθρο, άλλη γραμματοσειρά ή να διαχωρίζεται από το δημοσιογραφικό περιεχόμενο με έντονη γραμμή. Στα Μέσα Κοινωνικής Δικτύωσης (Social Media) μέσω των λογαριασμών του Μέσου, το διαφημιστικό υλικό, φέρει σαφή ένδειξη ότι πρόκειται για χορηγούμενο ή διαφημιστικό περιεχόμενο. Η διοίκηση του Μέσου έχει υιοθετήσει πολιτικές που διασφαλίζουν με σαφήνεια τον διαχωρισμό μεταξύ ενημερωτικού και διαφημιστικού περιεχομένου. Η Διοίκηση έχει συγκροτήσει Μηχανισμούς Ελέγχου και Ανταγωνιστικότητας για τη διασφάλιση της ανεξαρτησίας του συντακτικού περιεχομένου από τους διαφημιστές, όπως και από κάθε άλλο συμφέρον. Οι σχέσεις του Μέσου με τους διαφημιστές είναι διαφανείς και βασίζονται σε σαφείς διαδικασίες για την παρουσίαση της διαφήμισης. Οι διαφημιζόμενοι και διαφημιστές έχουν τους δικούς τους κώδικες ηθικής και τις δικές τους απόψεις γύρω από τα Μέσα και την ποιότητά τους. Βλέπουν τη διαφήμιση όχι μόνο ως ευκαιρία οικονομικής ανάπτυξης, ανταγωνισμού, καινοτομίας, προκλήσεων και απασχόλησης, αλλά και ως εργαλείο που υποστηρίζει τη βιώσιμη ανάπτυξη, την κοινωνική ευθύνη και την εταιρική διακυβέρνηση. Οι δημοσιεύσεις τους Μέσα από Μέσα Ενημέρωσης θα πρέπει να συμπεριλαμβάνουν υπερσύνδεσμο (link) με

ένδειξη ότι πρόκειται για χορηγούμενο ή διαφημιστικό περιεχόμενο

- Η διοίκηση του Μέσου έχει υιοθετήσει πολιτικές που διασφαλίζουν με σαφήνεια τον διαχωρισμό μεταξύ ενημερωτικού και διαφημιστικού περιεχομένου
- Η Διοίκηση έχει συγκροτήσει Μηχανισμούς Ελέγχου και Ανταγωνιστικότητας για τη διασφάλιση της ανεξαρτησίας του συντακτικού περιεχομένου από τους διαφημιστές, όπως και από κάθε άλλο συμφέρον
- Οι σχέσεις του Μέσου με τους διαφημιστές είναι διαφανείς και βασίζονται σε σαφείς διαδικασίες για την παρουσίαση της διαφήμισης
- Οι διαφημιζόμενοι και διαφημιστές έχουν τους δικούς τους κώδικες ηθικής και τις δικές τους απόψεις γύρω από τα Μέσα και την ποιότητά τους. Όλες οι δημοσιεύσεις τους θα πρέπει να συμπεριλαμβάνουν υπερσύνδεσμο (link) με τον Κώδικα Δεοντολογίας Διαφημιζόμενων και Διαφημιστών

33. Εταιρική Διαφάνεια και Λογοδοσία

Είναι στη διακριτική ευχέρεια και πρόθεση του Μέσου αλλά και της οικοδομημένης εμπιστοσύνης που δείχνει στους δημοσιογράφους/συνεργάτες του, ώστε να αφήνει τους δεύτερους, για χάριν του άρθρου τους, να κάνουν αυτοαναφορικές δημοσιεύσεις για το Μέσο. Όταν ο ίδιος ο Οργανισμός γίνεται είδηση για διάφορους λόγους, οι αναφορές πρέπει να είναι εγκεκριμένες από έναν πεπειραμένο συντάκτη ή αρχισυντάκτη που έχει σχετικά καθήκοντα, αλλά όχι από τον διευθυντή σύνταξης ή τα διευθυντικά στελέχη του ομίλου. Υπό την ιδιότητα αυτή, ο συντάκτης αυτός έχει την ικανότητα να δώσει την πρέπουσα οπτική στην ιστορία, αλλά όχι εμπλέκοντας σε αυτή ζητήματα επιχειρηματικής ή διοικητικής φύσεως, γεγονός που μπορεί να τον οδηγήσει μακριά από τις απαραίτητες πληροφορίες που το θέμα πρέπει να μεταφέρει στο κοινό. Ο συντάκτης αυτός συστήνεται να είναι αυτός που έχει τον ρόλο του Public Editor. Η δημοσιογραφία δεν πρέπει να έχει όρια. Προϋπόθεση της ανεξαρτησίας του / της δημοσιογράφου πρέπει να είναι (όταν αυτό το απαιτήσει το αντικείμενο της δουλειάς του) και η ελευθερία του σε αναφορές εντός αρθρογραφίας. Ο Οργανισμός πρέπει να κάνει εξαρχής σαφή στον εργαζόμενο τα όρια Μέσα στα οποία του «επιτρέπει» να δρα. Ο δημοσιογράφος, στην περίπτωση που κάνει αναφορά στον δικό του Οργανισμό, θα πρέπει να την κάνει με στοχαστική πειθαρχία και γνώση αλλά και συνείδηση, ώστε το δημοσιευθέν άρθρο να μη θίγει το κύρος του Μέσου. Το Μέσο επίσης διαχειρίζεται με προσοχή τυχόν σχετικά θέματα για να μην πλήττει το κύρος των στελεχών του.

- Η δημοσιογραφία δεν έχει όρια. Προϋπόθεση της ανεξαρτησίας των Δημοσιογράφων πρέπει να είναι (όταν αυτό το απαιτήσει το αντικείμενο της δουλειάς του) και η ελευθερία του σε αναφορές εντός αρθρογραφίας
- Ο Οργανισμός κάνει εξαρχής σαφή στον εργαζόμενο τα όρια Μέσα στα οποία του «επιτρέπει» να δρα αλλά αυτά δε σχετίζονται με το ρεπορτάζ αλλά με την εταιρική ηθική ταυτότητα του Μέσου
- Ο δημοσιογράφος, στην περίπτωση που κάνει αναφορά στον δικό του Οργανισμό, θα πρέπει να την κάνει με στοχαστική πειθαρχία και γνώση αλλά και συνείδηση, ώστε το δημοσιευθέν άρθρο να μη θίγει το κύρος του Μέσου

34. Εργασιακές Σχέσεις - Παράλληλη Εργασία

Οι εργαζόμενοι θα πρέπει να είναι ελεύθεροι πέρα από τις βασικές τους υποχρεώσεις, αρκεί να μην προκύπτει σύγκρουση συμφερόντων. Σε κάθε περίπτωση, ακολουθούνται οι διατάξεις του Εσωτερικού Κανονισμού ή (αν δεν υπάρχει πρόβλεψη στον Κανονισμό) άλλης κανονιστικής/νομοθετικής πρόβλεψης. Τα άρθρα θα πρέπει να φέρουν την υπογραφή του/της δημοσιογράφου, ώστε να διαφαίνεται ξεκάθαρα στο κοινό η δραστηριότητά του. Θα πρέπει να αποφεύγεται η χρήση ψευδωνύμων ή η εκμετάλλευση του ονόματος του Μέσου, τόσο κατά την έρευνα και την προσέγγιση των πηγών όσο και κατά την τελική επεξεργασία του παραγόμενου προϊόντος. Σε κάποιες περιπτώσεις, Δημοσιογράφοι μπορεί να συνεργάζονται με ανταγωνιστικά Μέσα και να χρησιμοποιούν ψευδώνυμο. Σε αυτή την περίπτωση ο δημοσιογράφος, αντιδεοντολογικά, όχι μόνο παραποιεί την ταυτότητά του, αλλά αλλοιώνει και το περιεχόμενο. Ομοίως ο δημοσιογράφος δεν πρέπει να εκμεταλλεύεται το όνομα του δημοσιογραφικού οργανισμού όπου απασχολείται, στις υπόλοιπες δραστηριότητές του, και να υπάρχει διαφάνεια και διαχωρισμός όλων των δραστηριοτήτων σχετικών με το αντικείμενο. Δεοντολογικό ζήτημα αποτελούν και η διαθεσιμότητα του εργαζόμενου, καθώς και οι προτεραιότητές του ως προς την κύρια εργασία του. Σε περίπτωση έκτακτης επικαιρότητας ή αυξημένων απαιτήσεων, ο δημοσιογράφος θα πρέπει να είναι πλήρως διαθέσιμος στη βασική του θέση/εργασία και ενδεχομένως να πρέπει να λήξει τη συνεργασία του με άλλα Μέσα. Εσωτερικός μηχανισμός (αυτός που διευθύνει ο Public Editor) θα πρέπει να επιβλέπει εάν ο δημοσιογράφος έχει χρησιμοποιήσει υλικό (βίντεο, φωτογραφίες, πληροφορίες, σημειώσεις, πηγές), που έχει προκύψει κατά την κύρια απασχόλησή του για άλλο Μέσο στο οποίο εργάζεται ως συντάκτης. Το ρεπορτάζ αποτελεί πνευματικό προϊόν του/της δημοσιογράφου. Διατίθεται στο Μέσο Μέσα από τη σύμβαση εργασίας του. Ο δημοσιογράφος θα πρέπει να είναι προσεκτικός όταν ασκεί παράλληλες δραστηριότητες σε εταιρείες επικοινωνίας και δημόσιων σχέσεων, ειδικά εάν κατά αυτόν τον τρόπο εργάζεται έμμεσα ως επιστημονικός

- Τα άρθρα θα πρέπει να φέρουν την υπογραφή των συντακτών, ώστε να διαφαίνεται ξεκάθαρα στο κοινό η εργασιακή σχέση
- Θα πρέπει να αποφεύγεται η χρήση ψευδωνύμων ή η εκμετάλλευση του ονόματος του Μέσου
- Οι Δημοσιογράφοι που συνεργάζονται με ανταγωνιστικά Μέσα και χρησιμοποιούν ψευδώνυμο αντιμετωπίζουν σοβαρά δεοντολογικά ζητήματα
- Ο δημοσιογράφος δεν πρέπει να εκμεταλλεύεται το όνομα του δημοσιογραφικού οργανισμού όπου απασχολείται, στις υπόλοιπες δραστηριότητές του
- Δεοντολογικό ζήτημα αποτελεί η διαθεσιμότητα του εργαζόμενου, καθώς και οι προτεραιότητές του ως προς την κύρια εργασία του
- Το ρεπορτάζ αποτελεί πνευματικό προϊόν του / της δημοσιογράφου
- Ο δημοσιογράφος απαγορεύεται να ασκεί παράλληλες

συνεργάτης σε πολιτευτές και βουλευτές, σε γραφεία Τύπου υπουργείων ή άλλων θεσμικών αρχών.

δραστηριότητες σε εταιρείες επικοινωνίας και δημόσιων σχέσεων ή να εργάζεται ως επιστημονικός συνεργάτης σε πολιτευτές και σε γραφεία Τύπου υπουργείων ή άλλων θεσμικών αρχών

36. Ελεύθεροι Επαγγελματίες

Άτομα που θέλουν να εργαστούν σε δημοσιογραφική δουλειά ως εξωτερικοί συνεργάτες ενός Οργανισμού αποδέχονται όλους τους κανόνες της Εταιρείας και τον Κώδικα Δημοσιογραφικής Δεοντολογίας του Μέσου. Η εργασία τους ως ελεύθεροι επαγγελματίες δεν θα πρέπει να αποτελεί παράγοντα σύγκρουσης συμφερόντων, ούτε για τους ίδιους αλλά ούτε και για τον φορέα. Άλλες δραστηριότητες δεν θα πρέπει να εμπλέκονται με τις επαγγελματικές ευθύνες του / της δημοσιογράφου, συμπεριλαμβανομένης και της διαθεσιμότητάς του ως προς τη συλλογή ειδήσεων. Δεν εκμεταλλεύονται το όνομα του Μέσου ή τη θέση του εργαζομένου με το Μέσο χωρίς την έγκριση του ίδιου του Μέσου. Αναπόφευκτα, ορισμένοι ελεύθεροι Δημοσιογράφοι χρησιμοποιούν υλικό που συγκέντρωσαν από άλλη δραστηριότητα ή κατά την εργασία τους στον Οργανισμό. Το τελικό υλικό θα πρέπει να παρουσιάζεται ενώπιον του Οργανισμού για έγκριση. Σε καμιά περίπτωση, δεν θα προβεί ο οργανισμός σε έξοδα για ερευνητικό υλικό που δεν χρησιμοποιείται για τους σκοπούς αυτού καθ' αυτού του Μέσου του.

- Η εργασία τους δεν θα πρέπει να αποτελεί παράγοντα σύγκρουσης συμφερόντων, ούτε για τους ίδιους αλλά ούτε και για τον φορέα συνεργασίας
- Δραστηριότητες αυτής της μορφής δεν θα πρέπει να εκμεταλλεύονται το όνομα του Μέσου ή τη θέση του εργαζομένου με το Μέσο χωρίς την έγκριση του ίδιου του Μέσου
- Αναπόφευκτα, ορισμένοι εργαζόμενοι χρησιμοποιούν υλικό που συγκέντρωσαν κατά την εργασία τους στον Οργανισμό. Το τελικό προϊόν θα πρέπει να παρουσιάζεται ενώπιον του Οργανισμού για έγκριση, προτού δοθεί σε άλλο Μέσο

35. Προσωπικοί Κώδικες Δεοντολογίας

Με τον όρο «επαγγελματική αυτορρύθμιση» προσδιορίζεται η δέσμευση του/της δημοσιογράφου να εργάζεται ευσυνείδητα, μεταφέροντας την είδηση, υπηρετώντας το Καθήκον Αλήθειας ως την υπέρτατη αρχή για την εξυπηρέτηση του δημόσιου συμφέροντος. Οι Δημοσιογράφοι πρέπει να αναγνωρίσουν ότι μια προσωπική δήλωση πρέπει να λειτουργεί Μέσα στο πλαίσιο ενός εταιρικού κώδικα, και γενικότερα να λειτουργεί Μέσα στο ευρύτερο πλαίσιο των κατευθυντήριων αρχών που θέτουν οι ισχύοντες κώδικες ηθικής και δεοντολογίας των Δημοσιογράφων και οι εκδοτικοί κανόνες του Μέσου που απασχολούνται. Ο προσωπικός κώδικας ηθικής και δεοντολογίας περιγράφει την επαγγελματική αποστολή ενός δημοσιογράφου και αποκαλύπτει τις περιπτώσεις σύγκρουσης συμφερόντων που καλείται να αντιμετωπίσει. Σε καμιά περίπτωση, ο Προσωπικός Κώδικας δεν μπορεί να υπονομεύει τις δεσμευτικές για όλους, αξίες που διέπουν μια αίθουσα σύνταξης (newsroom). Ο δημοσιογράφος αναζητεί την αλήθεια και τη μεταδίδει όσο το δυνατόν πληρέστερα. Είναι δραστήριος ως προς την αναζήτηση της ακρίβειας. Είναι ειλικρινής, δίκαιος και θαρραλέος σε ό, τι αφορά τη συλλογή, μετάδοση και απόδοση της πληροφορίας. Δίνει φωνή σε εκείνους που δεν έχουν φωνή και τεκμηριώνει αυτό που δεν φαίνεται. Ασκεί έλεγχο στους ισχυρούς, ιδιαίτερα σε εκείνους που ασκούν εξουσία πάνω στην ελευθερία του λόγου και της έκφρασης. Είναι υπόλογος και διαφανής. Παρουσιάζει τον τρόπο με τον οποίο έγινε το ρεπορτάζ, αλλά και για ποιους λόγους πρέπει ο κόσμος να πιστέψει σε αυτό. Δίνει εξηγήσεις για τις πηγές του, τα στοιχεία και τις επιλογές που έκανε. Οδηγός του είναι η ειλικρίνεια και προτέρημά του η ταπεινοφροσύνη (όχι η ψευδής παντογνωσία). Οφείλει να αρθρώνει ξεκάθαρα τη δημοσιογραφική του προσέγγιση, είτε παλεύει για ανεξαρτησία, είτε γιατί προσεγγίζει την πληροφορία από μια πολιτική ή φιλοσοφική ματιά. Περιγράφει το πως βλέπει τον αντίκτυπο στην πληροφορία που μεταδίδει, συμπεριλαμβανομένης και της επιλογής των θεμάτων που καλύπτει αλλά και των πηγών που του παρέχουν

- Ο Δημοσιογράφος είναι επίμονος ως προς την αναζήτηση της ακρίβειας
- Είναι ειλικρινής, δίκαιος και θαρραλέος σε ό, τι αφορά τη συλλογή, μετάδοση και απόδοση της πληροφορίας
- Δίνει φωνή σε εκείνους που δεν έχουν φωνή και τεκμηριώνει αυτό που δεν φαίνεται
- Ασκεί έλεγχο στους ισχυρούς, ιδιαίτερα σε εκείνους που ασκούν εξουσία πάνω στην ελευθερία του λόγου και της έκφρασης
- Είναι υπόλογος και διαφανής
- Θα πρέπει να παρουσιάζει τον τρόπο με τον οποίο έγινε το ρεπορτάζ, αλλά και για ποιους λόγους πρέπει ο κόσμος να πιστέψει σε αυτό
- Πρέπει να δίνει εξηγήσεις για τις πηγές του, τα στοιχεία και τις επιλογές που έκανε
- Οδηγός του θα πρέπει να είναι η διανοητική ειλικρίνεια και προτέρημά του η ταπεινοφροσύνη

πληροφορίες. Αναγνωρίζει τα λάθη και τα διορθώνει γρήγορα με τρόπο που να ενθαρρύνει τον κόσμο που αποκόμισε ψευδή πληροφόρηση να μάθει εντέλει την αλήθεια. Τελικός σκοπός του, και όχι μέσο του για επίτευξη άλλου στόχου, είναι η κινητοποίηση της κοινότητας, του κοινού και της κοινωνίας. Προσπαθεί να καταλαβαίνει τις ανάγκες της κοινότητας, την οποία επιθυμεί να υπηρετήσει και να δημιουργήσει ισχυρούς μηχανισμούς, που θα επιτρέπουν σε άλλα μέλη της κοινότητάς του να επικοινωνούν μαζί του αλλά και μεταξύ τους. Αναζητεί και αναδεικνύει ανταγωνιστικές προοπτικές, χωρίς να επηρεάζεται υπερβολικά από εκείνους που θα χρησιμοποιήσουν τη δύναμή τους ή αντίθετη θέση προς το δημόσιο συμφέρον. Αναγνωρίζει ότι οι καλές ηθικές αποφάσεις απαιτούν ατομική ευθύνη εμπλουτισμένη με συνέργεια/συνεργασία. Αναζητάει εναλλακτικούς τρόπους δημοσίευσης, ώστε να ελαχιστοποιεί τη βλάβη που προκύπτει από τις πράξεις του και να δείχνει τη συμπάθειά του απέναντι σε εκείνους που πλήττονται από την εργασία του. Ο δημοσιογράφος οφείλει να επιτρέπει, αλλά και να ενθαρρύνει, τα μέλη της κοινότητας να ενημερώνονται. Να μετατρέπει τη δημοσιογραφία σε έναν συνεχή διάλογο, όπου όλοι μπορούν υπεύθυνα να συμμετάσχουν και να ενημερωθούν.

(παρά η ψευδής παντογνωσία)

- Οφείλει να αρθρώνει ξεκάθαρα τη δημοσιογραφική του προσέγγιση
- Θα πρέπει να αναγνωρίζει λάθη και σφάλματα, να τα διορθώνει γρήγορα
- Θα πρέπει να προσπαθεί να καταλαβαίνει τις ανάγκες της κοινότητας, την οποία επιθυμεί να υπηρετήσει
- Να αναγνωρίζει ότι οι καλές ηθικές αποφάσεις απαιτούν ατομική ευθύνη εμπλουτισμένη με συνεργασία
- Να αναζητάει εναλλακτικούς τρόπους δημοσίευσης, ώστε να ελαχιστοποιεί τη βλάβη που προκύπτει από τις πράξεις του
- Ο δημοσιογράφος οφείλει να μετατρέπει τη δημοσιογραφία σε έναν συνεχή διάλογο, όπου όλοι μπορούν υπεύθυνα να συμμετάσχουν και να ενημερωθούν

37. Εμφανίσεις σε άλλα Μέσα

Δημοσιογράφοι που αρθρογραφούν και εμφανίζονται συχνά στο ραδιόφωνο ή στα δελτία ειδήσεων και στις ενημερωτικές εκπομπές της τηλεόρασης, θα πρέπει να ενθαρρύνονται σε τέτοιου είδους εμφανίσεις, ακόμη και εάν πρόκειται για τρίτα Μέσα. Οι Δημοσιογράφοι οφείλουν να ενημερώνουν τον διευθυντή ειδήσεων προτού δεχτούν τιμητικές διακρίσεις ή/και κάλυψη εξόδων, επειδή εκφωνούν λόγους ή συμμετέχουν σε σεμινάρια κολεγίων και πανεπιστημίων ή σε άλλες εκπαιδευτικές δραστηριότητες, οι οποίες χρησιμοποιούν το όνομα του Μέσου ή ο υπάλληλος εκπροσωπεί τον εαυτό του ως υπάλληλος του Οργανισμού. Όλες οι εμφανίσεις θα πρέπει να είναι σε γνώση του προϊσταμένου του τμήματος, στο οποίο εντάσσεται ο δημοσιογράφος. Η δραστηριότητα αυτή από πλευράς του δημοσιογράφου τιμά το Μέσο και ως τέτοια τυγχάνει προσεκτικής επιμέλειας, αξιοποίησης και προβολής.

- Οι Δημοσιογράφοι οφείλουν να ενημερώνουν τον διευθυντή ειδήσεων προτού δεχτούν τιμητικές διακρίσεις ή/και κάλυψη εξόδων, επειδή εκφωνούν λόγους ή συμμετέχουν σε συνέδρια ή δίνουν διαλέξεις, οι οποίες χρησιμοποιούν το όνομα του Μέσου
- Είναι τιμητικό για το Μέσο του αλλά όλες οι εμφανίσεις θα πρέπει να είναι σε γνώση του προϊσταμένου του τμήματος, στο οποίο εντάσσεται ο δημοσιογράφος

38. Δεδομένα και γραφήματα

Η εξοικείωση των Δημοσιογράφων με τη «δημοσιογραφία δεδομένων» είναι πολύ σημαντική, καθώς μπορούν να τη χρησιμοποιήσουν ως εργαλείο για την προσέγγιση και εξακρίβωση της αλήθειας. Οι Δημοσιογράφοι οφείλουν να είναι προσεκτικοί, τόσο αναφορικά με την αξιοπιστία των γραφικών και αριθμητικών πηγών, όσο και με τον τρόπο που παρουσιάζουν τις ιστορίες τους με τη μορφή αριθμών και εικόνων. Να διαφυλάττουν την ακρίβεια στη δημοσιογραφία δεδομένων, να αξιολογούν τις πηγές, καθώς και να γνωρίζουν τους κινδύνους από τον τρόπο παρουσίασης των δεδομένων. Η ακρίβεια είναι, ίσως, το κυρίαρχο μέλημα Δημοσιογράφων που δουλεύουν πάνω σε κάθε μορφής δεδομένα. Αριθμοί, χάρτες και διαγράμματα φέρουν έναν αέρα «αδιαμφισβήτητης αλήθειας», που λείπει συχνά από άλλα είδη

- Όταν ο δημοσιογράφος έρχεται σε επαφή με δημόσιες υπηρεσίες και φορείς για να ζητήσει στοιχεία/δεδομένα, πρέπει να φροντίζει πάντα να τα ζητάει σε επεξεργάσιμη μορφή
- Να αναφέρεται πάντα η πηγή των δεδομένων
- Οι αριθμοί και όλα τα δεδομένα να ανανεώνονται συχνά και

πληροφοριών, τα οποία, όμως, υπόκεινται εξίσου στον κίνδυνο χειραγώγησης. Εφόσον ένα μεγάλο ποσοστό δημοσιογραφικών πηγών χρησιμοποιούν δεδομένα, ο στατιστικός αναλφαριθμητισμός καταλήγει να είναι πολύ επικίνδυνος. Οι συντάκτες/συντάκτριες πρέπει να είναι το ίδιο συγκεκριμένοι στη γλώσσα των δεδομένων, όπως είναι και όταν περιγράφουν γεγονότα για τα οποία δεν υπάρχει χώρος για ασάφειες και σύγχυση. Κατά την παρουσίαση των δεδομένων, οι απλοί αριθμοί δεν λένε σχεδόν τίποτα σχετικά με το πότε αυτοί είναι μεγαλύτεροι ή μικρότεροι απ' ό,τι θα έπρεπε ή αν είναι τα καλύτερα/χειρότερα σε μια περιοχή/χώρα στον κόσμο. Παρουσιάζοντάς τα όμως εντός ενός ευρύτερου ή ακόμη και μόνο ιστορικού πλαισίου, βοηθάει ώστε αυτά να αποκτήσουν περισσότερο νόημα. Οι οπτικές αναπαραστάσεις των δεδομένων μπορούν να χειραγωγηθούν, τόσο από την πηγή όσο και από τον δημοσιογράφο. Σε ένα διάγραμμα, για παράδειγμα, αν οι γραμμές βάσης που χρησιμεύουν για συγκρίσεις, δεν ξεκινούν από το μηδέν, μπορεί να είναι ιδιαίτερα παραπλανητικές (μια μπάρα μπορεί να φαίνεται διπλάσια σε ύψος από μια άλλη, αλλά στην πραγματικότητα να είναι μόνο κατά μία εκατοστιαία μονάδα μεγαλύτερη). Είναι πολλές οι περιπτώσεις όπου το άθροισμα των ποσοστών σε μια απεικόνιση είναι μεγαλύτερο ή υπολείπεται του 100%. Επίσης, σε ένα γράφημα πίτας, ένα κομμάτι που βρίσκεται στο φόντο, μπορεί, λόγω της απόστασης, να φαίνεται μικρότερο από ένα ακριβώς ίδιο, που βρίσκεται μπροστά και ας υπάρχει ετικέτα. Γι' αυτόν το λόγο, η χρήση τρισδιάστατων εφέ στα διαγράμματα είναι καλό να αποφεύγεται, καθώς μπορεί να προκαλεί παραμορφώσεις στις αναλογίες. Μερικές φορές, όταν δημοσιεύουν ανεπεξέργαστα δεδομένα, οι Δημοσιογράφοι μπορεί να μην είναι σε θέση να ελέγξουν κάθε στήλη και κάθε γραμμή. Σε αυτήν την περίπτωση, εναπόκειται στην κρίση τους να αποφασίσουν για τις διαδικασίες που σχετίζονται με το «δικαίωμα απάντησης» εκ μέρους της πηγής ή των θιγόμενων από τη δημοσίευση ατόμων, καθώς επίσης και για τη γλώσσα η οποία συνοδεύει τις πληροφορίες που δημοσιεύουν, προσφέροντας καθοδήγηση στους αναγνώστες και χρήστες για τον βαθμό αξιοπιστίας αυτών των πληροφοριών. Οι Δημοσιογράφοι πρέπει, επίσης, να είναι πολύ προσεκτικοί στο θέμα της

να πραγματοποιούνται δειγματοληπτικοί έλεγχοι

- Η χρήση του 3D στα γραφικά μπορεί να στρεβλώσει τις αναλογίες σε ένα γράφημα. Προσθέτει «θόρυβο», γι' αυτό καλό είναι να αποφεύγεται
- Να δίνονται περισσότερο συνολικές και λιγότερο προσωπικές λεπτομέρειες, ώστε η ιστορία να είναι πιο ξεκάθαρη και κατανοητή
- Σε περίπτωση δημοσίευσης ακατέργαστων δεδομένων, οι Δημοσιογράφοι μπορεί να μην είναι σε θέση να ελέγξουν κάθε στοιχείο, κάθε σειρά ή στήλη. Σε αυτές τις περιπτώσεις, πρέπει να αποφασίζουν οι ίδιοι για τις Πρακτικές που θα ακολουθούν για να δίνουν το δικαίωμα «απάντησης» στην πηγή, καθώς και για τη γλώσσα που πλαισιώνει τις πληροφορίες και καθοδηγεί τους χρήστες
- Συστήνεται να δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες να ενημερώνουν τους εκδότες - δημοσιογράφους για τυχόν λάθη στα δεδομένα που χρήζουν περαιτέρω ελέγχων. Είναι μια πολύ σημαντική

προστασίας των πηγών τους, όταν δημοσιεύουν δεδομένα από διαρροή. Ο δημοσιογράφος οφείλει να χρησιμοποιεί γραφήματα από έγκυρες πηγές. Δεν κάνει προβολή, υπόθεση ή εκτίμηση σε ένα γραφικό. Ο δημοσιογράφος δημιουργεί χάρτες σε οπτικά άρθρια και αρμόζουσες προδιαγραφές, με σκοπό να δώσει μια ακριβή αναπαράσταση των δεδομένων. Η πληροφορία πρέπει να είναι ξεκάθαρη και συνοπτική. Ο δημοσιογράφος δεν διαστρεβλώνει ή μεταβάλλει δεδομένα, ώστε να ταιριάζουν στις ανάγκες της οπτικοποίησής τους. Παράλληλα, ο δημοσιογράφος επισημαίνει τις πηγές και διαθέτει ελεύθερα τα δεδομένα σε κάθε γραφικό που δημιουργεί, ακόμη και σε ό, τι αφορά τα γραφήματα τα οποία δημιούργησαν Δημοσιογράφοι στο πλαίσιο μιας βάσης δεδομένων. Όταν ο δημοσιογράφος έρχεται σε επαφή με δημόσιες υπηρεσίες και φορείς για να ζητήσει στοιχεία, πρέπει να φροντίζει πάντα να τα ζητάει σε επεξεργάσιμη μορφή. Αναφέρεται πάντα η πηγή των δεδομένων, πραγματοποιούνται δειγματοληπτικοί έλεγχοι και δίνονται σαφείς γενικές ερμηνείες. Σε περίπτωση δημοσίευσης ακατέργαστων δεδομένων, οι Δημοσιογράφοι μπορεί να μην είναι σε θέση να ελέγξουν κάθε στοιχείο, κάθε σειρά ή στήλη. Σε αυτές τις περιπτώσεις, πρέπει να αποφασίζουν οι ίδιοι για τις πρακτικές που θα ακολουθούν για να δίνουν το δικαίωμα «απάντησης» στην πηγή, καθώς και για τη γλώσσα που πλασιώνει τις πληροφορίες και καθοδηγεί τους χρήστες σχετικά με την αξιοπιστία τους. Συστήνεται να δίνεται η δυνατότητα στους χρήστες να ενημερώνουν τους εκδότες - δημοσιογράφους για τυχόν λάθη στα δεδομένα που χρήζουν περαιτέρω ελέγχων.

διαδικασία διάδρασης με
πολλά οφέλη για το Μέσο

^[1] <https://accountablejournalism.org/ethics-codes/greece-code-online-publishers-association-of-greece-ened>