



CONSILIUL AUDIOVIZUALULUI AL REPUBLICII MOLDOVA

DECIZIA nr. 124

din 26 aprilie 2024

Cu privire la inițierea consultărilor publice asupra Metodologiei de monitorizare a conținuturilor audiovizuale cu caracter electoral

În conformitate cu prevederile art. 75 alin. (3) lit. h) din Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018, Consiliul Audiovizualului (în continuare – CA) elaborează, aprobă și supraveghează punerea în aplicare a metodologiilor de monitorizare a conținuturilor serviciilor media audiovizuale liniare și neliniare, precum și ale serviciilor de platformă de partajare a materialelor video.

Prin Decizia nr. 111 din 19.04.2024, CA a inițiat elaborarea proiectului de modificare a Metodologiei de monitorizare a radiodifuzorilor aflați sub jurisdicția Republicii Moldova, aprobată prin Decizia CA nr. 29/180 din 09.11.2018.

În procesul de revizuire s-a atestat că Metodologia menționată supra urmează să fie modificată semnificativ. Astfel, este oportună aprobarea unei noi metodologii și abrogarea Deciziei CA nr. 29/180 din 09.11.2018.

În temeiul prevederilor art. 73-75 din Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018 și ale art. 11 din Legea nr. 239/2008 privind transparența în procesul decizional,

Consiliul Audiovizualului al Republicii Moldova DECIDE:

1. În vederea asigurării transparenței în procesul decizional, proiectul Metodologiei de monitorizare a conținuturilor audiovizuale cu caracter electoral (se anexează) se supune consultărilor publice. Termenul limită de prezentare a propunerilor asupra proiectului este de 27 mai 2024.
2. Controlul asupra executării prezentei decizii se pune în sarcina Secției juridice și Direcției control servicii media audiovizuale.
3. Prezenta decizie intră în vigoare la data adoptării și se publică pe pagina web oficială a Consiliului Audiovizualului.

PREȘEDINTĂ

Liliana VIȚU-EȘANU

Metodologia de monitorizare a conținuturilor audiovizuale cu caracter electoral

Principii generale: Alegerile libere și corecte reprezintă cel mai important exercițiu democratic, pentru că cetățenii își aleg conducătorii, iar de opțiunea votanților depinde direcția de guvernare, la nivel local sau central, în următorii câțiva ani. Însăși alegerile libere și corecte rămân a fi o expresie a democrației. Sunt motive din care legea dispune reguli stricte de comportament pentru toți actorii implicați în procesul electoral: organe de stat, inclusiv organe electorale; concurenți electorali, agenții de publicitate; mass-media; alegători. Fără reguli și fără o supraveghere corespunzătoare a respectării regulilor, febra competiției politice poate ușor compromite exercițiul democratic. Prezentă metodologie vine în sprijinul Consiliului Audiovizualului (CA) care are atribuția și obligația să supravegheze respectarea regulilor în alegeri de către furnizorii de servicii media audiovizuale (FSM).

Scopul metodologiei: a determina măsura în care conținuturile audiovizuale monitorizate corespund rigorilor juridice, precum și angajamentelor asumate prin Declarația politicii editoriale a furnizorilor de servicii media în reflectarea alegerilor de orice tip și a referendumurilor.

Aplicarea metodologiei:

- la monitorizarea tuturor conținuturilor cu caracter electoral;
- în cazul autosesizărilor CA în materie de conținuturi cu caracter electoral;
- în cazul sesizărilor venite la CA în materie de conținuturi cu caracter electoral;
- în cazul auto monitorizării de către FSM a propriilor conținuturi cu caracter electoral.

Metode aplicate:

- analiza de conținut: pentru a determina conformitatea/neconformitatea conținuturilor monitorizate cu rigorile juridice;
- analiza comparată: pentru a determina evoluția/involuția fiecărui FSM în reflectarea alegerilor/referendumului;
- analiza și sinteza: pentru a genera date relevante care să constate starea de fapt în reflectarea alegerilor de către subiecții monitorizați.

Subiecți monitorizați: lista FSM decisă de CA.

Perioada monitorizării: de regulă, perioada electorală sau segmente temporale nu mai scurte de o săptămână, stabilite de CA.

Conținuturi monitorizate: conținuturi audiovizuale cu caracter electoral difuzate în cadrul unui serviciu media, a unei secțiuni a serviciului media sau în cadrul unor programe concrete, stabilite prin decizie de către CA.

Indicatori ai metodologiei: metodologia utilizează indicatori cantitativi/calitativi; aplicarea cărora trebuie să determine dacă un program audiovizual cu caracter electoral întrunește sau nu cerințele prevăzute de legislația electorală, audiovizuală și conexă relevantă, precum și angajamentele asumate de FSM prin Declarația privind politica editorială în reflectarea alegerilor/referendumului.

Conținuturile cu caracter electoral sunt diferite și, respectiv, față de acestea și rigorile juridice impuse sunt diferite. Faptul dat relevă necesitatea:

- de a ajusta indicatorii cantitativi/calitativi în funcție de ce categorie/categoriile de conținuturi, așa cum sunt clasificate de Codul electoral, urmează a fi monitorizate;
- de a monitoriza în mod separat:
 - a) programele de știri și actualități și emisiunile de informare electorală;
 - b) emisiunile de promovare electorală;
 - c) dezbaterile electorale;
 - d) programele de publicitate electorală (după caz, și a conținuturilor de autopromovare a programelor audiovizuale cu caracter electoral).

Utilizarea indicatorilor: indicatorii sunt utilizați în funcție de categoria conținuturilor monitorizate. Utilizarea indicatorilor pentru monitorizarea programelor de știri și actualități și a emisiunilor de informare electorală, este explicată în tabelul alăturat:

Tabel explicativ

Nr.	Indicator	Semnificație / raționament / aplicare / rezultat	Calificative	Coduri
1.	Data / ora	<p>- măsoară numărul zilelor și orele în/la care au fost difuzate conținuturile monitorizate. Indică uniformitatea sau lipsa acesteia în repartizarea conținuturilor în perioada monitorizată. Stabilește dacă difuzarea anumitor conținuturi (sondaje, publicitate electorală) este permisă/interzisă în anumite zile (ziua tăcerii/scrutinului) și dacă ora de difuzare corespunde legii (ore de maximă audiență). De exemplu, potrivit legii, conținuturile cu caracter electoral trebuie difuzate în intervalul orar 06.00 – 24.00, cu excepția dezbaterilor electorale care trebuie difuzate în orele de maximă audiență. Data și ora trebuie să corespundă și angajamentelor din Declarație.</p> <p>- în Fișa de monitorizare (Fișă) este indicată data și ora programului cu caracter electoral; dacă ziua/ora contravin legii, faptul atestat este reflectat în rezultatele monitorizării (raport).</p>	Conformă/neconformă cerințelor legale	cf/ncf
2.	Număr conținuturi, caracter, limbă	<p>- măsoară numărul conținuturilor electorale, caracterul conflictual/neconflictual, precum și limba în care sunt realizate acestea. Numărul de conținuturi este relevant pentru a determina gradul de acoperire mediatică a alegerilor de către FSM monitorizat.</p> <p>Indicarea caracterului conflictual/neconflictual al conținuturilor este importantă, date fiind rigorile mai mari față de conținuturile conflictuale și, deci, necesitatea de a stabili, ulterior, dacă respectivele rigori au fost respectate. Un subiect/program cu caracter conflictual obligă autorul/FSM să prezinte echilibrat opinia/poziția tuturor părților aflate în conflict. Dacă nu – e derogare de la lege.</p>	Caracter conflictual/neconflictual; limbă română/rusă/alta	1/cc/cnc; ro/ru/al

		<p>Într-un subiect/program cu caracter neconflictual, e bine să fie prezente mai multe surse de informație, dar deseori – nu are rost și, deci, nu poate fi o obligație legală.</p> <p>Limba de realizare a conținuturilor electorale este relevantă pentru a determina proporția acestora într-o limbă ori alta, precum și corespunderea proporției respective cu angajamentele din Declarație.</p> <p>- în Fișă fiecare subiect/program monitorizat este notat cu cifra ”1”, pentru a facilita contabilizarea acestora. Rezultatul poate indica, dacă FSM a reflectat adecvat alegerile sau doar a mimat reflectarea.</p> <p>În Fișă este indicat caracterul conflictual/neconflictual al subiectului/programului. Contabilizarea și analiza datelor poate indica raportul dintre numărul conținuturilor respective, precum și corectitudinea/incorectitudinea realizării subiectelor/programelor cu caracter conflictual.</p> <p>În Fișă este indicată limba în care este realizat subiectul/programul monitorizat. Contabilizarea și analiza datelor poate indica raportul dintre numărul conținuturilor realizate într-o limbă ori alta, și dacă este îndreptățită limba conținuturilor, având în vedere publicul-țintă al FSM, dar și tipul alegerilor sau politica editorială a FSM, inclusiv în alegeri.</p> <p>Analiza comparată între FSM poate genera date relevante despre cine și cum respectă legea. Cazurile cu derogări de la lege, cu exemplificări în calitate de argumente, trebuie să se regăsească în raportul de monitorizare.</p>		
3.	Temă	<p>- măsoară relevanța/irelevanța temelor electorale reflectate. Sunt teme de interes public/de interes social general și sunt teme mărunte, fără relevanță în alegeri. Exemplu: un concurent electoral organizează evenimente publice zilnice, dar nu toate sunt de interes general. FSM ar trebui să le reflecte doar pe cele relevante, pentru că nu-i obligat să reflecte toate evenimentele electorale. O analiză a temelor poate arăta, dacă FSM selectează evenimentele electorale de interes general sau, dimpotrivă, le ocolește intenționat și dă preferință evenimentelor fără relevanță. O analiză comparată a temelor abordate de FSM monitorizați poate indica cine reflectă adecvat și cu bună credință procesul electoral</p>	Relevantă/irelevantă pentru alegeri	ri/irl

		<p>și cine reflectă formal sau chiar cu reacredință. S-ar părea, FSM nu poate fi sancționat pentru alegerea temelor, dar principiul echilibrului, prevăzut la pct. 5. sbp. 2) din Regulamentul CEC obligă FSM să informeze în mod egal despre toate evenimentele electorale publice relevante.</p> <p>- În Fișă este indicat dacă tema-i relevantă/irelevantă. În cazul temelor irelevante sunt necesare argumentări corespunzătoare și concluzii care trebuie să se regăsească în raportul de monitorizate.</p>		
4.	Durata	<p>- măsoară durata timpului de emisie alocat pentru subiecte/programele cu caracter electoral. Durata poate fi dezagregată, bunăoară, în: durata știrilor cu/despre concurenți; durata știrilor de la/despre CEC/organe electorale; durata celorlalte programe, inclusiv a dezbaterilor; durata publicității electorale contra plată/gratuite etc. Durata fiecărui subiect cu participarea concurenților electorali poate indica, dacă sunt respectate principiile echității, echilibrului și imparțialității, precum și dacă sunt respectate angajamentele din Declarație. Dacă, de exemplu, un FSM s-a angajat în știri să realizeze fiecare subiect cu/despre concurenții electorali de 2 min., iar rezultatele monitorizării arată că, de fapt, durata fie că-i mai mică sau mai mare cu 5-10 secunde, probabil, n-ar trebui să considerăm că și-a încălcat propriul angajament. Încălcarea duratei trebuie să fie vădită, pentru a o considera încălcare atunci când subiectele ce-l vizează pe un anumit concurent, de fiecare dată sunt mai lungi sau, dimpotrivă, mai scurte. În asemenea caz se poate întrevădea o abordare părtinitoare. În schimb, durata dezbaterilor electorale, de exemplu, și a publicității electorale, poate indica exact dacă este sau nu respectată legea.</p> <p>- în Fișă este indicată durata fiecărui subiect/program. Contabilizarea și analiza datelor obținute pot arăta respectarea sau nerespectarea legii și Declarației. Cazurile de încălcare a legii/Declarației, trebuie să se regăsească în raport. Durata trebuie exprimată cum e mai comod de perceput – secunde, minute sau ore.</p>	Minute / secunde	min/sec
5.	Protagoniști	- măsoară numărul de protagoniști din patru categorii în subiecte/programe electorale, cu excepția publicității electorale: organ electoral; organ de stat; concurent	organ electoral sau reprezentant / organ de stat sau reprezentant / concurent electoral sau participant referendum/	oe/os/ cel/e/cr

		<p>electoral/participant la referendum; expert independent; cetățean de rând.</p> <p>Dintre categoriile de protagoniști două merită atenție specială: organele de stat/reprezentanții acestora (art. 16. Cod electoral) și concurenții electorali/participanții la referendum, pentru care există rigori juridice suplimentare. Aceste două categorii necesită a fi monitorizate îndeaproape, pentru a putea determina respectarea/nerespectarea rigorilor juridice. Celelalte categorii, deși importante pentru o reflectare mai bună a alegerilor, au relevanță relativă din perspectiva respectării legii. Prezența frecventă a organelor de stat în știri/programe electorale, prezența frecventă a unor concurenți electorali și lipsa totală a altora, precum și prezența frecventă a acelorași experți, poate indica derapaje pasibile de sancționare.</p> <p>- în Fișă este indicat numele fiecărui protagonist și categoria din care face parte; analiza datelor trebuie să indice ce categorie și cine dintre protagoniști au avut cea mai frecventă mediatizare și în ce măsură respectiva mediatizare a fost îndreptățită; datele comparate pot scoate în evidență abordarea protagoniștilor de către FSM; rezultatele analizei trebuie să se regăsească în raportul de monitorizare.</p>	expert independent / cetățean de rând	
6.	<p>Echilibru de gen</p> <p><i>Pct. 42. din Regulamentul CEC precizează că promovarea jurnalismului sensibil la gen semnifică asigurarea unei reprezentări egale a femeilor și bărbaților ca surse de informație, ca opinii, ca expertiză și, unde e posibil, ca și competitori</i></p>	<p>- măsoară frecvența apariției în știri/programe electorale a protagoniștilor bărbați/femei. Prin urmare, dacă în perioada de monitorizare în programele cu caracter electoral protagoniste au reprezentat doar femei din categoria cetățenilor de rând, nu putem vorbi de echilibru de gen, pentru că protagonistele ar fi putut reprezenta și categoria de experți. Pe de altă parte, dacă într-o dezbateră electorală participanții, prin tragere la sorți sau în ordinea înregistrării, sunt doar bărbați, nu trebuie să învinuim FSM că n-a asigurat echilibrul de gen.</p> <p>- în Fișă este indicat genul protagonistului. Contabilizarea datelor arată numărul protagoniștilor și protagonistei împreună și pe categorii separat. Analiza deduce raportul procentual femei/bărbați în general și pe categorii. Din calcule/analiză sunt scoase subiectele/programele în care, în mod obiectiv nu poate fi asigurat echilibrul de gen. Analiza indică situația generală și situația pe categorii de protagoniști. Analiza comparată poate scoate în evidență cine dintre FSM practică un jurnalism sensibil la</p>	Femeie/bărbat	f/b

	<i>sau concurenți electorali.</i>	gen și cine nu. Rezultatele relevante trebuie să se regăsească în raportul de monitorizare.		
7.	Intervenție protagoniști	<p>- măsoară durata de timp în care protagonistul din categoria "concurrent electoral/participant la referendum" vorbește (la radio), vorbește și apare în imagine (la tv) – intervenție directă, sau durata de timp în care se vorbește despre protagonist – intervenție indirectă. În mod normal, durata intervențiilor directe/indirecte ar trebui să fie aproximativ egală pentru toți protagoniștii, în special, în știri și dezbateri electorale și, mai ales, în subiectele cu caracter conflictual, unde trebuie să fie reprezentate, cam în egală măsură ca durată și ca intervenție, toate opiniile divergente. În caz contrar apare suspiciunea de părtinire care, după monitorizarea întregii perioade, s-ar putea să se adeverească. În același timp, de luat în calcul, că nu întotdeauna unei intervenții directe îi poți contrapune altă intervenție directă. Oricum, dacă este un subiect conflictual, cu intervenția directă a unui protagonist, și nu poate fi obținută intervenția directă a protagonistului vizat, FSM trebuie să asigure intervenția indirectă a acestuia, adică, să amintească poziția protagonistului, dacă este cunoscută. Asemenea soluție nu ar trebui să fie calificată drept încălcare a normelor. Încălcarea e atunci, când FSM n-a depus efort să echilibreze subiectul conflictual și a ignorat opinia/poziția protagonistului vizat, dar de la care nu a putut obține o intervenție directă cam de aceeași durată.</p> <p>În talk-show-uri, emisiuni de autor, emisiuni de arhivă, investigații jurnalistice, emisiuni de satiră etc., durata intervențiilor protagoniștilor nu este la fel de relevantă ca în știri și dezbateri și, deci, acest criteriu pentru programe de acest gen, fie că nu trebuie utilizat, fie că nu trebuie utilizat atât de rigid. Dar și în subiectele/programele pentru care durata este relevantă, ea, durata nu neapărat să fie exactă la toți, ca să se considere că regula a fost respectată. O marjă rezonabilă de câteva secunde ar trebui să existe, pentru a nu îngreuna perceperea mesajului prin exces de zel.</p> <p>- în Fișă este indicată durata intervențiilor directe/indirecte ale fiecărui protagonist. Contabilizarea și analiza datelor obținute trebuie să releve abordarea corectă/incorectă a FSM. Analiza poate stabili dacă FSM</p>	Intervenție directă / indirectă	id/ind

		favorizează/defavorizează anumiți concurenți electorali/participanți la referendum. Analiza comparată poate scoate în evidență cine dintre FSM a acționat corect și cine – dimpotrivă. Rezultatele analizei și, în special, cazurile ce relevă dezechilibre vădite, trebuie să intre în raportul de monitorizare.		
8.	Atitudine autor	<p>- măsoară imparțialitatea/părtinirea autorului care, după caz, poate fi reporter, prezentator, moderator. Regula generală: jurnalistul trebuie să fie corect, neutru, imparțial. Aceasta nu înseamnă, că trebuie să fie "cuminte". Mai degrabă, iscoditor și atent în ce se întâmplă în cadrul emisiunii. Reporterul și/sau prezentatorul de știri nu trebuie să-și impună opinia, sau să ia partea cuiva – el lasă să tragă concluzii beneficiarul de informații. Pentru prestația moderatorului de dezbateri electorale sunt rigori suplimentare, prevăzute de Codul electoral și de Regulamentul CEC. Emisiunile de autor, comentariile, foiletoanele, satira etc., sunt locul unde jurnalistul/autorul își spune opiniile (că are dreptul), doar că ceea ce afirmă, să aibă substrat factologic, să nu admită limbaj de ură, discriminare, violență, dezinformare etc., adică ceea ce interzice legea. Prin urmare, în fiecare caz concret, în funcție de tipul conținutului cu caracter electoral, aplicăm sau nu aplicăm acest criteriu.</p> <p>- în Fișă indicăm calificativul imparțial/părtinitor. Dacă-i relevant, putem indica și numele celui monitorizat. Analiza prestației autorului/jurnalistului trebuie să scoată în evidență, mai ales, cazurile de atitudine părtinitoare, pentru că-i o încălcare gravă. Analiza poate reliefa și pe cine favorizează/defavorizează FSM. În special cazurile reprobabile trebuie incluse în raportul de monitorizare.</p>	Părtinitoare / nepărtinitoare	p/np
9.	Calitatea jurnalistică generală a conținutului	<p>- măsoară calitatea jurnalistică a conținutului, pe criteriul de respectare/nerespectare a normelor juridice. În acest sens, orice conținut care încalcă normele legale poate fi doar inacceptabil și atenția trebuie să fie centrată pe aceste conținuturi. Conținuturile cu bâlbe, exprimare stângace, anumite incoerențe, generate de neatenție sau lipsă de experiență etc., sunt calificate generic drept acceptabile, de rând cu cele ireproșabile. Prioritate, în cazul dat, are respectarea legii.</p> <p>- în Fișă este indicat calificativul acceptabil/inacceptabil pentru fiecare</p>	Acceptabilă / inacceptabilă	ac/iac

		subiect/program. Contabilizarea și analiza datelor poate scoate în evidență, după caz, câte conținuturi inacceptabile a difuzat FSM în raport, de exemplu, cu numărul total de conținuturi monitorizate, iar datele comparate pot releva un top al corectitudinii/incorectitudinii FSM monitorizați. Rezultatele analizei trebuie să intre în raportul de monitorizare.		
10.	Genericul	<p>- măsoară prezența/lipsa genericului pentru conținuturile cu caracter electoral. Este o obligație legală ca, de exemplu, în programele de știri și actualități, subiectele cu caracter electoral să fie incluse la rubrica specială „Electorală”, evidențiată prin semnale acustice sau vizuale unice la început și la final, iar emisiunile de informare electorală să fie evidențiate de alte programe prin semnale acustice sau vizuale unice cu mențiunea „Emisiune de informare electorală”, la început și la final (pct. 38-39 din Regulamentul CEC).</p> <p>- În Fișă este indicată prezența/lipsa genericului și, după caz, prezența/lipsa fie la începutul programului, fie la sfârșitul lui. Trebuie contabilizate, mai ales, cazurile în care lipsește rubrica. Analiza datelor trebuie să evidențieze frecvența încălcării legii, iar rezultatele – să fie reflectate în raportul de monitorizare.</p>	Prezență / lipsă	pr/lp
11.	Accesibilitate	<p>- măsoară accesul sau lipsa de acces al persoanelor cu dizabilități de văz sau auz la, cel puțin, o ediție pe săptămână a rubricii speciale, inclusiv, dacă sunt respectate rigorile în asigurarea accesului (să fie identificabile prin avertizări verbale și afișări statice și lizibile pe ecran; în cazul interpretării simultane în limbaj mimico-gestual, redarea imaginii feței și a mâinilor persoanei care realizează interpretarea să fie în mărime de cel puțin 1/3 din ecran; în cazul titrării conținuturilor, titrele să fie de o mărime ușor lizibilă, să fie rulate în corespundere cu esența conținutului și imaginilor difuzate, să fie plasate deasupra titrelor mobile, burtierelor și/sau crawl-urilor).</p> <p>Respectivele persoane sunt alegători și, prin urmare, trebuie să li se ofere, cel puțin, un minim de informație electorală, pentru a se orienta în programele concurenților.</p> <p>- în Fișă este indicat, dacă accesul a fost/n-a fost oferit. Analiza datelor trebuie să scoată în vileag cine și cum și-a onorat obligația; să se focuseze pe cazurile de încălcare a normei</p>	Accesibil / inaccesibil	acc/ina

		legale, cazuri, care să intre în raportul de monitorizare,		
12.	Reflectare sondaje	<p>- măsoară corectitudinea subiectelor ce vizează rezultatele sondajelor despre preferințele de vot ale alegătorilor. FSM trebuie să respecte anumite reguli când comunică despre rezultatele sondajelor, dat fiind că ele, în alegeri, pot avea efecte manipulatorii. Pentru a diminua eventuale efecte de manipulare, FSM trebuie să prezinte rezultatele sondajelor ca atare, și nu ca fapt împlinit, să precizeze cine a făcut sondajul, la comanda cui, cine a plătit, dacă se cunoaște, perioada, geografia, eșantionul, metoda utilizată, marja de eroare, prezența/lipsa autorizării din partea CEC. Deși nu-i dificil să fie făcute toate precizările respective, puțin probabil, că un FSM, care, din neatenție nu a indicat, de exemplu, marja de eroare, merită să fie sancționat. Mai degrabă, sancțiunea trebuie să intervină în cazul, în care rezultatele sondajului sunt prezentate ca adevăr incontestabil, iar precizări importante, precum cine a realizat sau cine a plătit sondajul, sunt omise cu regularitate sau de cele mai dese ori. Altfel spus, aplicarea indicatorului trebuie să fixeze prezența/lipsa manipulării cu intenție.</p> <p>În aplicarea indicatorului, atenție la data subiectului despre rezultatele sondajului. Legea dispune: cu 2 zile înainte de ziua alegerilor este interzisă difuzarea subiectelor despre rezultatele sondajelor, inclusiv în reluare. În ziua/zilele scrutinului, până la ora 21.00 a zilei de duminică, este interzisă difuzarea informații despre rezultatele sondajelor, chestionării alegătorilor privind opțiunile electorale și/sau despre rezultatele exit-pollurilor, precum și interviuri despre numărul de voturi întrunite de concurenții electorali și/sau despre șansele acestora.</p> <p>- în Fișă este indicat ”corect/parțial corect/incorect”. Contabilizarea și analiza datelor trebuie să se focuseze pe cazurile de reflectare incorectă, pentru a determina, dacă e vorba de o banală neatenție sau de intenție/rea-credință. Cazurile de acțiuni incorecte, admise intenționat, trebuie să se regăsească în raportul de monitorizare.</p>	Corect / parțial corect / incorect	cr/pcr/icr

Particularități:

Monitorizarea emisiunilor de autor, investigațiilor jurnalistice, emisiunilor de arhivă, emisiunilor de satiră/umor etc. difuzate la rubrica specială, solicită o abordare diferită în comparație cu celelalte tipuri de conținuturi audiovizuale electorale. Dacă, de exemplu, o investigație jurnalistică

dezvăluie un caz de corupție în care este implicat un concurent electoral, nu putem pretinde că FSM este obligat să difuzeze investigații jurnalistice similare despre toți concurenții electorali și doar atunci va întruni principiile de echitate, echilibru și imparțialitate. Ca și în cazul în care am pretinde ca emisiunile de arhivă să vizeze toți concurenții electorali. Prin urmare, atare tipuri de emisiuni vor fi monitorizate conform unui număr mai redus de indicatori, pentru a elucidă următoarele aspecte/următorii indicatori:

- difuzarea respectivelor genuri de emisiuni este prevăzută în Declarația aprobată de CA;
- scopul urmărit de emisiune/FSM: scopul urmărește un interes public/interes social general (ex.: atrage atenția necesității unor alegeri "curate"; informează despre un concurent electoral, despre care se cunoaște că este corupt sau sunt bănueli rezonabile, cu fapte invocate, că este corupt etc.) sau un interes îngust, politic, de denigrare ori, dimpotrivă, de favorizare a vreunui concurent electoral;
- limbajul și mesajele emisiunii: sunt sau nu sunt mesaje care reprezintă conținuturi ilegale, interzise de lege (limbaj de urmă sau discriminatoriu; dezinformare; incitare la violență; îndreptățirea războiului de agresiune sau a terorismului etc.);
- prezența mențiunii (în subiectele/programele de arhivă): utilizarea materialelor de arhivă trebuie însoțită de mențiunea „Arhiva”, video sau audio;
- utilizarea materialelor de arhivă: materialele de arhivă nu pot fi utilizate dacă denaturează sensul lor inițial (material de arhivă este cel stocat pe orice suport, realizat până la începutul perioadei electorale);
- după caz, prezența sau lipsa faptelor/argumentelor în judecățile de valoare.

În cazul, în care vreun aspect din cele enumerate indică o situație problematică, atunci evaluarea legalității emisiunii trebuie făcută în mod separat și să conducă la consecințele ce se impun.

Monitorizarea emisiunilor de promovare electorală se referă doar la FSM naționali și vizează doar alegerile parlamentare, prezidențiale și referendumurile republicane.

Monitorizarea va elucidă următoarele aspecte:

- difuzarea respectivelor emisiuni este prevăzută în Declarația aprobată de CA;
- FSM de televiziune acordă/nu acordă partidelor politice, blocurilor electorale și candidaților independenți înregistrați în calitate de concurenți electorali sau participanți la referendum timp de antenă gratuit, câte 5 minute;
- FSM de radiodifuziune sonoră acordă/nu acordă partidelor politice, blocurilor electorale și candidaților independenți înregistrați în calitate de concurenți electorali sau participanți la referendum timp de antenă gratuit, câte 10 minute;
- FSM au acordat/nu au acordat timp de antenă în mod integral în primele 15 zile de la începerea campaniei electorale;
- timp de antenă sunt/nu sunt utilizați în scopul expunerii programelor electorale și al informării alegătorilor;
- timp de antenă sunt/nu sunt utilizați în scopul difuzării publicității electorale;
- emisiunile reprezintă/nu reprezintă conținuturi ilegale;
- emisiunile sunt/nu sunt evidențiate de alte programe prin semnale acustice sau vizuale unice cu mențiunea „Emisiune de promovare electorală”, la început și la final:

În cazul, în care vreun aspect din cele enumerate indică o situație problematică, atunci evaluarea legalității emisiunii trebuie făcută în mod separat și să conducă la consecințele ce se impun.

Monitorizarea dezbaterilor electorale necesită o ajustare a indicatorilor metodologiei, precum și o analiză separată a acestui tip de emisiuni, precum și o analiză comparativă anume cu acest tip de emisiuni de la ceilalți FSM monitorizați. Ajustarea indicatorilor trebuie făcută în funcție de cerințele legale pentru acest tip de emisiuni și pentru moderatorii lor. Monitorizarea va elucidă următoarele aspecte:

- emisiunile de acest tip sunt/nu sunt prevăzute în Declarația aprobată de CA;
- emisiunile sunt/nu sunt difuzate în prime-time;

- tema emisiunii este/nu este anunțată și menținută pe tot parcursul emisiunii;
- la emisiuni sunt/nu sunt invitați toți concurenții electorali/participanții la referendum, în ordinea stabilită conform unor criterii credibile (de exemplu, în ordinea înregistrării lor);
- participanților la dezbateri li se acordă/nu li se acordă timp egal, conform rigorilor legale, iar în cazul absenței cuiva, timpul rezervat acestuia este/nu este redistribuit celor prezenți;
- în interiorul emisiunii este/nu este plasată publicitate electorală sau date despre rezultatele sondajelor de opinie privind preferințele politice ale alegătorilor; emisiunea este/nu este însoțită de titre mobile;
- moderatorul este/nu este concurent electoral ori persoană de încredere sau rudă de gradul întâi și doi al concurenților electorali/participanților la referendum;
- moderatorul moderează/nu moderează dezbateri electorale doar în cadrul unuia și aceluiași serviciu media audiovizual;
- moderatorul sonorizează/nu sonorizează spoturi de publicitate electorală sau apare/nu apare în imagini din spoturi de publicitate electorală;
- moderatorul este/nu este imparțial; intervine sau nu în cazul, în care vreun participant recurge la discurs care incită la ură; la dezinformare; la mesaje care justifică războaiele de agresiune, neagă crimele de război și crimele împotriva umanității, la limbaj sexist;
- moderatorul este sau nu este nevoit să suspende dezbaterile și dacă o suspendă, cum acționează FSM în continuare (reprogramează dezbaterile cu participarea aceluiași invitați; reprogramează dezbaterile cu schimbarea componenței invitaților; reprogramează dezbaterile în alt interval orar decât cel prevăzut în declarația politicii editoriale aprobată de CA) și dacă anunță publicul despre aceasta.

În cazul în care analiza atestă nereguli, acestea, cu argumentarea corespunzătoare, sunt indicate în raportul de monitorizare.

Monitorizarea publicității electorale necesită o ajustare a indicatorilor, iar aplicarea lor va elucida următoarele aspecte:

- dreptul FSM de a difuza publicitate electorală (are dreptul doar FSM care reflectă alegerile conform Declarației aprobate de CA);
- durata fiecărui spot de publicitate electorală (nu mai scurtă de 30 de secunde);
- durata zilnică a spoturilor de publicitate electorală pentru fiecare concurent electoral/participant la referendum (2 minute pe zi – publicitate electorală contra cost acordate de toți FSM; 1 minut de publicitate electorală gratuită pe zi acordat doar de FSM publici);
- spoturile de publicitate electorală reprezintă/nu reprezintă conținuturi ilegale (îndemnul la război de agresiune, la ură națională, rasială sau religioasă, incitarea la discriminare, la separatism teritorial, la violență publică; este interzisă utilizarea atributelor și simbolurilor general cunoscute ce sunt folosite în contextul unor acțiuni de agresiune militară, crime de război sau crime împotriva umanității, precum și al propagandei sau glorificării acestor acțiuni; nu pot fi utilizate imagini ce reprezintă culte religioase sau părți componente ale acestora, persoane oficiale străine, instituții de stat sau autorități publice de peste hotare, organizații internaționale; este interzisă combinarea de culori și/sau sunete care evocă simboluri ale altui stat);
- publicitatea electorală este/nu este difuzată în calupuri separate de conținuturi editoriale la rubrica specială (este evidențiată de alte programe prin semnale acustice sau vizuale unice);
- publicitatea electorală este/nu este difuzată în cazurile interzise de lege (din propria inițiativă a FSM; în lipsa unui contract în formă scrisă, până la difuzarea publicității electorale; nu a fost efectuată plata în avans; plata în avans a fost făcută din alte surse, decât cele din fondul electoral al concurentului electoral sau participantului la referendum; difuzarea are ca efect încălcarea cerințelor legislației privind modul și/sau timpul de difuzare a publicității electorale);
- fiecare spot de publicitate electorală conține/nu conține elementele de identificare solicitate de lege (contract/factură/comanditar/plătit din fondul electoral etc.);

- în spoturile de publicitate electorală este/nu este vocea și/sau imaginea prezentatorilor/moderatorilor FSM.

În cazul în care analiza atestă nereguli, acestea, cu argumentarea corespunzătoare, sunt indicate în raportul de monitorizare.

Monitorizarea programelor audiovizuale sponsorizate și a celor de publicitate comercială în perioada electorală trebuie să stabilească respectarea/nerespectarea următoarelor prevederi legale:

- este interzisă difuzarea publicității comerciale cu participarea unuia sau mai multor concurenți electorali/participanți la referendum. Interdicția intră în vigoare din ziua în care participantul la publicitatea comercială este înregistrat în calitate de concurent electoral/participant la referendum;
- este interzisă difuzarea programelor audiovizuale sponsorizate de concurenți electorali/participanți la referendum. Interdicția intră în vigoare din ziua în care sponsorul este înregistrat în calitate de concurent electoral/participant la referendum.

În cazul în care analiza atestă nereguli, acestea, cu argumentarea corespunzătoare, sunt indicate în raportul de monitorizare.

Monitorizarea conținuturilor de autopromovare trebuie să urmărească, în principal, dacă FSM promovează în mod echitabil, echilibrat și imparțial toate conținuturile cu caracter electoral sau dă referință clară doar conținuturilor, în care sunt prezenți anumiți concurenți electorali/participanți la referendum.

Fișa de monitorizare

Fișa de monitorizare, în funcție de categoria conținuturilor monitorizate, cuprinde indicatori cantitativi/calitativi respectivi și codurile atribuite pentru calificative.

Monitorul completează toate datele solicitate de Fișă pentru fiecare element monitorizat (știre/subiect/rubrică/parte de program/program).

Unui element de conținut monitorizat îi corespunde un rând în Fișa de monitorizare.

Fișa de monitorizare conține datele monitorizării unui singur FSM.

Fișa indică FSM monitorizat; conținutul monitorizat și numele monitorului.

Fișa de monitorizare poate fi în format word, dar este preferat formatul Excel pentru eficientizarea completării și, mai ales, a efectuării calculelor.

Modelul de Fișă folosit de CA, pentru monitorizarea programelor de știri și actualități și pentru emisiunile de informare electorală, poate fi similar celui prezentat mai jos:

Fișă de monitorizare

FSM _____ conținut
monitorizat _____ monitor _____

Data/ora	Număr / caracter / limbă		temă	durată	protagoniști	gen der	intervenție	atitudine	calitate	gen eric	acc es	sondaje						
	ncf	l c c r r a										r i m s o o c e c f b i i p n a i p l a i n a c p i c r	r	c	r			
Total																		

Colectare date

Datele sunt colectate, în principal, pentru întreaga perioadă de monitorizare și pentru toate conținuturile monitorizate.

Datele sunt colectate separat pentru fiecare FSM monitorizat.

Datele sunt colectate, de regulă, prin sumare, pentru fiecare indicator/criteriu de monitorizare. Inițial, datele colectate reprezintă valori numerice (cifre/numere). De exemplu, pentru indicatorul "data" – numărul de zile, în care au fost difuzate conținuturi cu caracter electoral; pentru indicatorul "protagoniști" – numărul total de protagoniști și numărul protagoniștilor din fiecare categorie; pentru indicatorul "calitate jurnalistică" – numărul de conținuturi acceptabile și numărul de conținuturi inacceptabile etc.

Analiză/interpretare date

Sunt analizate datele colectate pentru fiecare indicator și este constatată situația atestată. La necesitate, pot fi comparate datele aceluiași indicator de la toți FSM monitorizați. De exemplu, datele colectate pentru indicatorul "data" indică la un FSM 3 zile, iar la altul – 7 zile pe parcursul unei săptămâni (perioada de monitorizare) în care au fost difuzate conținuturi cu caracter electoral. Constatarea, în cazul primului FSM e că nu a informat zilnic publicul/alegătorii despre alegeri, spre deosebire de al doilea FSM. Prin urmare, este atestată o abordare diferită de informare a alegătorului în cazul celor doi FSM. Iar compararea datelor acestui indicator în cazul tuturor FSM monitorizați, poate să prezinte tabloul general al informării uniforme/neuniforme a publicului despre procesul electoral; în ce zile este abundență de conținuturi și în ce zile – deficit de conținuturi electorale, precum și cine dintre FSM informează cu regularitate și cine – sporadic/formal.

În cazul în care analiza datelor de la un anumit indicator relevă o încălcare a normelor juridice, cazul este tratat cu atenția cuvenită, cu argumentare suficientă pentru o eventuală decizie de descurajare a unor atare practici.

Analiza trebuie să cuprindă și obligațiile asumate de FSM prin Declarația aprobată de CA, care, după caz, pot întări baza argumentativă.

În situația în care analiza datelor monitorizării vedește bănuieli rezonabile/suspiciuni de discurs de ură sau de dezinformare, conținuturile în cauză sunt supuse unei analize suplimentare cu aplicarea metodologiilor CA care vizează discursul de ură și/sau dezinformarea.

Raportul de monitorizare:

Raportul de monitorizare, ca structură va urma structura Fișei de monitorizare. Prin urmare, raportul are un număr de capitole egal cu cel al indicatorilor plus "Introducere" și concluziile și recomandările de final.

Fiecare compartiment este constituit din două părți. În prima parte sunt prezentate datele și analiza datelor referitoare la un FSM monitorizat, cu constatări/recomandări de rigoare. În partea a doua sunt prezentate datele comparate pentru indicatorul respectiv ale tuturor FSM monitorizați, cu constatări ce reies din analiza comparată. Practic, partea a doua a fiecărui compartiment ar însemna o diagramă relevantă și un comentariu succint al datelor diagramei. Constatările/recomandările orientează membrii CA să acționeze în consecință.

În "Introducere" raportul precizează, cel puțin, temeiul legal al monitorizării, FSM monitorizați, perioada monitorizată și conținuturile monitorizate și, după caz, criteriile de monitorizare. Concluziile generale din final reies din analiza rezultatelor monitorizării tuturor FSM și pot cuprinde un top al acestora, care să indice cine și cum a funcționat în perioada monitorizată. Fiecărui FSM, în funcție de cum a reflectat alegerile, i se poate atribui un calificativ. De exemplu:

- Corespunzător – celor care au reflectat alegerile fără devieri de la norme
- Acceptabil – celor care au reflectat alegerile cu devieri minore de la norme și care nu au atras sancțiuni
- Parțial acceptabil – celor care au reflectat alegerile cu devieri de la norme care au atras sancțiuni ușoare
- Inacceptabil – celor care au reflectat alegerile cu devieri grave de la norme care au atras sancțiuni grele

După caz, numărul de calificative poate fi suplimentat sau redus (acceptabil în măsură mare/medie/mică sau acceptabil/inacceptabil)

În rapoartele ulterioare de monitorizare (dacă perioada de monitorizare cuprinde perioade intermediare) poate fi urmărită evoluția/involuția comportamentului FSM monitorizați în reflectarea alegerilor.

Raportul final de monitorizare reprezintă o sinteză a rezultatelor monitorizărilor intermediare și oferă o viziune de ansamblu a modului în care FSM monitorizați au reflectat alegerile, cu indicarea reușitelor și eșecurilor, inclusiv al problemelor sistemice (dacă au fost identificate) și soluțiile găsite ori care trebuie găsite.

Fiecare raport de monitorizare va urmări să demonstreze:

- dacă și în ce măsură sunt/nu sunt respectate rigorile juridice pentru conținuturile monitorizate;
- dacă și în ce măsură sunt/nu sunt onorate angajamentele din Declarațiile aprobate de CA ale FSM monitorizați.