

**Sinteza propunerilor și obiecțiilor**  
**la proiectul deciziei de aprobare a Metodologiei de monitorizare a conținuturilor audiovizuale cu caracter electoral**

Nr. d/o	Instituții/agenți economici	Obiecțiile și propunerile la proiect	Rezultatul examinării
1.	<p style="text-align: center;"><b>Asociația Presei Electronice</b>  <b>(f/nr. din 27 mai 2024)</b></p>	<p>Indicatori ai metodologiei: metodologia utilizează indicatori cantitativi/calitativi; aplicarea cărorora 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 către FSM prin Declarația privind politica editorială în reflectarea alegerilor/referendumului.</p> <p>Conținuturile cu caracter electoral sunt diferite și, respectiv, față de acestea și rigorile juridice impuse sunt diferite. Faptul dat relevă necesitatea:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• de a ajusta indicatorii cantitativi/calitativi în funcție de ce categorie/categorii de conținuturi, așa cum sunt clasificate de Codul electoral, urmează a fi monitorizate;</li> <li>• de a monitoriza în mod separat: <ul style="list-style-type: none"> <li>a) programele de știri și actualități;</li> <li>b) emisiunile de informare electorală;</li> <li>c) emisiunile de promovare electorală;</li> <li>d) dezbaterile electorale;</li> <li>e) programele de publicitate electorală.</li> </ul> </li> </ul> <p>După caz, indicatorii cantitativi/calitativi pot fi ajustați pentru monitorizarea:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• conținuturilor de autopromovare a programelor audiovizuale cu caracter electoral;</li> <li>• mesajelor de interes public aprobate de CEC.</li> </ul> <p>Credem că este necesară contabilizarea separată a conținuturilor cu caracter electoral din programele de știri și actualități și a celor din emisiunile de informare electorală. Sinteza datelor nu va fi relevantă la analiza cantitativă în cazul monitorizării comune și mai ales la contabilizarea comună a știrilor și a emisiunilor de informare electorală.</p> <p>De exemplu, un candidat X poate să aibă o vizibilitate mai mare prin prezența în știri cu o frecvență mare, în termeni de timpi de antenă cu o valoare redusă și să nu fie invitat la emisiune. Iar un candidat Y, nemediatizat în știri, va avea timp de antenă mai mult doar cu o singură</p>	<p style="text-align: center;"><b>Se acceptă</b></p>

prezență la emisiune. În tabloul general, candidatul Y va apărea ca având timpi de antenă superiori ca volum fără să fie ca atare mediatizat, iar candidatul X – dimpotrivă nu va fi sus ca timpi de antenă, dar se va bucura de o mediatizare intensă prin frecvența aparițiilor.

În plus, Codul Electoral la art. 90, alin.(2) prevede expres 5 categorii distincte de programe cu caracter electoral - lit.a)-e).

Propunerea de a monitoriza spoturile de autopromovare a programelor cu caracter electoral este interesantă, dar nu trebuie pusă împreună cu programele de publicitate electorală, ci mai degrabă trebuie lăsată ca opțiune la discreție. La fel, poate, în aceleași condiții, ne-am putea referi și la mesajele de interes public aprobate de CEC și pentru care din experiențele scrutinelor anterioare, de regulă, nu sunt monitorizate de nimeni.

## **2. Număr conținuturi, caracter, limbă**

- 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.

### **Măsurarea caracterului conflictual/neconflictual al conținuturilor audiovizuale se aplică în exclusivitate programelor de știri și de actualități.**

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 cu caracter conflictual obligă autorul/FSM să prezinte echilibrat opinia/poziția tuturor părților aflate în conflict. Dacă nu – e derogare de la lege. Într-un subiect 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.

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 cu caracter conflictual.

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.

**Se acceptă parțial**

	<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 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> <p>Propunem ca partea ce se referă la caracterul <u>conflictual/neconflictual</u> al unui subiect să fie obiect de monitorizare <b>doar în programele de știri și actualități</b>, nu și la emisiunile de informare electorală. Așa cum sunt definite în Codul electoral, art.90, alin.(2), emisiunile de informare electorală sunt cele organizate FSM, altele decât toate celelalte programe cu caracter electoral: știrile, emisiunile de promovare electorală (timp de antenă), dezbaterile electorale și publicitatea. În realitate, emisiunile de informare electorală, de regulă, sunt de tip dezbateri (talk-show) realizate în direct. Caracterul conflictual/neconflictual nu este la fel de relevant aici ca la știri și nici nu poate fi prognozat.</p> <p>De fapt, autorii își propun ca în astfel de emisiuni să fie elemente conflictuale ca să "iasă scânteii și foc" astfel ca emisiunea să aibă o mai mare audiență, dar nu totdeauna reușesc acest lucru prin prisma invitațiilor.</p> <p>De aceea, propunem fie de menționat la punctul 2 că monitorizarea caracterului conflictual/neconflictual se aplică doar programelor de știri și actualități, fie se adaugă ca punct separat cu renumerotarea celorlalte puncte.</p>	
	<p><b>7. Intervenție competitori electorali</b></p> <p>- măsoară durata de timp în care <b>competitorul electoral</b> vorbește (la radio), vorbește și apare în imagine (la tv) – intervenție directă, sau durata de timp în care se vorbește despre competitorul electoral – intervenție indirectă.</p> <p>În mod normal, durata intervențiilor directe/indirecte ar trebui să fie aproximativ egală pentru toți competitorii electorali, 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,</p>	<p style="text-align: center;"><b>Se acceptă</b></p>

toate opiniile divergente. În caz contrar apare suspiciunea de părtinire care, după monitorizarea întregii perioade, s-ar putea să se adevărească. 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 competitor, și nu poate fi obținută intervenția directă a competitorului vizat, FSM trebuie să asigure intervenția indirectă a acestuia, adică, să amintească poziția competitorului, 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 competitorului vizat, dar de la care nu a putut obține o intervenție directă cam de aceeași durată.

În talk-show-uri, emisiuni de autor, emisiuni de arhivă, investigații jurnalistice, emisiuni de satiră etc., durata intervențiilor competitorilor electorali 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.

**„Purtătorii de cuvânt ai concurenților electorali și participanților la referendum sunt considerați ca actori politici reprezentând respectivii competitori electorali. Intervențiile (directe sau indirecte) ale purtătorilor de cuvânt sunt contabilizate ca atare în contul competitorului electoral reprezentat. În cazul cetățenilor de rând care se exprimă în sprijinul unui competitor electoral intervențiile acestora (directe) sunt contabilizate ca mențiuni/intervenții indirecte”.**

- 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 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

	<p>monitorizare.</p> <p>Propunem ca în denumirea acestui indicator să renunțăm la sintagma generală de ”<b>protagonist</b>” și să specificăm exact că e vorba de ”<b>concurenți electorali și participanți la referendum</b>”, altfel spus și mai concis – „<b>competitori electorali</b>”, conform definiției din Codul electoral.</p> <p>În campania electorală sunt multe informații cu caracter conflictual când candidații se acuză unii pe alții. De regulă, candidații nu vin cu replică la fiecare acuzare, de asta, ocupându-se mai des purtătorii lor de cuvânt. Precizarea că intervențiile sunt contabilizate în fișa de monitorizare ca intervenții ale candidatului este necesară pentru claritate, dar și, mai ales, pentru FSM.</p> <p>De aceea propunem de inserat, înainte de ultimul alineat din text, pasajul colorat în verde.</p>	
	<p><b>8. Contextul prezentării</b></p> <p>- măsoară contextul în care <b>competitorul electoral</b> apare în conținuturile audiovizuale cu caracter electoral, în particular, în cadrul <b>programelor de știri și de actualități</b> – pozitiv, negativ sau neutru (poz/neg/neu).</p> <p>Acest indicator va măsura ansamblul de împrejurări în care sunt prezentați competitorii electorali și va indica dacă aceste circumstanțe sunt pozitive, negative sau neutre.</p> <p>Informațiile cu conținut pozitiv sunt definite cele în care competitorii sunt asociați cu acțiuni pozitive, iar subiectul cuprinde sentimente și emoții pozitive, laude, admirații, etc.</p> <p>Informațiile cu conținut negativ sunt definite cele în care competitorii sunt asociați cu acțiuni negative, iar subiectul cuprinde emoții negative, acuzații, critici, etc.</p> <p>Informațiile cu conținut neutru sunt definite cele în care competitorii nu sunt asociați cu acțiuni pozitive și nici cu cele negative, iar subiectul nu comportă încărcătură expresivă sau emoțională.</p> <p>În Fișă este indicat calificativul „pozitiv/negativ/neutru”. În cazul existenței unor dubii privitor la atribuirea calificativului se va indica în Fișă calificativul „neutru”. Analiza comparată va profila un tablou general al FSM monitorizați și va scoate în evidență pentru fiecare FSM cât de echilibrat și</p>	<p style="text-align: center;"><b>Se acceptă</b></p>

	<p>echitabil a prezentat competitorii electorali. Totodată, acest indicator poate fi aplicat și pentru reprezentanții organelor de stat (os).</p> <p>Considerăm necesară introducerea unui indicator suplimentar prin care să fie măsurat contextul în care apare un competitor electoral <u>doar în programele de știri și de actualități</u> ale serviciile media audiovizuale monitorizate.</p> <p>Dacă un candidat a parcat neregulamentar, a făcut un accident sau și mai rău a călcat un pieton este evident că este un context negativ indiferent de ce cred oamenii care îl simpatizează, îl disprețuiesc sau de ce cred jurnaliștii în reflectarea alegerilor.</p> <p>La fel, dacă un candidat participă la festivități, tăieri de panglici la deschidere de grădinițe sau pe șantiere va fi un context pozitiv indiferent de ce cred toți oamenii.</p> <p>Așadar, în mod normal, contextul pozitiv sau cel negativ în care apare un candidat nu ține de jurnalism, dar unele redacții pot decide să omită informațiile care îl defavorizează pe candidatul agreat și să difuzeze doar informațiile de context pozitiv în care apare acesta și dimpotrivă să mediatizeze tot ce este negativ despre contracandidat sau ceilalți candidați.</p> <p>Prin urmare, este important să monitorizăm și contextul, iar analiza respectivă ne va arăta cine din FSM a acționat corect și cine – dimpotrivă.</p>		
	<p><b>9. Atitudine autor</b> Renumerotare. Fără comentarii</p>		
	<p><b>Calitatea jurnalistică generală a conținutului</b> De exclus. Considerăm că autoritatea de reglementare are suficiente domenii în care trebuie să urmărească îndeaproape respectarea legislației audiovizuale în campaniile electorale. De asemenea, credem că acest indicator poate introduce o doză de subiectivism din partea monitorilor (ceea ce trebuie de evitat) și evident în rapoarte.</p>	<b>Se acceptă</b>	
2.	<p><b>Asociația „Promo-Lex”</b> <b>(nr. 95 din 27 mai 2024)</b></p>	<p>1. Clarificarea condițiilor de aplicare a metodologiei. Argumentare: Conform secțiunii „indicatori ai metodologiei”, metodologia propriu-zisă urmează să fie aplicată pentru monitorizarea în mod separat a mai multor tipuri de conținut audiovizual (programe de știri și actualități și emisiunile de informare electorală; emisiuni de promovare electorală, dezbateri electorale, programe de publicitate electorală). În același timp, la secțiunea „aplicarea metodologiei” este indicat „monitorizarea conținuturilor cu caracter</p>	<b>Se acceptă</b>

	<p>electoral”. Dacă tipurile de conținut supus monitorizării indică toate conținuturile cu caracter electoral, recomandăm menționarea lor în prima secțiune „aplicarea metodologiei”.</p>	
	<p>2. Includerea serviciilor de platformă de partajare a materialelor video în lista subiecți monitorizați Argumentare: În textul deciziei se face referire la faptul că metodologia de monitorizare are ca obiect conținuturile serviciilor media audiovizuale liniare și neliniare, precum și ale serviciilor de partajare a materialelor video. Cu toate acestea, serviciile de partajare a materialelor video nu se regăsesc în lista „subiecți monitorizați” din prima parte a metodologiei.</p>	
	<p>3. Analiza indicatorului „data/ora” în corelație cu criteriul „sex” Argumentare: Conform datelor Centrului Parteneriat pentru Dezvoltare, produsele audiovizuale cu participarea femeilor sunt difuzate la ore cu o audiență redusă. În acest context, recomandăm analiza indicatorului „data/ora” în corelație cu criteriul „sex” pentru protagoniștii dezbaterilor electorale și ale talk-show-urilor pe subiecte electorale. Notă: Recomandăm includerea criteriului „sex” în lista aspectelor de monitorizat a emisiunilor de promovare electorală.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Se respinge</b></p> <p>Cadrul legal nu instituie obligații detaliate cu privire la modul de abordare a sexului în programele electorale. Respectiv este inoportună dezvoltarea indicatorului.</p>
	<p>4. Analiza indicatorului „temă” prin prisma elementului ce se referă la „tipul subiectului” Argumentare: Conform metodologiei de monitorizare a discursului de ură a Consiliului Audiovizualului, subiectul abordat în cadrul programelor audiovizuale este analizat prin prisma faptului dacă acesta rezonază în societate ca fiind important, sensibil, foarte sensibil sau controversat. Recomandăm includerea acestui element în analiza indicatorului „temă”. Acest lucru va arăta în procesul de analiză calitativă, dacă în lipsa relevanței subiectelor, tema a fost aleasă pentru a disemina sentimente de frică, de a scinda sau de a afecta coeziunea socială, sau dimpotrivă, temele alese au adus în discuție subiecte sensibile, de interes general care odată abordate trebuiau să fie prezentate, asigurând echilibrul de opinii.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Se respinge</b></p> <p>Delimitarea poate fi extrem de subiectivă.</p>
	<p>5. Definierea conceptului de „conținut ilegal” Argumentare: Printre aspectele menționate la secțiunile ce se referă la monitorizarea emisiunilor de autor, investigațiilor jurnalistice, emisiunilor de arhivă, emisiunilor de satiră/umor etc., emisiunilor de promovare electorală și publicității electorale se regăsește și cel al „conținuturilor ilegale”. Cu toate acestea, nici Codul serviciilor media audiovizuale, nici o altă lege de la nivel național nu</p>	<p style="text-align: center;"><b>Se respinge</b></p> <p>La rubrica „publicitate electorală” este detaliat conceptul de „conținut ilegal”.</p>

		<p>definește ce reprezintă un „conținut ilegal”. În acest sens, recomandăm definirea conceptului pentru a exclude orice interpretare eronată.</p>	
		<p>6. Analiza calitativă a corelațiilor dintre indicatorii cantitativi și calitativi. Argumentare: Secțiunea „Analiză/interpretare date” se referă la analiza fiecărui indicator în parte, dar nu și asupra analizei corelațiilor dintre acești indicatori. În lipsa unor obiective specifice de monitorizare, analiza acestora ar permite nu doar identificarea unor tendințe, dar și formularea unor constatări și recomandări specifice.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Se acceptă</b></p> <p>Rubrica va fi revăzută.</p>
3.	<p style="text-align: center;"><b>Consiliul Audiovizualului al RM Direcția Control Servicii Media Audiovizuale</b> (nr. 3 din 27 martie 2024)</p>	<p>1. În conformitate cu art. 90 alin. 2 din Codul electoral, în serviciile media audiovizuale, grupurile de inițiativă, concurenții electorali (candidații în alegeri), participanții la referendum, reprezentanții și persoanele de încredere ale acestora nu pot avea intervenții directe sau indirecte și nu pot fi vizați de terți în alte <b><u>programe audiovizuale decât cele cu caracter electoral</u></b>, stabilite expres în declarațiile politicilor editoriale ale furnizorilor de servicii media. <b><u>Programe audiovizuale cu caracter electoral</u></b> se consideră următoarele:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>a) programele de știri și actualități;</li> <li>b) emisiunile de informare electorală;</li> <li>c) emisiunile de promovare electorală;</li> <li>d) dezbaterile electorale;</li> <li>e) programele de publicitate electorală.</li> </ul> <p>Totodată, conform pct. 25 sbp. 3) din Regulamentul privind reflectarea alegerilor de către instituțiile mass-media, declarația privind politica editorială pentru reflectarea alegerilor trebuie să conțină lista <b><u>programelor audiovizuale cu caracter electoral</u></b>, așa cum sunt clasificate în art. 90 alin. (2) din Codul electoral, și intervalul orar (inclusiv al reluărilor) de difuzare a fiecărui program;</p> <p>Respectiv, propunem pe tot parcursul textului metodologiei, inclusiv în titlu, de a schimba expresia „<u>conținuturile audiovizuale cu caracter electoral</u>” cu „<u>programe audiovizuale cu caracter electoral</u>” (ex. „<i>Metodologia de monitorizare a programelor audiovizuale cu caracter electoral</i>”).</p>	<p style="text-align: center;"><b>Se acceptă</b></p>



	<p>2. La preambulul metodologiei, de modificat fraza <u>„Fără reguli și fără o supraveghere corespunzătoare a respectării regulilor, febra competiției politice poate ușor compromite exercițiul democratic”</u> cu <u>„Fără reguli și fără o supraveghere corespunzătoare a respectării regulilor, anumite acțiuni în cadrul competiției politice pot compromite exercițiul democratic”</u>.</p>	<p><b>Se acceptă.</b></p>
	<p>3. La preambulul metodologiei, la rubrica „Aplicarea metodologiei” de schimbat <u>„în cazul autosesizărilor CA”</u> cu <u>„în cazul controlului din oficiu”</u>. De introdus după termenul „sesizărilor”, termenul „petițiilor” (<u>„în cazul sesizărilor/petițiilor”</u>), în conformitate cu art. 83 alin. 3 lit. a), alin. 4<sup>1</sup> din Codul serviciilor media audiovizuale 174/2018 (în continuare CSMA).</p>	<p><b>Se acceptă.</b></p>
	<p>4. La preambulul metodologiei, la rubrica „Indicatori ai metodologiei”, propunem de enumerat concret care indicatori se consideră cantitativi și care sunt calitativi.</p>	<p><b>Se respinge</b> Imposibil de făcut delimitarea strictă.</p>
	<p>5. În tabelul explicativ, la indicatorul <i>Data / ora</i> rubrica <i>Semnificație / raționament / aplicare / rezultat</i>, de modificat fraza <u>„De exemplu, potrivit legii, conținuturile cu caracter electoral trebuie difuzate în intervalul orar...”</u> cu <u>„De exemplu, potrivit pct. 37 din Regulamentul privind reflectarea alegerilor de către instituțiile mass-media, programele audiovizuale cu caracter electoral trebuie difuzate în intervalul orar...”</u> De modificat <u>„în Fișa de monitorizare (Fișă) este indicată data și ora programului cu caracter electoral; dacă ziua/ora contravin legii...”</u>, cu <u>„în Fișa de monitorizare (Fișă) este indicată data și ora programului cu caracter electoral; dacă ziua/ora contravin Regulamentului...”</u>.</p>	<p><b>Se acceptă parțial</b> Regulamentul se poate modifica, dar reformulăm cu utilizarea sintagmei „acte normative”</p>
	<p>6. În tabelul explicativ, la indicatorul <i>Număr conținuturi</i> rubrica <i>Semnificație / raționament / aplicare / rezultat</i> la abzațul <u>„Indicarea caracterului conflictual/neconflictual al conținuturilor este importantă, date fiind rigorile mai mari față de conținuturile conflictuale”</u>. Propunem de specificat concret care este metodologia de stabilire a caracterului conflictual/neconflictual al programelor audiovizuale. Totodată de făcut trimitere concret la prevederile care stabilesc rigorile mai mari față de conținuturile conflictuale (ex. art. 13 din CSMA). De schimbat <u>„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”</u> cu <u>„în Fișă fiecare subiect/program monitorizat este notat cu cifra ”1”, pentru a facilita contabilizarea acestora. Rezultatul poate indica,</u></p>	<p><b>Se acceptă</b> Se exclude detalierea cu rigorile mai mari. Se exclude paragraful cu îndreptățirea limbii.</p>

	<p><u>dacă FSM a reflectat adecvat procesul electoral sau doar a mimit reflectarea</u>”.</p> <p>La abzațul „...și dacă este îndreptățită limba conținuturilor, având în vedere publicul-țintă al FSM...”. De concretizat atribuțiile Consiliului de a stabili dacă este îndreptățită limba programelor realizate având în vedere publicul-țintă al FSM, reieșind din faptul că fiecare FSM are libertatea de a stabili limba unui program audiovizual difuzat. Sau de reformulat „...având în vedere declarația politicii editoriale...”.</p> <p>La abzațul „...Analiza comparată între FSM poate genera date relevante despre cine și cum respectă legea. Cazurile cu derogări de la lege,... ” de specificat despre care lege sau act normativ este vorba.</p>	
	<p>7. În tabelul explicativ, la indicatorul <i>Temă</i> la rubrica <i>Semnificație / raționament / aplicare / rezultat</i> , propunem de specificat concret care este metodologia de stabilire a caracterului relevant/irelevant a temelor selectate pentru reflectarea procesului electoral. La abzațul „<u>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.</u>” de specificat despre ce argumentări corespunzătoare este vorba.</p>	<b>Se respinge</b>
	<p>8. În tabelul explicativ, la indicatorul <i>Durata</i> la rubrica <i>Calificative</i>, propunem de a adăuga la măsurarea duratei timpului de emisie și orele „<u>Ore/minute/secunde</u>”, „<u>h/min/sec</u>”. La abzațul „<u>În schimb, durata dezbaterilor electorale, de exemplu, și a publicității electorale, poate indica exact dacă este sau nu respectată legea.</u>” de specificat despre care lege sau act normativ este vorba.</p>	<b>Se acceptă</b>
	<p>9. În tabelul explicativ, la indicatorul <i>Protagoniști</i> la rubrica <i>Semnificație / raționament / aplicare / rezultat</i> , de concretizat despre câte categorii este vorba „...<u>patru categorii în subiecte/programe electorale, cu excepția publicității electorale: organ electoral; organ de stat; concurent electoral/participant la referendum; expert independent; cetățean de rând</u>”.</p>	<b>Se acceptă</b> Se exclude sintagma „subiecte”
	<p>10. În tabelul explicativ, la indicatorul <i>Reflectare sondaje</i> la rubrica <i>Semnificație / raționament / aplicare / rezultat</i> , de schimbat „<u>Legea dispune: cu 2 zile înainte de ziua alegerilor este interzisă difuzarea subiectelor despre rezultatele sondajelor, inclusiv în reluare</u>” cu „<u>Pct. 51 din Regulamentul privind reflectarea alegerilor de către instituțiile mass-media dispune: cu 2 zile înainte de ziua alegerilor FSM au interdicția de a difuza, inclusiv în</u></p>	<b>Se acceptă</b>

		<i>reluare, subiecte despre rezultatele sondajelor de opinie privind preferințele politice ale alegătorilor.”</i>	
		11. La rubrica Monitorizarea dezbaterilor electorale, la punctul „ <i>moderatorul este/nu este concurent electoral ori persoană de încredere sau rudă de gradul întâi și doi al concurenților electorali/participanților la referendum;</i> De specificat modalitatea de stabilire a faptului că moderatorul este persoană de încredere sau rudă de gradul întâi și doi al concurenților electorali/participanților la referendum.	Se exclude. <b>Se acceptă</b>
		12. La rubrica Raportul de monitorizare, la abzațul „ <i>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</i> ” De indicat temeiul juridic pentru realizarea acțiunii respective.	Rubrica va fi revăzută. <b>Se acceptă</b>
4.	<b>Asociația Națională Patronală a Radiodifuzorilor din RM</b> (nr. 3 din 27 mai 2024)	Aplicarea metodologiei: ● în cazul auto monitorizării de către FSM a propriilor conținuturi cu caracter electoral Urmează a fi exclusă. Legislația în vigoare a Republicii Moldova prevede și legiferează autonomia și libera activitate internă a FSM, fără ingerințe ale statutului. În caz contrar, se impune printr-o Decizie a unei autorități publice (în cazul de față Consiliul Audiovizualului) cenzură și mod de auto-monitorizare a activității interne a unei persoane juridice.	<b>Se acceptă parțial</b> O să reformulăm că nu e obligatoriu
		Metode aplicate: ● analiza comparată: pentru a determina evoluția/involuția fiecărui FSM în reflectarea alegerilor/referendumului Urmează a fi exclusă. Această metodă ar putea fi aplicată de CA în cazul unei analize generale ale tuturor FSM în procesul acestora de reflectare a unei anumite campanii electorale/referendum, însă ca metodă obligatorie aplicată în cazul monitorizării fiecărui FSM în reflectarea alegerilor/referendumului considerăm că nu este oportună. Mai mult ca atât, conform Subiecților monitorizați – se identifică că nu fiecare FSM va fi monitorizat.	<b>Se respinge</b> Metoda va fi aplicată față de toți cei asupra cărora va fi dispusă monitorizarea.
		Subiecți monitorizați: lista FSM decisă de CA. Urmează a fi modificată prin următoarea sintagmă: Subiecți monitorizați: toți FSM înregistrați și licențiați de CA.	<b>Se acceptă</b> FSMA aflați în jurisdicția RM

	<p>În primul rând, urmează a fi evitată aplicarea în cadrul unui act normativ a utilizării sintagmei „de regulă”. În al doilea rând, perioada monitorizată, pentru a avea un tablou complex, urmează a fi stabilită ca fiind întreaga perioadă electorală.</p>	<p><b>Se acceptă parțial.</b> Codul Electoral prevede prezentarea rapoartelor săptămânale în campania electorală, iar în perioadă nu este prevăzut, deci, rămâne la discreția CA să stabilească periodicitatea monitorizării. Scoatem sintagma „de regulă”.</p>
	<p>Considerăm că sintagma „a unei secțiuni a serviciului media sau în cadrul unor programe concrete, stabilite prin decizie de către CA” urmează a fi exclusă. Deoarece, un rezultat vădit legal al unei monitorizări poate fi atins doar în procesul de monitorizare a întregului spectru de conținuturi audiovizuale cu caracter electoral difuzate în cadrul unui serviciu media, dar nicidecum în cadrul monitorizării unei emisiuni sau a unei secțiuni a serviciului media.</p>	<p><b>Se respinge</b> CA va decide în funcție de factorii relevanți la momentul aprobării deciziei (declarațiile aprobate).</p>
	<p>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. În primul rând, considerăm că sintagma „audiovizuală și conexă relevantă,” urmează a fi exclusă. Deoarece, scopul respectivei Metodologii este anume monitorizarea conținuturilor audiovizuale cu caracter electoral, dar nicidecum a legislației audiovizuale, pentru care CA are adoptate cu totul alte reguli.</p> <p>În al doilea rând, considerăm că urmează a fi revăzută formularea prin care se va determina dacă un program audiovizual cu caracter electoral întrunește sau nu cerințele prevăzute de legislația electorală. Propunem a fi menționat faptul că se va determina dacă un FSM la difuzarea conținuturilor audiovizuale cu caracter electoral respectă sau nu cerințele prevăzute de legislația electorală.</p>	<p><b>Se respinge</b></p>
	<p>Considerăm că sintagma „Numărul de conținuturi este relevant pentru a determina gradul de acoperire mediatică a alegerilor de către FSM monitorizat.” Urmează a fi exclusă, deoarece nu în fiecare caz analizat, numărul de conținuturi difuzate de un oarecare FSM va fi relevant pentru a determina gradul de acoperire mediatică a alegerilor de către respectivul FSM. Există cazuri când un FSM difuzează un număr mai mic de conținuturi</p>	<p><b>Se acceptă</b> Se exclude fraza cu numărul de conținuturi.</p>

	<p>audiovizuale cu caracter electoral în coraport cu un alt FSM, însă gradul de acoperire mediatică a alegerilor de către primul FSM va fi mai mare decât în cazul celui de-al doilea FSM.</p>	
	<p>Considerăm că sintagma „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” urmează a fi exclusă, deoarece nu este relevantă și oportună în cazul respectivei Metodologii.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Se acceptă</b></p> <p>Se exclude paragraful cu îndreptățirea limbii.</p>
	<p>Considerăm că sintagma „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.” Urmează a fi exclusă din conținutul proiectului Metodologiei, deoarece:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- nu este indicat cine/care organ sau autoritate va stabili în cadrul alegerilor electorale/referendum care teme sunt de interes public/de interes social general și care sunt teme mărunte, fără relevanță în alegeri;</li> <li>- nu sunt indicate criteriile și condițiile de stabilire și de atribuire în cadrul alegerilor electorale/referendum care teme urmează a fi plasate în cadrul celor de interes public/de interes social general și care vor fi teme mărunte, fără relevanță în alegeri;</li> <li>- care anume sunt evenimente electorale publice relevante etc.?</li> </ul>	<p style="text-align: center;"><b>Se acceptă parțial</b></p> <p>Se exclude sintagma „și sunt teme mărunte, fără relevanță în alegeri”.</p>
	<p>Considerăm că sintagma „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.”, urmează a fi exclusă, reieșind din argumentele expuse în punctul anterior.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Se respinge</b></p> <p>Tema este de interes public.</p>
	<p>Sintagma „probabil,” urmează a fi exclusă, întrucât, considerăm că potrivit tehnicii legislative nu poate fi utilizată o astfel de sintagmă în cadrul unui act administrativ normativ. Astfel, în cazul a doi FSM diferiți, ar putea fi adoptate două soluții diferite, deoarece, într-un caz se va lua în considerație că diferența de 5-10 secunde este acceptabilă, dar în cazul unui alt FSM ar putea fi adoptată decizia de sancționare.</p>	<p style="text-align: center;"><b>Se acceptă</b></p> <p>Se exclude exemplul în întregime.</p>
	<p>Considerăm că sintagma „Prin urmare, dacă în perioada de monitorizare în programele cu caracter electoral protagoniste au reprezentat doar femeii din categoria cetățenilor de rând, nu putem vorbi de echilibru de gen, pentru că protagonistele ar fi putut reprezenta și categoria de experți.”, urmează a fi</p>	<p style="text-align: center;"><b>Se acceptă</b></p> <p>Se exclude exemplul în întregime.</p>

		<p>exclusă. Deoarece, includerea acestei sintagme nu este nici clară și nici oportună. Întrucât, în cazul reflectării alegerilor, de exemplu, în cadrul buletinelor de știri, într-o anumită perioadă de timp, ar putea eventual să fie prezenți doar protagoniști femei sau doar protagoniști bărbați, fapt care nu poate fi decis/reglementat/influențat de către FSM. În cadrul alegerilor, în cazul buletinelor de știri, de exemplu, FSM doar reflectă evenimentele concurenților electorali fără a avea posibilitate să influențeze într-un oarecare mod lista reprezentanților concurenților electorali, fie că aceștia vor fi femei, fie că vor fi bărbați. Astfel, eventual, un FSM ar putea fi sancționat pentru lipsa echilibrului de gen în cazuri când nu este responsabil de frecvența apariției în evenimentele organizate de concurenții electorali a protagoniștilor bărbați sau femei.</p>	
5.	AO Federația Moldovenească de Fotbal	Lipsa de obiecții și propuneri la proiect.	