



CONSILIUL AUDIOVIZUALULUI AL REPUBLICII MOLDOVA

DECIZIA nr. 166

din 14 iunie 2024

Cu privire la aprobarea Metodologiei de monitorizare a programelor 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 a 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.

Prin Decizia nr. 124 din 26.04.2024, în vederea asigurării transparenței în procesul decizional, CA a supus consultărilor publice proiectul Metodologiei de monitorizare a programelor audiovizuale cu caracter electoral. Termenul limită de prezentare a propunerilor asupra proiectului a fost 27 mai 2024. Până în prezent, au fost prezentate propuneri de la Direcția control servicii media audiovizuale a CA, Asociația Presei Electronice din Moldova (APEL), Asociația „Promo-LEX” și Asociația Națională Patronală a Radiodifuzorilor din Republica Moldova.

În temeiul prevederilor art. 73-75 din Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr.174/2018,

Consiliul Audiovizualului al Republicii Moldova DECIDE:

1. Se aprobă Metodologia de monitorizare a programelor audiovizuale cu caracter electoral (se anexează).
2. Se abrogă Decizia Consiliului Audiovizualului nr. 29/180 din 09.11.2018 cu privire la aprobarea Metodologiei de monitorizare a radiodifuzorilor aflați sub jurisdicția Republicii Moldova.
3. Controlul asupra executării prezentei decizii se pune în sarcina Secției juridice și Direcției control servicii media audiovizuale.
4. Prezenta decizie intră în vigoare la data adoptării și se publică pe pagina web oficială a Consiliului Audiovizualului și în Monitorul Oficial al Republicii Moldova.

VICEPREȘEDINTĂ

Ana GONȚA

Metodologia de monitorizare a programelor 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, anumite acțiuni în cadrul competiției politice pot compromite exercițiul democratic. Prezenta metodologie vine în sprijinul Consiliului Audiovizualului (în continuare – CA), care are atribuția și obligația să supravegheze respectarea regulilor în alegeri de către furnizorii de servicii media (în continuare – FSM).

Scopul metodologiei: A determina măsura în care programele 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 programelor cu caracter electoral (programele de știri și actualități, emisiunile de informare electorală, emisiunile de promovare electorală, dezbaterile electorale, programele de publicitate electorală, după caz) și a conținuturilor de autopromovare a programelor audiovizuale cu caracter electoral;
- în cazul controlului din oficiu în materie de programe cu caracter electoral;
- în cazul petițiilor/sesizărilor venite la CA în materie de programe cu caracter electoral;
- FSM o pot utiliza (la decizia acestora) în cazul automonitorizării propriilor programe cu caracter electoral.

Metode aplicate:

- *analiza de conținut:* pentru a determina conformitatea/neconformitatea programelor 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: FSM aflați în jurisdicția Republicii Moldova.

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

Programe monitorizate: programe 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.

Programele 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 categoria/categoriile programelor, așa cum sunt clasificate de Codul electoral, care urmează a fi monitorizate;
- de a monitoriza în mod separat:
 - a) programele de știri și actualități;
 - b) emisiunile de informare electorală;
 - c) emisiunile de promovare electorală;
 - d) dezbaterile electorale;
 - e) programele de publicitate electorală.

După caz, indicatorii cantitativi/calitativi pot fi ajustați pentru monitorizarea:

- conținuturilor de autopromovare a programelor audiovizuale cu caracter electoral;
- mesajelor de interes public aprobate de CEC.

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

Tabel explicativ

Nr.	Indicator	Semnificație/raționament/aplicare/rezultat	Calificative	Coduri
1.	Data/ora	- măsoară numărul zilelor/orele în/la care au fost difuzate programele 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 actelor normative (ore de maximă audiență). De exemplu, potrivit actelor normative, programele 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. - în Fișa de monitorizare (în continuare – <i>Fișă</i>) este indicată data și ora programului cu caracter electoral. Dacă ziua/ora contravin actelor normative, faptul atestat este reflectat în rezultatele monitorizării (raport).	Conformă/ neconformă cerințelor legale	cf/ncf
2.	Număr programe, caracter, limbă	- măsoară numărul programelor electorale, caracterul conflictual/neconflictual, precum și limba în care sunt realizate acestea. Măsurarea caracterului conflictual/neconflictual al conținuturilor audiovizuale se aplică în exclusivitate programelor de știri și de actualități. Limba de realizare a programelor electorale este relevantă pentru a determina proporția acestora într-o limbă ori alta, precum și corespunderea proporției respective cu angajamentele din Declarație. - 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. În Fișă este indicat caracterul conflictual/neconflictual al subiectului/programului. Contabilizarea și analiza datelor poate indica raportul dintre numărul programelor respective, precum și corectitudinea/	Caracter conflictual/ neconflictual; limbă română/alta	1/cc/cnc; ro/ al

		<p>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 programelor realizate într-o limbă ori alta.</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/irrelevantă temelor electorale reflectate. Sunt teme de interes public/de interes social general. 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 și cine reflectă formal sau chiar cu rea-credință. S-ar părea că 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 este relevantă/irrelevantă. În cazul temelor irelevante sunt necesare argumentări corespunzătoare și concluzii care trebuie să se regăsească în raportul de monitorizare.</p>	Relevantă/irrelevantă pentru alegeri	rl/irl
4.	Durata	<p>- măsoară durata timpului de emisie alocat pentru subiectele/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.</p> <p>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 actelor normative și a Declarației. Cazurile de încălcare a actelor normative /Declarației trebuie să se regăsească în raport. Durata trebuie exprimată cum e mai comod de perceput – secunde, minute sau ore.</p>	Ore/minute/secunde	h/min/sec

5.	Protagoniști	<p>- măsoară numărul de protagoniști din patru categorii în programe electorale, cu excepția publicității electorale: organ electoral, organ de stat, concurent 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 din Codul 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 actelor normative. 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>	organ electoral sau reprezentant / organ de stat sau reprezentant / concurent electoral sau participant referendum/ expert independent / cetățean de rând	oe/os/ cel/e/cr
6.	Echilibru de gen	<p>- măsoară frecvența apariției în știri/programe electorale a protagoniștilor bărbați/femei.</p> <p>Pe de altă parte, dacă într-o dezbateri electorală participanții, prin tragere la sorți sau în ordinea înregistrării, sunt doar bărbați, nu trebuie să învinuim FSM că nu a asigurat echilibrul de gen.</p> <p>- în Fișă este indicat genul protagonistului. Contabilizarea datelor arată numărul protagoniștilor și protagonistelor 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 gen și cine nu. Rezultatele relevante trebuie să se regăsească în raportul de monitorizare.</p>	Femeie/bărbat	f/b
7.	Intervenție protagoniști	<p>- măsoară durata de timp în care competitorul electoral 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 debateri electorale și, mai ales, în subiectele cu caracter conflictual, unde trebuie să fie reprezentate, aproape 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 adevărească. În același timp, de luat în calcul că nu întotdeauna unei intervenții</p>	Intervenție directă / indirectă	id/ind

		<p>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 se consideră atunci când FSM nu 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 de aproximativ 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, aceasta nu este 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>Purtătorii de cuvânt ai concurenților electorali și ai 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.</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 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 incluse în raportul de monitorizare.</p>		
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 la ceea 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</p>	Părtinitoare / nepărtinitoare	p/np

		<p>tipul conținutului cu caracter electoral, aplicăm sau nu aplicăm acest criteriu.</p> <p>- în Fișă indicăm calificativul imparțial/părtinitor. Dacă este relevant, putem indica și numele celui monitorizat. Analiza prestației autorului/jurnalistului trebuie să scoată în evidență, mai ales cazurile de atitudine părtinitoare, pentru că este o încălcare gravă. Analiza poate reliefa și pe cine favorizează/defavorizează FSM. În special, cazurile reprobabile trebuie incluse în raportul de monitorizare.</p>		
9.	Contextul prezentării	<p>- măsoară contextul în care competitorul electoral apare în conținuturile audiovizuale cu caracter electoral, în particular, în cadrul programelor de știri și de actualități – pozitiv, negativ sau neutru.</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 echitabil a prezentat competitorii electorali.</p> <p>Totodată, acest indicator poate fi aplicat și pentru reprezentanții organelor de stat (os).</p>	Pozitiv, negativ sau neutru	(poz/neg/ ne).
10.	Genericul	<p>- măsoară prezența/lipsa genericului pentru programele 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 actelor normative, 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</p>	Accesibil / inaccesibil	acc/ina

		<p>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 programelor, 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/nu a fost oferit. Analiza datelor trebuie să scoată în vileag cine și cum și-a onorat obligația; să se focalizeze pe cazurile de încălcare a normei legale, cazuri care să fie reflectate în raportul de monitorizare.</p>		
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 este 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. Actele normative dispun: 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 focalizeze pe cazurile de reflectare incorectă, pentru a determina dacă e vorba de o banală neatenție sau de intenție/reacredință. Cazurile de acțiuni incorecte, admise intenționat, trebuie să se regăsească în raportul de monitorizare.</p>	Corect / parțial corect / incorect	cr/pcr/icr

Monitorizarea emisiunilor de promovare electorală se referă doar la FSM naționali care reflectă alegerile 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 spoturilor 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, 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. 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 orele de maximă audiență;
- 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 moderează/nu moderează dezbateri electorale doar în cadrul unui și aceluiași serviciu media audiovizual;
- 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 politicilor 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 elucidă 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 (este interzis 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);
 - fiecare spot de publicitate electorală conține/nu conține elementele de identificare solicitate de lege (contract/faktură/comanditar/plătit din fondul electoral etc.);
- 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 prevederilor legale care interzic:

- difuzarea publicității comerciale cu participarea unuia sau mai multor concurenți electorali/participanți la referendum;
- difuzarea programelor audiovizuale sponsorizate de concurenți electorali/participanți 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 respectarea principiilor echității, echilibrului și imparțialității, și să fie raportate ca volum de programe audiovizuale cu caracter electoral.

Fișa de monitorizare

Fișa de monitorizare, în funcție de categoria programelor 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 calculului.

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 protagoniști	Intervenție (doar cel și oe)	Context prezentare	Atitudine autor	Genericul	Accesibilitate	Sondaje

cf	ncf	l	cc	cn c	ro	al	rl	irl	h	min	sec	oe	os	cel	e	cr	f	b	id	ind	poz	neg	neu	p	np	pr	lp	ac	iac	cr	pcr	icr		
Total:																																		

Colectare date

Datele sunt colectate, în principal, pentru întreaga perioadă de monitorizare și pentru toate programele 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 programe cu caracter electoral; pentru indicatorul „protagoniști” – numărul total de protagoniști și numărul protagoniștilor din fiecare categorie; pentru indicatorul „calitate jurnalistică” – numărul de programe acceptabile și numărul de programe inacceptabile etc.

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

Fiecare raport de monitorizare va urmări să demonstreze:

- dacă și în ce măsură sunt/nu sunt respectate prevederile legale de către FSM monitorizați;
- dacă și în ce măsură sunt/nu sunt onorate angajamentele din Declarațiile aprobate de CA ale FSM monitorizați.