

REGULAMENTUL privind reflectarea alegerilor de către instituțiile mass-media

Capitolul I. Dispoziții generale

1. Prezentul regulament stabilește drepturile, obligațiile, precum și statutul persoanelor implicate în procesul de reflectare a alegerilor de către instituțiile mass-media, astfel încât să asigure informarea complexă, obiectivă și veridică a publicului asupra întregului proces electoral prin intermediul instituțiilor mass-media.

2. Din motive de claritate și fluiditate a textului, precum și pentru a nu încălca textul cu dublete masculin/feminin, substantivele folosite în prezentul regulament care denumesc funcții au forma de masculin generic și poartă un caracter incluziv/nonsexist.

3. Prevederile prezentului regulament se aplică instituțiilor mass-media care reflectă alegerile parlamentare, prezidențiale, locale, regionale, noi și parțiale, referendumurile, cu excepția celor fondate de partide politice.

4. În reflectarea alegerilor instituțiile mass-media au obligația să respecte principiile echității, echilibrului și imparțialității.

5. În sensul prezentului regulament, următoarele noțiuni semnifică:

1) *principiul echității* – principiu, conform căruia instituția mass-media adoptă un tratament egal, onest, fără părtinire față de toți protagoniștii despre care informează publicul; principiul echității se asociază, mai degrabă, cu principiul egalității decât cu cel al meritocrației; în cazul concurenților electorali se prezumă că eventualele merite anterioare ale acestora devin nule în perioada electorală, astfel ca toți concurenții să fie în condiții competitive egale;

2) *principiul echilibrului* – principiu bazat pe ideea non-predominanței care, la modul practic, trebuie să fie înțeleasă astfel: instituția mass-media distribuie egal timpul de emisie/spațiul de ziar între protagoniști și abordează în aceeași manieră protagoniștii implicați în procesul electoral despre care informează publicul; instituția mass-media nu are niciun motiv să extindă timpul de emisie dedicat unui concurent electoral în detrimentul oricărui alt concurent electoral; instituția mass-media informează în mod egal (ca timp, loc, interval orar, spațiu de ziar/revistă etc. și ca abordare) despre toate evenimentele electorale publice relevante; dacă vreun concurent electoral nu organizează evenimente electorale publice, instituția mass-media nu încalcă principiul echilibrului;

3) *principiul imparțialității* – principiu, conform căruia instituția mass-media tratează toți protagoniștii despre care informează publicul fără prejudecăți și fără părtinire; principiu care echivalează cu interdicția oricărei forme de favoritism față de oricare protagonist/concurent electoral, indiferent de motiv; principiu, care are la bază dreptul egal al tuturor cetățenilor de a fi informați la fel despre toți protagoniștii/concurenții electorali. Prezența sau lipsa imparțialității este determinată prin aplicarea a două criterii: subiectiv și obiectiv. Criteriul subiectiv ține seama de comportamentul și convingerile personale ale unui jurnalist (reporter, moderator etc.) concret, dacă demonstrează prejudecăți sau părtinire într-un caz ori altul. Criteriul obiectiv stabilește dacă instituția mass-media însăși oferă sau nu oferă suficiente garanții pentru a exclude orice îndoială legitimă privind imparțialitatea sa. În cele mai dese cazuri este de preferat criteriul obiectiv.

6. În cazul în care un concurent electoral deține o funcție publică, instituțiile mass-media, în conținuturile lor editoriale, fac distincție clară între exercitarea funcției publice în cadrul unor evenimente de interes public și activitatea electorală a acestuia. Conținuturile editoriale în care este reflectată exercitarea funcției publice de către un concurent electoral trebuie să respecte principiile echității, echilibrului și imparțialității.

7. În campania electorală pentru alegeri parlamentare, prezidențiale, locale generale și pentru referendumuri republicane instituțiile mass-media au interdicția de a publica/difuza publicitate politică. În cazul alegerilor locale noi (parțiale), regulile de publicare/difuzare a publicității politice sunt stabilite de Comisia Electorală Centrală (în continuare – CEC). Difuzarea mesajelor de interes public în cazul oricărui tip de alegeri se efectuează numai cu avizul CEC.

8. În reflectarea alegerilor instituțiile mass-media care nu sunt în jurisdicția Republicii Moldova, dar au acces în spațiul mediatic național și intenționează să asigure reflectarea alegerilor, sunt obligate să respecte normele prezentului regulament.

9. Instituțiile mass-media au dreptul să reflecte alegerile liber de orice ingerință din partea autorităților publice, a concurenților electorali sau a altor entități. Jurnaliștii, inclusiv liberii profesioniști (bloggeri și vloggeri), pentru reflectarea generală a alegerilor (filmări de protocol, inclusiv în incinta organelor electorale cu acordul președintelui organului electoral, interviuri, reportaje etc.) își exercită atribuțiile fără a avea nevoie de vreun permis special. Jurnaliștii, inclusiv liberii profesioniști (bloggeri și vloggeri), care pe lângă reflectarea generală intenționează să facă uz de drepturile prevăzute de art. 89 alin. (6) din Codul electoral trebuie să obțină calitatea de observator în temeiul procedurilor instituite de CEC.

10. În scopul asigurării accesului jurnaliștilor, inclusiv al liberilor profesioniști (bloggeri și vloggeri), la evenimentele electorale în scopul realizării drepturilor prevăzute de art. 80 alin. (8) lit. d) și art. 89 alin. (6) din Codul electoral, CEC sau consiliile electorale de circumscripție sunt în drept să confirme jurnaliștii legitimați de instituțiile mass-media în conformitate cu procedura prevăzută la capitolul II al prezentului regulament.

Capitolul II. Procedura de confirmare a jurnaliștilor legitimați de instituțiile mass-media în calitate de observatori

11. CEC confirmă, la cerere, jurnaliștii legitimați de instituțiile mass-media naționale și liberii profesioniști (bloggeri și vloggeri), care pot reflecta procesul electoral pe întreg teritoriul țării, în toate consiliile electorale de circumscripție și la toate secțiile de votare, inclusiv în cele constituite pentru alegătorii Republicii Moldova domiciliați în unitățile administrativ-teritoriale din stânga Nistrului, și în secțiile de votare constituite în afara Republicii Moldova.

12. Consiliul electoral de circumscripție sau Consiliul Electoral Central al Găgăuziei confirmă, la cerere, jurnaliștii legitimați de instituțiile mass-media naționale, pentru reflectarea alegerilor pe întreg teritoriul circumscripției respective.

13. Jurnaliștii legitimați de instituțiile mass-media internaționale sau străine care intenționează să reflecte alegerile, precum și interpreții acestora, sunt confirmați de către Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene, iar confirmarea dreptului de a face uz de art. 89 alin. (6) din Codul electoral se va face de către CEC.

14. Cererile privind confirmarea jurnaliștilor legitimați de instituțiile mass-media naționale se depun la sediul CEC sau la sediul consiliilor electorale de circumscripție.

15. Pentru confirmarea jurnaliștilor legitimați de instituțiile mass-media și/sau a interpreților se vor depune următoarele documente:

1) cerere din partea instituției mass-media care solicită confirmarea, însoțită de lista jurnaliștilor angajați/legitimați propuși pentru a fi confirmată,

2) copiile de pe extrasele privind înregistrarea instituției de către autoritățile publice relevante.

În cazul unui liber profesionist, cererea va fi însoțită de o dovadă din partea asociației naționale de jurnaliști și/sau o listă a publicațiilor.

16. Jurnaliștii legitimați de instituțiile mass-media internaționale sau străine și/sau interpreții acestora se confirmă de către Ministerul Afacerilor Externe și Integrării Europene în baza Hotărârii Guvernului nr.359/1995 „Cu privire la acreditarea jurnaliștilor străini în Republica Moldova”.

17. Prezentarea actelor contrar pct. 15 reprezintă temei pentru respingerea candidaturii jurnalistului propus pentru confirmare sau respingerea cererii depuse de către subiectul vizat.

18. Cererea în cazul instituțiilor mass-media naționale privind confirmarea jurnaliștilor legitimați sau notificarea despre intenția de reflectare a alegerilor făcând uz de art. 89 alin. (6) din Codul electoral în cazul instituțiilor mass-media internaționale sau străine poate fi depusă după stabilirea datei alegerilor, dar nu mai târziu de 5 zile până la ziua alegerilor.

19. Cererile depuse conform pct. 18 se examinează în termen de 2 zile de la depunerea dosarului complet, dar nu mai târziu de ziua precedentă zilei alegerilor. Subiecții care au depus cererea sunt informați cu cel puțin 24 de ore înainte de ședința organului electoral privind includerea proiectului de hotărâre pe ordinea de zi, prezența acestora fiind facultativă, iar la solicitarea expresă a organului electoral fiind obligatorie. Refuzul nemotivat repetat de a se prezenta la ședința de examinare a cererii de confirmare poate servidrept temei pentru respingerea acesteia.

20. La examinarea cererii de confirmare, organul electoral adoptă una dintre următoarele soluții:

1) aprobă integral cererea de confirmare a jurnaliștilor legitimați de instituțiile mass-media;
2) aprobă parțial cererea și confirmă doar o parte din jurnaliștii legitimați de pe listă, în cazul cererii colective;

3) respinge cererea de confirmare;

4) amână ședința de examinare pentru înlăturarea neajunsurilor depistate sau clarificarea altor circumstanțe aferente procedurii administrative.

21. Refuzul confirmării jurnaliștilor legitimați de o instituție mass-media trebuie să fie întemeiat în corespundere cu prevederile Codului administrativ. Hotărârea organului electoral privind cererea de confirmare a jurnaliștilor legitimați de o instituție mass-media reprezintă actul administrativ individual și se contestă potrivit prevederilor capitolului XIII din Codul electoral în procedura de contencios administrativ cu aplicarea termenelor și competenței instituționale.

22. În termen de maxim 24 de ore din momentul adoptării hotărârii organul electoral respectiv publică hotărârea pe pagina sa web.

23. Exercițarea de către jurnaliștii legitimați de o instituție mass-media a dreptului de a reflecta alegerile și informa publicul cu privire la toate aspectele electorale începe din data intrării în vigoare a hotărârii de confirmare și este realizată odată cu prezentarea legitimației de jurnalist valabile eliberate de instituția mass-media și copii de pe hotărârea organului electoral. Exercițarea atribuțiilor de jurnalist începe din data intrării în vigoare a hotărârii de confirmare și expiră în ziua imediat următoare zilei în care rezultatele finale ale alegerilor sunt confirmate de către organele competente prin hotărâre irevocabilă. În cazul infirmării legalității alegerilor și efectuării votării repetate, hotărârea de confirmare a jurnaliștilor legitimați rămâne valabilă, iar în cazul dispunerii alegerilor noi după votarea repetată, solicitantul va depune o cerere privind reconfirmarea hotărârii de confirmare a jurnaliștilor legitimați, fără a fi necesară prezentarea actelor stabilite la pct. 15.

Capitolul III. Reflectarea alegerilor în serviciile media audiovizuale

24. În primele 7 zile de la începerea perioadei electorale, furnizorii de servicii media (în continuare – *FSM*) depun la Consiliul Audiovizualului (în continuare – *CA*), conform modelului stabilit de acesta, o declarație privind politica editorială pentru reflectarea alegerilor sau o notificare prin care informează că nu participă la reflectarea alegerilor.

25. Declarația privind politica editorială pentru reflectarea alegerilor trebuie să conțină, cel puțin, următoarele:

- 1) numele proprietarului/propietarilor;
- 2) angajamentul de a reflecta alegerile cu respectarea principiilor echității, echilibrului și imparțialității;
- 3) lista programelor audiovizuale cu caracter electoral, așa cum sunt clasificate în art. 90 alin. (2) din Codul electoral, și intervalul orar (inclusiv al reluărilor) de difuzare a fiecărui program;
- 4) conceptul și structura dezbaterilor electorale;
- 5) periodicitatea și volumul săptămânal al programelor audiovizuale cu caracter electoral care urmează a fi interpretate în limbajul mimico-gestual sau în limbile minorităților naționale;
- 6) ordinea de acordare a timpilor de antenă gratuit și contra plată;
- 7) tarifele pentru publicitatea electorală;
- 8) după caz, tarifele pentru servicii conexe (specializate) preconizate a fi oferite la solicitare concurenților electorali sau participanților la referendum;
- 9) numele și datele de contact ale persoanei responsabile de respectarea declarației politicii editoriale privind reflectarea alegerilor;
- 10) semnătura FSM.

Datele prezentate eronat în declarații sau notificări sunt pasibile calificării ca fals în declarații oficiale.

26. Declarația privind politica editorială pentru reflectarea alegerilor se aprobă de CA dacă în lista de programe cu caracter electoral FSM a inclus, cel puțin:

- 1) programe de știri și actualități;
- 2) dezbateri electorale;
- 3) programe de publicitate electorală.

În cazul alegerilor parlamentare, prezidențiale și al referendumurilor republicane, în lista de programe prevăzute în prezentul punct sunt incluse și emisiunile de promovare electorală.

27. În perioada electorală pentru alegerile parlamentare, prezidențiale și pentru referendumurile republicane, FSM de știri și generaliști, deținători de licențe de emisie acordate de CA și incluși în lista „must carry”, sunt obligați, iar cei tematici sunt în drept să reflecte alegerile.

28. FSM reflectă alegerile în conformitate cu declarația privind politica editorială după aprobarea acesteia de către CA și după publicarea ei pe pagina web oficială a CA. Declarațiile se plasează, în termen de 24 de ore de la aprobare, pe pagina web oficială a CA.

29. Fiecare FSM plasează pe propria pagină web oficială, în loc ușor de găsit și de accesat, declarația privind politica editorială, în termen de 24 de ore de la aprobare și o păstrează/menține pe o perioadă care se încheie la două săptămâni după ziua scrutinului, inclusiv a turului II sau a votării repetate.

30. În cazul în care o declarație privind politica editorială nu corespunde cerințelor legislației și ale prezentului regulament, CA respinge declarația și obligă FSM să remedieze situația în termen de până la 3 zile. Dacă declarația nu este prezentată în acest termen sau dacă CA constată că situația nu a fost remediată, declarația este respinsă.

31. Nu au dreptul să reflecte alegerile:

- 1) FSM care au notificat CA că nu participă la reflectarea alegerilor;
- 2) FSM care nu au prezentat în termene stabilite declarațiile spre aprobare, fapt constatat prin decizia CA;
- 3) FSM ale căror declarații prezentate în termene stabilite au fost respinse.

32. FSM prevăzuți la pct. 31 nu au dreptul să difuzeze emisiuni de promovare electorală și programe de publicitate electorală.

33. FSM prevăzuți la pct. 31 sbp. 1) publică pe pagina lor web oficială un anunț, în care informează despre neparticipare la reflectarea alegerilor. FSM prevăzuți la pct. 31 sbp. 2) și 3) publică pe pagina lor web oficială un anunț în care informează despre neparticipare la reflectarea

alegerilor și despre motivul neparticipării. Anunțul trebuie să fie plasat la loc vizibil, în 24 de ore de la data deciziei CA în acest sens, și păstrat până în ziua scrutinului.

34. FSM sunt în drept să modifice prevederile declarației politicii editoriale aprobate, dacă modificările întrunesc cumulativ următoarele condiții:

- 1) sunt necesare și întemeiate;
- 2) nu afectează principiile echității, echilibrului și imparțialității în reflectarea alegerilor;
- 3) sunt aprobate de către CA.

35. CA decide asupra modificării declarației politicii editoriale în termen de cel mult 3 zile lucrătoare de la recepționarea solicitării FSM în acest sens. Declarația modificată este plasată în locul celei inițiale pe paginile web oficiale ale FSM și ale CA în 24 de ore de la aprobarea modificării.

36. FSM este în drept să modifice prevederile declarației politicii editoriale fără a solicita aprobarea CA, dacă sunt respectate principiile echității, echilibrului și imparțialității și dacă modificările se referă la:

- 1) numărul sau durata programelor de publicitate electorală;
- 2) periodicitatea sau durata emisiunilor de informare electorală;
- 3) numărul sau durata emisiunilor de promovare electorală;
- 4) numărul emisiunilor de dezbateri electorale.

37. Programele audiovizuale cu caracter electoral sunt prezentate, în primă difuzare, în intervalul orar 06.00 – 24.00, cu excepția dezbaterilor electorale care sunt difuzate în orele de maximă audiență, stabilite în Codul serviciilor media audiovizuale. Programele audiovizuale cu caracter electoral pot fi difuzate, în reluare, și în alte intervale orare, dacă declarația privind politica editorială prevede o atare posibilitate.

38. În programele de știri și actualități, subiectele cu caracter electoral sunt incluse la rubrica specială „Electorală”, evidențiată prin semnale acustice sau vizuale unice la început și la final.

39. Emisiunile de informare electorală sunt organizate la inițiativa FSM și trebuie evidențiate de alte programe ale serviciului media audiovizual prin semnale acustice sau vizuale unice cu mențiunea „Emisiune de informare electorală”, la început și la final.

40. În cadrul alegerilor, FSM naționali, ale căror declarații ale politicii editoriale au fost aprobate de CA, 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 la serviciile de televiziune și câte 10 minute la serviciile de radiodifuziune sonoră. Acești timp de antenă se acordă în mod integral în primele 15 zile de la începerea campaniei electorale. Timpii de antenă acordați gratuit sunt utilizați exclusiv pentru expunerea programelor electorale în cadrul emisiunilor de promovare electorală, difuzate separat de alte conținuturi audiovizuale și evidențiate prin semnale acustice sau vizuale unice cu mențiunea „Emisiune de promovare electorală”, la început și la final.

41. În programele cu caracter electoral 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, utilizarea materialelor în care apar personalități istorice de peste hotare, simbolica unor state străine sau organizații internaționale, sau imaginea unor persoane oficiale străine, dacă acestea duc la contestarea și defăimarea statului și a poporului, 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. Prin derogare, prevederile respective nu se aplică în cazurile ce vizează angajamentele asumate de Republica Moldova în baza acordurilor internaționale încheiate cu Uniunea Europeană.

42. În conținuturile editoriale cu caracter electoral FSM promovează jurnalismul sensibil la gen, fapt ce semnifică asigurarea unei reprezentări egale a femeilor și bărbaților ca surse de informație, ca opinii, ca expertiză și, unde e posibil, ca și competitori sau concurenți electorali.

43. În perioada electorală FSM asigură accesul persoanelor cu dizabilități de văz sau auz la, cel puțin, o ediție pe săptămână a rubricii speciale „Electorală – 20__”.

44. Programele audiovizuale cu caracter electoral destinate persoanelor cu dizabilități de văz sau auz trebuie să fie identificabile ca programe difuzate în vederea asigurării accesului la serviciile media audiovizuale al persoanelor cu dizabilități de văz sau auz și al persoanelor în vârstă, prin avertizări verbale și afișări statice și lizibile pe ecran.

45. Programele audiovizuale cu caracter electoral destinate persoanelor cu nevoi speciale sunt difuzate astfel ca, în cazul asigurării 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 asigurării titrării conținuturilor, titrelor trebuie 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.

46. În perioada electorală același program cu caracter electoral nu poate fi difuzat în cadrul a două sau a mai multor servicii media audiovizuale.

47. În perioada electorală FSM au dreptul să achiziționeze și să difuzeze programe cu caracter electoral de la producătorii independenți din Republica Moldova doar cu condiția respectării principiilor echității, echilibrului și imparțialității în reflectarea alegerilor.

48. În perioada electorală FSM, în cazul în care reflectă rezultatele sondajelor de opinie privind preferințele politice ale alegătorilor, prezintă suplimentar în mod obligator următoarea informație:

- 1) cine a comandat, cine a realizat și, dacă se cunoaște, cine a plătit sondajul;
- 2) metodologia utilizată și perioada în care a fost efectuat sondajul;
- 3) geografia sondajului, dimensiunea eșantionului (numărul de respondenți) și marja de eroare;
- 4) autorizarea sau lipsa autorizării sondajului de către CEC.

49. În conținuturile editoriale cu caracter electoral FSM fac distincție clară între sondajele sociologice de opinie și alte genuri de sondaje nereprezentative (vox-populi, televoting etc.).

50. FSM prezintă rezultatele sondajelor de opinie privind preferințele politice ale alegătorilor ca opinii ale respondenților și nu ca fapt împlinit.

51. Cu 2 zile înainte de ziua alegerilor FSM au interdicția de a difuza, inclusiv în reluare, subiecte despre rezultatele sondajelor de opinie privind preferințele politice ale alegătorilor.

52. În ziua și, după caz, în zilele scrutinului, până la ora 21.00 a zilei de duminică, FSM nu au dreptul să difuzeze informații despre rezultatele sondajelor de opinie privind preferințele politice ale alegătorilor, chestionării alegătorilor privind opțiunile electorale și/sau despre rezultatele exit-pollurilor, precum și interviuri despre numărul de voturi întrunite de concurenții electorali sau opțiunile la referendum pe parcursul zilei/zilelor și/sau despre șansele acestora.

53. Utilizarea în programele cu caracter electoral a materialelor de arhivă trebuie însoțită, în mod clar, de mențiunea „Arhiva”, după caz, video sau audio. Materialele de arhivă nu pot fi utilizate în cazul în care denaturează sensul lor inițial. Este considerat material de arhivă orice material stocat pe orice suport (video, audio, hârtie etc.), care a fost realizat până la începutul perioadei electorale.

54. Programele cu caracter electoral pot fi reprogramate doar în cazul defecțiunilor tehnice și/sau forței majore cu înștiințarea corespunzătoare a publicului.

55. În cazul în care un autor, moderator sau prezentator de programe audiovizuale este candidat desemnat, concurent electoral, persoană de încredere a concurentului electoral, trezorerul, reprezentantul concurentului electoral, membrul partidului din partea căruia candidează participantul la emisiune sau este rudă de gradul întâi și doi cu acesta, FSM sistează difuzarea emisiunilor, în primă difuzare, în reluare sau din arhivă, cu participarea sa pe întreaga perioadă electorală sau, după caz, pe perioada în care autorul sau prezentatorul de programe are această calitate.

56. În perioada electorală, distribuitorii de servicii media audiovizuale nu au dreptul:

- 1) să sisteze sau să întrerupă retransmisia FSM care reflectă alegerile;

- 2) să intervină în niciun fel în integralitatea serviciilor media retransmise;
- 3) să poziționeze FSM din lista „must carry” care reflectă alegerile altfel decât în primele 20 de locuri din oferta serviciilor media retransmise.

Capitolul IV. Particularități de organizare și de desfășurare a dezbaterilor electorale

57. În campania electorală pentru orice tip de scrutin, FSM organizează dezbateri electorale în conformitate cu conceptul și structura lor indicate în declarațiile politicii editoriale și cu normele stabilite în prezentul regulament.

58. Emisiunile de dezbateri electorale sunt difuzate în ore de maximă audiență și trebuie evidențiate de alte programe ale serviciului media audiovizual prin semnale acustice și vizuale unice cu mențiunea „Dezbateri electorale – 20__”.

59. FSM face invitație nominală și publică la dezbateri concurentului electoral sau participantului la referendum cu cel puțin două zile înainte de dezbateri programată. Pentru invitație FSM utilizează datele de contact indicate în documentele de înregistrare oficială a concurentului electoral sau a participantului la referendum de către organul electoral respectiv. În invitație sunt indicate tema, condițiile de participare la dezbateri, ora și locul prezentării la dezbateri a concurentului electoral sau a participantului la referendum. Condițiile de participare la dezbateri pot include și avertismentul că întârzierea la dezbateri nu este acceptată, întârziere însemnând lipsa prezenței invitatului către momentul începutului programat al dezbaterii electorale.

60. La dezbateri pot participa doar concurenții sau, după caz, participanții la referendum, reprezentanți ai acestora în organele electorale, sau persoanele de încredere înregistrate de către CEC conform procedurilor speciale, la nominalizarea expresă a concurentului electoral sau participantului la referendum.

61. Refuzul de a participa ori absența la dezbateri a vreunui concurent sau participant la referendum se face publică și nu constituie temei pentru anularea sau suspendarea dezbaterilor. În cazul absenței la dezbateri a vreunui concurent electoral sau participant la referendum, timpul rezervat acestuia nu se recuperează și nu este redistribuit celor prezenți.

62. În cadrul dezbaterilor electorale se interzice:

- 1) discursul care incită la ură;
- 2) dezinformarea;
- 3) mesajele care justifică războaiele de agresiune, neagă crimele de război și crimele împotriva umanității, alte mesaje expres interzise de lege;
- 4) utilizarea limbajului sexist.

63. Moderatorii emisiunilor de dezbateri electorale sunt obligați:

- 1) să asigure respectarea principiilor echității, echilibrului și imparțialității;
- 2) să mențină dezbaterile în aria temei anunțate și propuse spre discuție;
- 3) să intervină corespunzător (să solicite respectarea regulilor, să închidă microfonul, să întrerupă emisiunea, să sisteze dezbateri, să se disocieze de mesajele interzise etc.) în cazul în care nu sunt respectate regulile de desfășurare a dezbaterilor electorale prevăzute de prezentul regulament.

64. În cazul în care o dezbateri electorală este întreruptă repetat din motiv că regulile de desfășurare a dezbaterii nu sunt respectate, moderatorul/moderatorii pot decide sistarea emisiunii.

65. În cazul în care o dezbateri electorală este sistată din motivul prevăzut la pct. 63, FSM este în drept:

- 1) să reprogrameze dezbateri cu participarea aceluiași invitați, fapt despre care informează publicul și invitații la dezbateri sistată;
- 2) să reprogrameze dezbateri cu schimbarea componenței invitaților, fapt despre care informează publicul și invitații la dezbateri sistată;
- 3) să reprogrameze dezbateri sistată în alt interval orar decât cel prevăzut în declarația politicii editoriale aprobată de CA.

66. În cazul în care o dezbateri electorală este sistată din motive tehnice, FSM este obligat să reprogrameze dezbateri electorală, fapt despre care informează publicul și invitații la dezbateri sistată.

67. Moderatorii de dezbateri electorale nu pot fi concurenți electorali ori persoane de încredere ale concurenților electorali sau rude de gradul întâi și doi ale concurenților electorali.

68. Același moderator nu poate modera dezbateri electorale, decât în cadrul unuia și aceluiași serviciu media audiovizual.

69. În emisiunile de dezbateri electorale nu pot fi incluse:

1) date despre rezultatele sondajelor de opinie privind preferințele politice ale alegătorilor (cu excepția televotului);

2) publicitate electorală și/sau titre mobile.

70. Regulile generale de desfășurare a dezbaterilor electorale în cadrul serviciilor media audiovizuale sunt valabile și pentru dezbaterile electorale desfășurate în mediul off-line și on-line.

Capitolul V. Difuzarea publicității electorale

71. În termen de 7 zile de la începerea perioadei electorale, FSM care reflectă alegerile sunt obligați să prezinte CEC informații privind condițiile în care acordă spațiu publicitar cu indicarea tarifelor pentru publicitate electorală și, după caz, pentru servicii conexe (specializate) oferite la cerere concurenților electorali, participanților la referendum sau grupurilor de inițiativă. CEC publică aceste informații pe pagina sa web oficială.

72. În cadrul alegerilor parlamentare, prezidențiale și al referendumurilor republicane, FSM publici acordă gratuit partidelor politice, blocurilor electorale și candidaților independenți înregistrați în calitate de concurenți electorali sau participanți la referendum, în fiecare serviciu media audiovizual generalist și de știri, câte un minut pe zi, timp de antenă, pentru plasarea publicității electorale.

73. FSM acordă timpi de antenă pentru publicitate electorală fiecărui concurent electoral sau participant la referendum înregistrat, la solicitare, în condițiile și la tarifele prevăzute în declarația politicii editoriale aprobate de CA.

74. Publicitatea electorală trebuie să conțină informații ce corespund realității. Această prevedere nu aduce atingere practicilor publicitare curente și legitime, ce constau în formularea unor afirmații exagerate sau care nu trebuie înțelese în sens literal.

75. Este interzisă spre publicare/difuzare publicitatea electorală care contravine prevederilor art.7 alin. (3) și art.9 alin. (2) din Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate.

76. Răspunderea pentru conținutul publicității electorale revine concurentului electoral sau participantului la referendum. Răspunderea pentru difuzarea publicității electorale care contravine Legii nr. 62/2022 cu privire la publicitate revine difuzorului de publicitate.

77. FSM programează timpii de antenă pentru publicitate electorală în intervalul orar prevăzut în declarația politicii editoriale, după încheierea în formă scrisă a contractului de difuzare a publicității electorale, conform principiului „primul venit – primul deservit”.

78. FSM nu au dreptul să difuzeze publicitate electorală în următoarele cazuri:

1) din proprie inițiativă;

2) în lipsa unui contract de difuzare a publicității electorale încheiat în formă scrisă, până la difuzarea publicității electorale;

3) nu a fost efectuată plata în avans pentru difuzarea publicității electorale;

4) plata în avans pentru difuzarea publicității electorale a fost făcută din alte surse, decât cele din fondul electoral al concurentului electoral sau participantului la referendum;

5) difuzarea publicității electorale are ca efect încălcarea cerințelor legislației privind modul și/sau timpul de difuzare a publicității electorale.

79. Spoturile de publicitate electorală sunt prezentate FSM spre difuzare în termene și în condiții tehnice (inclusiv tăria sonoră) convenite de către părți în contractul de difuzare a publicității electorale.

80. De regulă, publicitatea electorală este grupată și difuzată în calupuri de spoturi publicitare. Calupurile sunt difuzate separat de alte forme de comunicări comerciale audiovizuale, fiind însoțite la început și la final de mențiunea vizuală sau acustică „Electorală – 20__”. Fiecare spot publicitar difuzat trebuie să includă elementele de identificare stabilite de regulamentul privind difuzarea publicității politice, electorale și a mesajelor de interes public, aprobat de CEC.

81. Publicitatea electorală nu poate fi inclusă în alte programe cu caracter electoral, în ediții informative (de știri), emisiuni sportive, emisiuni pentru copii, emisiuni cu tematică religioasă și emisiuni dedicate minorităților etnice.

82. Volumul/durata publicității electorale nu intră în limita de timp orar prevăzută pentru publicitatea comercială.

83. Până la difuzare, FSM sunt obligați să asigure confidențialitatea conținutului publicității electorale prezentate de concurenții electorali sau participanții la referendum.

84. Prezentatorii de știri și moderatorii de dezbateri electorale nu pot sonoriza spoturi de publicitate electorală și nu pot apărea în imagini din spoturi de publicitate electorală.

85. În perioada electorală este interzisă difuzarea publicității comerciale cu participarea unuia sau mai multor concurenți electorali sau participanți la referendum. Interdicția intră în vigoare din ziua în care participantul la publicitatea comercială este înregistrat în calitate de concurent electoral sau participant la referendum.

86. În perioada electorală este interzisă difuzarea programelor audiovizuale sponsorizate de concurenți electorali sau participanți la referendum. Interdicția intră în vigoare din ziua în care sponsorul este înregistrat în calitate de concurent electoral sau participant la referendum.

87. Conținuturile de autopromovare a programelor cu caracter electoral trebuie să respecte principiile echității, echilibrului și imparțialității și să fie raportate ca volum de programe audiovizuale cu caracter electoral.

88. Pentru publicitate electorală fiecărui concurent electoral sau participant la referendum îi pot fi acordate 2 minute pe zi în cadrul fiecărui serviciu media audiovizual. Durata contabilizată a unui spot de publicitate electorală nu poate fi mai mică de 30 de secunde.

89. Timpii de antenă acordați concurentului electoral sau participantului la referendum pentru difuzarea publicității electorale, dar neutilizați din cauza concurentului electoral sau a participantului la referendum nu sunt recuperați. Plata pentru publicitatea electorală nedifuzată din cauza concurentului electoral sau a participantului la referendum nu este recuperată.

90. Timpii de antenă acordați concurentului electoral sau participantului la referendum pentru difuzarea publicității electorale, dar neutilizați din cauza FSM sunt reprogramați pentru o perioadă proximă cu înștiințarea concurentului electoral sau a participantului la referendum, în formă scrisă, despre data și ora reprogramării. În cazul în care reprogramarea este imposibilă, plata pentru publicitatea electorală nedifuzată este restituită concurentului electoral sau participantului la referendum, dacă contractul de difuzare a publicității electorale nu prevede altfel.

91. FSM sunt obligați să păstreze, în original sau în copii, spoturile de publicitate electorale, inclusiv modificările operate ulterior, pe parcursul unui an din ziua ultimei difuzări a publicității electorale.

92. Cerințele pentru conținutul publicității electorale în serviciile media audiovizuale sunt obligatorii și pentru publicitatea electorală scrisă și on-line, inclusiv cea plasată pe paginile web oficiale ale FSM.

Capitolul VI. Monitorizare și control

93. Modul în care FSM își respectă propriile angajamente asumate prin declarația politicii editoriale este monitorizat de către CA.

94. CA monitorizează în mod prioritar FSM generaliste și de știri care, potrivit măsurărilor efectuate de instituția specializată, au avut cele mai mari cote de audiență în ultimele trei luni anterioare lunii în care este stabilită data alegerilor. În funcție de posibilitățile tehnice, CA poate monitoriza suplimentar FSM generaliste și de știri din lista „must carry”, precum și FSM care în

ultimul an de activitate au fost sancționați pentru încălcarea principiilor de comunicare audiovizuală.

95. Rapoartele de monitorizare a reflectării alegerilor sunt publicate pe pagina web oficială a CA și pe paginile web oficiale ale FSM monitorizate, cel târziu, a doua zi după prezentarea și validarea rezultatelor monitorizării în ședință publică a CA.

96. FSM care reflectă alegerile sunt obligați să prezinte la CA săptămânal, în ziua de luni, inclusiv după ziua scrutinului, un raport, conform modelului aprobat de CA. Raportul prezintă modul în care a fost respectată declarația politicii editoriale în perioada de referință. În cazul în care există devieri de la declarația politicii editoriale, acestea trebuie să se regăsească în raportul săptămânal cu clarificările de rigoare. CA analizează și, în caz de necesitate, dezbate rapoartele săptămânale sau parte dintre acestea în ședință publică și adoptă decizii în funcție de rezultatele analizei. Rapoartele săptămânale sunt publicate pe pagina web oficială a CA. Fiecare FSM publică rapoartele săptămânale pe propria pagină web oficială în ziua în care sunt prezentate la CA.

97. FSM care reflectă alegerile sunt obligați să prezinte la CEC săptămânal, în ziua de luni, inclusiv după ziua scrutinului, un raport care conține, cel puțin, următoarea informație:

1) volumul de emisie alocat spoturilor de informare, de motivare, de educație electorală, elaborate de CEC sau cu avizul favorabil al CEC;

2) date referitoare la realizatorii sondajelor de opinie privind preferințele politice ale alegătorilor, sondaje despre care a informat FSM în perioada de referință;

3) veniturile obținute din difuzarea publicității electorale a fiecărui concurent electoral sau participant la referendum în perioada de referință;

4) după caz, veniturile obținute din prestări de servicii conexe (specializate) oferite fiecărui concurent electoral sau participant la referendum.

98. În perioada electorală CA prezintă CEC rapoarte de monitorizare în condițiile art. 90 alin. (16) din Codul electoral.

Capitolul VII. Dreptul la replică și contestațiile

99. Orice persoană, indiferent de reședință, ale cărei drepturi sau interese legitime au fost lezate prin răspândirea în cadrul conținuturilor editoriale cu caracter electoral a unor fapte neadevărate și/sau a unor judecăți de valoare fără substrat factologic suficient beneficiază de dreptul la replică.

100. Orice persoană care dorește să beneficieze de dreptul la replică transmite în scris, la sediul instituției mass-media sau prin intermediul poștei electronice, o cerere care conține:

1) numele persoanei solicitante, adresa acesteia și date care să facă posibilă contactarea sa;

2) denumirea instituției mass-media și conținutul editorial concret (data, locul, ora) în care s-a produs lezarea;

3) faptele neadevărate și/sau judecățile de valoare fără substrat factologic suficient pentru care se solicită dreptul la replică;

4) motivarea cererii;

5) textul replicii.

101. Textul replicii trebuie să se refere numai la faptele neadevărate și/sau la judecățile de valoare fără substrat factologic suficient contestate, să fie exprimat în limitele decenței și să nu conțină amenințări sau comentarii marginale.

102. Cererea este transmisă în timp de 2 zile de la publicarea/difuzarea conținutului editorial în care s-a produs lezarea.

103. Instituția mass-media este obligată să înregistreze cererea cu precizarea datei și orei primirii și să înștiințeze solicitantul despre acest fapt.

104. În cazul în care instituția mass-media decide acordarea dreptului la replică, solicitantului, în termen de cel mult 3 zile de la depunerea cererii, i se comunică în scris data și, după caz, ora publicării sau difuzării replicii. Dacă solicitantul este concurent electoral sau

participant la referendum, dreptul la replică este acordat nu mai târziu de ziua de vineri înainte de ziua alegerilor.

105. Textul replicii este publicat sau difuzat gratuit în condiții egale/similare în care drepturile sau interesele legitime ale solicitantului au fost lezate.

106. În cazul instituțiilor mass-media scrise condițiile egale, prevăzute la pct. 104, semnifică:

- 1) aceeași pagină;
- 2) același loc în pagină;
- 3) același volum de text;
- 4) aceeași mărime de caractere ale literelor textului.

107. În cazul serviciilor media audiovizuale condițiile egale, prevăzute la pct. 104, semnifică:

- 1) același serviciu media audiovizual;
- 2) același interval orar;
- 3) același program audiovizual sau același ciclu de programe audiovizuale;
- 4) același volum sau aceeași durată a textului.

108. Condițiile similare, prevăzute la pct. 104, semnifică, după caz:

- 1) publicarea textului replicii la loc vizibil pe pagina web oficială a instituției mass-media sau, pe cont propriu, în altă publicație periodică cu tiraj comparabil;
- 2) difuzarea textului replicii în principala ediție informativă a zilei.

109. Publicarea/difuzarea replicii este însoțită de precizarea circumstanțelor în care s-a produs lezarea.

110. Acordarea dreptului la replică nu împiedică persoana ale cărei drepturi sau interese legitime au fost lezate să se adreseze instanțelor judecătorești.

111. Dreptul la replică nu poate fi solicitat:

- 1) pentru judecări de valoare;
- 2) în situația în care instituția mass-media a respectat principiul *audiatur et altera pars* în condiții nediscriminatorii de exprimare în cadrul aceleiași conținut editorial cu caracter electoral;
- 3) în cazul în care instituția mass-media nu a putut respecta principiul *audiatur et altera pars* din motiv că una dintre părți, după caz, solicitantul dreptului la replică a refuzat să-și prezinte opinia/poziția;
- 4) în situația în care este solicitată replica la replică;
- 5) în cazul în care instituția mass-media răspunde acuzațiilor unei persoane, cu condiția să nu afecteze drepturile sau interesele legitime ale unui terț.

112. Instituția mass-media poate refuza acordarea dreptului la replică în una dintre următoarele situații:

- 1) cererea a fost adresată cu depășirea termenului prevăzut;
- 2) textul replicii nu întrunește condițiile stabilite de pct. 100;
- 3) volumul textului replicii nu întrunește condițiile egale/similare cu cele în care au fost lezate drepturile sau interesele legitime, iar solicitantul nu acceptă ajustarea textului;
- 4) instituția mass-media deține dovezi care probează veridicitatea faptelor/informației contestate publicate/difuzate.

113. În cazul în care instituția mass-media refuză să acorde dreptul la replică, solicitantului, în termenul prevăzut la pct. 103, i se comunică în scris:

- 1) decizia de refuz și motivul refuzului;
- 2) posibilitatea de a contesta decizia, după caz, în instanță sau la CA, în termen de 3 zile de la decizia de refuz;
- 3) în cazul FSM, adresa și date la care solicitantul poate contacta CA.

114. Contestațiile privind reflectarea alegerilor de către FSM sunt examinate de CA, iar cele privind reflectarea alegerilor de către instituțiile mass-media scrise și on-line – de instanța de judecată, în cel mult 3 zile de la înregistrarea lor. Din motive justificate legate de complexitatea obiectului contestației și/sau de conduita subiecților contestației, termenul de 3 zile poate fi prelungit cu cel mult 2 zile. Această prelungire are efect doar dacă este comunicată în scris,

inclusiv prin e-mail, participanților la procedura litigioasă, cel târziu în ultima zi a expirării termenului inițial de examinare stabilit, împreună cu motivele prelungirii.

115.În cazul contestațiilor privind reflectarea alegerilor de către FSM, CA adoptă decizii și /sau aplică sancțiunile de rigoare. Deciziile CA sunt executorii din momentul adoptării, cu excepția cazurilor de suspendare a executării acestora.

116.În perioada electorală contestațiile vizând garantarea exercitării dreptului la libera exprimare, precum și a unui echilibru între asigurarea dreptului la libera exprimare, apărarea onoarei și demnității, reputației profesionale și vieții private și de familie, sunt examinate de instanța de drept comun conform Legii nr. 64/2010 cu privire la libertatea de exprimare, în termen de 3 zile de la depunere.

117.Contestațiile împotriva acțiunilor/inacțiunilor și/sau a deciziilor CA sunt soluționate în primă instanță de Curtea de Apel Chișinău.

Capitolul VIII. Dispoziții speciale

118.Agitația electorală prin intermediul instituțiilor mass-media este admisă doar până în ziua de vineri înainte de ziua votării.

119.În perioada electorală CA, CEC și/sau consiliile electorale de circumscripție sunt în drept să solicite în scris de la instituțiile mass-media orice informație care se referă la reflectarea alegerilor. Instituțiile mass-media sunt obligate să prezinte informația în modul/forma și în termenele indicate în solicitare.

120.FSM sunt obligați să păstreze programele audiovizuale cu caracter electoral, exceptând programele de publicitate electorală, 3 luni după data difuzării lor. În caz de apariție a litigiilor, perioada de păstrare este prelungită la decizia instanței de judecată.

121.În perioada electorală instituțiile mass-media pot beneficia de consultanță din partea CEC și CA vizând toate aspectele legale de reflectare a alegerilor, luând în considerare că:

1) CEC și CA pot explica, preciza, concretiza etc. anumite norme din legislație, dar nu au atribuția de interpretare a legislației;

2) întreaga responsabilitate pentru conținuturile editoriale cu caracter electoral publicate/difuzate revine instituțiilor mass-media.