



METODOLOGIA DE MONITORIZARE
A INSTITUȚIILOR MASS-MEDIA
BENEFICIARE ALE MECANISMULUI
DE SPRIJIN A DISTRIBUȚIEI PRESEI SCRISE

ASOCIAȚIA PRESEI INDEPENDENTE (API)
2024



1. Cadrul de organizare

Asociația Presei Independente (API) este o organizație necomercială care promovează și oferă asistență pentru dezvoltarea durabilă a organizațiilor media și a jurnaliștilor independenți la nivel național și regional, prin consolidarea capacităților profesionale, creșterea rezilienței și îmbunătățirea politicilor publice în domeniul mass-media.

Informații detaliate despre API pot fi accesate pe pagina web oficială www.api.md

În cadrul **Mecanismului de sprijin a distribuției presei scrise**, creat prin Legea bugetului de stat pentru anul 2024, adoptată de Parlamentul Republicii Moldova la 22 decembrie 2023, API este responsabilă inclusiv de monitorizarea respectării de către beneficiari direcți (redacțiile ziarelor naționale și regionale/locale) a criteriilor profesionale și deontologice, în baza cărora au fost selectați și care sunt indicate în **Regulamentul Mecanismului de sprijin**.

2. Indicatori de monitorizare

Procedura de monitorizare va fi aplicată conținutului produs de ziarele naționale și regionale/locale, beneficiare ale Mecanismului de sprijin, separat pentru conținutul tipărit și pentru conținutul de pe paginile web și paginile/profilurile online oficiale ale beneficiarilor.

Astfel, va fi efectuată atât monitorizarea calitativă, cât și cea cantitativă. **Monitorizarea calitativă** va fi efectuată pentru a determina respectarea principiilor etice sau profesionale, cum ar fi pluralismul și diversitatea temelor, acuratețea expunerii și prezentării subiectelor, relevanța opiniilor părților vizate, relevanța imaginilor video și a fotografiilor pentru temele abordate etc. **Monitorizarea cantitativă** va include determinarea proporției materialelor proprii/de autor și a celor preluate/generate de terțe părți, a numărului de materiale care abordează probleme ale comunității și oamenilor, marcarea corespunzătoare a publicității, publicității politice, publicității electorale, a materialelor achitate din banii publici etc.

Vor fi evaluate aspecte ce țin de tematicile abordate și prezentate, corespunderea interesului public, asigurarea pluralismului de opinii și a caracterului obiectiv al relatării jurnalistice, proporția de conținut propriu relevant, amplasarea în pagină, prezentarea publicității, a imaginilor utilizate și filtrarea comentariilor (în cazul conținutului plasat online).

2.1. Diversitatea tematicilor abordate și pluralismul de opinii

Se va urmări ca instituțiile media beneficiare ale Mecanismului de sprijin să asigure pluralismul opiniilor și diversitatea, urmărindu-se dacă sunt respectate următoarele criterii specifice:

- Este asigurată o distincție clară între informațiile bazate pe fapte, date și opinii exprimate, inclusiv de editorialiștii redacției.
- Temele sunt diverse și sunt prezentate prin diverse modalități: reportaje, știri, interviuri, vox-populi, editoriale etc.
- Nu domină conținutul care vizează activitatea autorităților publice locale sau centrale și nu promovează direct imaginea autorităților și a reprezentanților autorităților, nu are un caracter de publicitate sau agitație.
- Materialele publicitare pentru autoritățile publice sau formațiunile politice nu sunt redactate și semnate de echipa redacțională.
- Materialele nu au conținut manipulator și prezintă echilibrat faptele pentru a încuraja cititorul să-și formeze propriile concluzii.
- Sursele care generează subiectele materialelor jurnalistice sunt diverse (nu sunt utilizate/citate exclusiv surse oficiale ca autorități publice, funcționari/angajați publici, comunicate de presă etc.) și este respectat principiul echilibrului de gen.
- Conținutul edițiilor reflectă preocupările actuale ale societății, fără a promova o agendă manipulatorie de teme sau preocupări, iar problemele oamenilor din comunitate și istoriile reale ale indivizilor sunt prezentate prioritar.
- Conținutul jurnalistic abordează teme care vizează viața de zi cu zi a comunității și impactul social, economic și politic al evenimentelor și activităților care au loc în țară, în regiune sau comunitate, asupra fiecărui individ.
- Temele abordate reflectă diversitatea din societate, asigură prezența mediatică a minorităților și acoperă subiectele cu caracter social.
- Materialele publicate tratează corect și profesionist problemele cu care se confruntă toți membrii din comunitate, indiferent de rasă, sex, vârstă, religie, etnie, geografie, orientare sexuală, dizabilitate, aspect fizic sau statut social.
- Conținutul jurnalistic încurajează și prezintă schimbul deschis de opinii.

Monitorii vor bifa următorii indicatori:

| | | |
|---|--|---|
| <i>Subiecte ce vizează probleme/viața membrilor din comunitate</i> | Există | Lipsesc |
| <i>Generatori de informație pentru materialele publicate/difuzate (persoane sau instituții care au furnizat informația, cum ar fi autoritățile publice locale, proiecte implementate din sursele partenerilor externi, ONG, persoane fizice-membri ai comunității etc.)</i> | Mai mult de 50 la sută generate de diverse surse | Mai puțin de 50 la sută generate de diverse surse |
| <i>Existența materialelor cu caracter critic privind eficiența activității autorităților publice locale, raionale, centrale.</i> | Există | Lipsesc |
| <i>Temele sunt actuale și corespund agendei publice</i> | Da | Nu |
| <i>Sunt publicate articole care explică informațiile eronate care au fost publicate anterior</i> | Există | Lipsesc |

2.2. Relatarea imparțială

Buna credință și responsabilitatea față de public sunt fundamentale pentru jurnalismul profesionist. Instituțiile media trebuie să depună toate eforturile pentru a asigura un conținut corect al știrilor, nepărtinitor, prezentat în context, iar toate părțile relevante să fie prezentate echidistant. În acest sens, se va urmări respectarea următoarelor criterii specifice:

2.2.1. Corespunderea titlului cu conținutul materialului:

- Titlul nu induce în eroare cititorul despre conținutul materialului.
- Este evitat senzaționalismul în titlu.
- Titlul nu este excesiv de simplificat pentru a putea fi scos din contextul subiectului abordat.

2.2.2. Acuratețea informațiilor prezentate:

- Informația este verificată din diverse surse credibile și verificabile.
- Citatele sunt clare și expuse corect.
- Întrebările în cazul interviurilor sunt imparțiale și echidistante.
- Conținutul nu este denaturat prin expunerea jurnalistului.
- Sunt excluse stereotipuri în bază de rasă, sex, vârstă, religie, etnie, geografie, orientare sexuală, dizabilitate, aspect fizic sau statut social în raport cu persoanele vizate.
- Subiectele despre situații tragice sunt tratate cu decență și cu respectarea prezumției nevinovăției.
- Materialele care vizează copiii asigură protecția minorilor.
- Este respectat principiul egalității de gen prin selectarea echilibrată a surselor de informații, personajelor citate, abordarea echilibrată a rolurilor sociale ale femeilor și bărbaților și excluderea abordărilor stereotipizate legate de gen.
- Materialul nu prezintă publicitate mascată politică sau comercială.

2.2.3. Existența opiniei părților vizate:

- Materialele prezintă toate punctele de vedere relevante.
- Opinia părții/părților vizate este relevantă în contextul subiectului prezentat.
- Materialul încurajează schimbul de opinii.

Monitorii vor bifa următorii indicatori:

| | | |
|---|-----------------|--|
| <i>Titlul corespunde subiectului materialului</i> | Da | Nu |
| <i>Informațiile veridică/verificabilă/surse</i> | Mai multe surse | O singură sursă |
| <i>Subiectele ce vizează situații tragice</i> | Tratate etic | Cu încălcări evidente ale principiilor etice |
| <i>Materialele asigură protecția minorilor</i> | Da | Nu |
| <i>Materialele nu promovează stereotipuri</i> | Da | Nu |
| <i>Subiectele despre tragedii sunt tratate obiectiv și cu decență</i> | Da | Nu |
| <i>Conținut denaturat de jurnalist</i> | Da | Nu |

| | | |
|-------------------------------|---|--------------------------------------|
| <i>Opinia părților vizate</i> | Solicitată | Lipsește |
| | Relevantă | Nerelevantă |
| <i>Egalitatea de gen 1</i> | Există un echilibru de gen al surselor | Dezechilibrat din perspectiva de gen |
| <i>Egalitatea de gen 2</i> | Protagonist (eroul central) este bărbat | Protagonistă este femeie |

2.3. Conținutul propriu, amplasarea în pagină și publicitatea

Se va evalua dacă beneficiarii asigură documentarea și publicarea conținutului jurnalistic propriu, în funcție de relevanța temei și de interesul public. Totodată, conținutul publicitar nu trebuie să reducă din importanța și posibilului impact al materialelor jurnalistice. În acest sens, se va urmări respectarea următoarelor criterii specifice:

- Proporția conținutului propriu reprezintă cel puțin 75% din ediție.
- Conținutul preluat din alte surse este marcat corespunzător cu indicarea sursei.
- Cum sunt amplasate materialele care vizează viața sau problemele comunității în raport cu materialele politice, comerciale, inclusiv cele care vizează activitatea autorităților publice centrale sau locale.
- Publicitatea politică pe pagina întâi este limitată și nu ocupa mai mult de 10% din totalul suprafeței paginii.
- Materialele de publicitate sunt marcate corespunzător, inclusiv materialele de publicitate politică.
- Publicitatea electorală este însoțită de două mențiuni - rubrica PUBLICITATE ELECTORALĂ și adnotarea „Achitat din fondul electoral al (denumirea concurentului electoral înregistrat)”.
- Conținutul furnizat de autoritățile publice este delimitat/marcat corespunzător.
- Publicitatea (comercială și/sau politică) nu depășește 30% din totalul suprafeței ziarului.

Monitorul va efectua un screening general al ediției conform următorilor indicatori cantitativi:

| | |
|--|--|
| <i>Numărul total de materiale (articole, interviuri, investigații, știri, anunțuri, publicitate)</i> | |
| <i>Numărul de materiale plătite din bani publici</i> | |
| <i>Numărul de materiale adnotate drept Publicitate Politică/Electorală</i> | |
| <i>Numărul de materiale publicitare (inclusiv anunțuri și/sau felicitări)</i> | |

| | |
|---|--|
| Numărul materialelor despre activitatea autorităților publice sau persoanelor în funcții de conducere | |
|---|--|

Vor fi bifați următorii indicatorii de evaluare:

| | | |
|--|---------------------------------------|------------------|
| <i>Conținut propriu</i> | Mai mult de 75% din conținutul total | Mai puțin de 75% |
| <i>Conținut preluat cu indicarea sursei</i> | Marcat | Nemarcant |
| <i>Publicitate politică</i> | Mai mult de 30% | Mai puțin de 30% |
| <i>Publicitatea comercială</i> | Mai mult de 30% | Mai puțin de 30% |
| <i>Informații oficiale privind activitatea autorităților publice</i> | Mai puțin de 20% din conținutul total | Mai mult de 20% |
| <i>Publicitatea comercială</i> | Marcată | Nemarcată |
| <i>Publicitatea politică</i> | Marcată | Nemarcată |
| <i>Publicitatea electorală</i> | Marcată | Nemarcată |
| <i>Conținut furnizat de autoritățile publice</i> | Marcat | Nemarcant |
| <i>Suprafața publicității politice pe prima pagină</i> | Mai puțin de 10% | Mai mult de 10% |

2.4. Relevanța imaginilor utilizate

Imaginile au un rol important în prezentarea obiectivă a informațiilor, având un impact asupra formării unei atitudini a cititorului față de faptele prezentate, prin dezvăluirea unor detalii, care nu pot fi exprimate prin cuvinte, generarea unor emoții sau acțiuni. De asemenea, fotografiile și imaginile video pot manipula și dezinforma consumatorul de informație. Din acest considerent, mass-media trebuie să manifeste maximă responsabilitate nu doar în cazul conținutului publicat, ci și în cazul imaginilor făcute publice. În acest sens, se va urmări respectarea următoarelor criterii specifice:

- Imaginile utilizate sunt relevante conținutului publicat.
- Imaginile nu sunt distorsionate, cu excepția redactărilor tehnice pentru a spori claritatea, menținând integritatea conținutului și contextului.
- Montarea fotografiilor (colajul) este marcat corespunzător.
- Fotografiile cu persoane afectate de tragedii nu afectează emoțional cititorii sau persoanele apropiate și respectă demnitatea umană.

- Imaginile nu manipulează opinia publică și nu distorsionează adevărul.
- Imaginile sunt însoțite de legende.

Monitorii vor bifa următorii indicatori:

| | | |
|---|--|--|
| <i>Imaginile foto și video care vizează tragedii sau copii în situații complicate</i> | Redactate tehnic | Originale |
| <i>Imagini foto și video montate (colaje)</i> | Marcate | Nemarcate |
| <i>Imaginile foto și video manipulează cititorii</i> | Da | Nu |
| <i>Imaginile foto și video corespund conținutului</i> | Reprezintă exclusiv oficialități | Reprezintă oameni/personaje ale materialelor |
| <i>Fotografiile sunt însoțite de legende</i> | În cea mai mare parte da (se va indica și numărul total de fotografii și numărul de legende) | În cea mai mare parte nu (se va indica și numărul total de fotografii și numărul de legende) |

2.5. Moderarea comentariilor

În prezent, conținutul mediatic este disponibil atât în format tipărit, difuzat în eter, cât și în format online, plasat de regulă pe paginile web ale instituțiilor media sau pe conturile/paginile din rețelele sociale. Accesibilitatea conținutului media are un impact pozitiv asupra societății datorită simplificării procesului de accesare a materialelor media, dar, în același timp, implică responsabilitate sporită din partea instituțiilor media. Este vorba despre platformele oferite cititorilor pentru a comenta subiectele abordate, care pot fi pe paginile web sau pe paginile/profilurile de pe rețelele sociale. Oferirea posibilității de a-și expune opinia despre subiectele prezentate și materialele media asigură menținerea conexiunii cu cititorii, validează relevanța informației și efortul jurnalistic.

În același timp, mass-media trebuie să întreprindă toate acțiunile necesare pentru a nu oferi spațiu pentru publicarea și diseminarea comentariilor care încalcă drepturile unor persoane sau grupuri de persoane, instigă la ură, conțin un limbaj licențios și/sau discriminator. În acest sens, se va urmări respectarea următoarelor criterii specifice pe paginile web și pe paginile/profilurile oficiale ale instituțiilor media beneficiare:

- Redacția informează cititorii atât pe pagina web, cât și pe paginile (profilurile) de pe rețelele sociale, într-o manieră accesibilă, despre regulile de plasare a comentariilor și interzicerea comentariilor care incită la ură, discriminează, ofensează etc. (*Model: Redacția X își rezervă dreptul de a înlătura comentariile care conțin cuvinte obscene, sunt ofensatoare, calomnioase, discriminatorii sau dacă instigă la ură*).

- Comentariile sunt filtrate pentru a spori calitatea și volumul discuțiilor lansate de cititori.
- Comentariile agresive, ofensatoare și discriminatorii nu sunt acceptate și sunt înlăturate, prin reconfirmarea poziției redacției că nu sunt admise comentariile care conțin cuvinte obscene, sunt ofensatoare, calomnioase, discriminatorii sau dacă instigă la ură (*Model: Comentariul Dvs. a fost înlăturat deoarece conține cuvinte obscene, sau este ofensator, calomnios, discriminatoriu, instigă la ură*).

Monitorii vor bifa următorii indicatori:

| | | |
|---|----|----|
| <i>Redacția încurajează schimbul calitativ de opinii</i> | Da | Nu |
| <i>Redacția informează despre regulile privind plasarea comentariilor</i> | Da | Nu |
| <i>Comentariile care încalcă regulile sunt moderate</i> | Da | Nu |

Note:

1. În baza prezentei metodologii a fost elaborată o fișă-tip, care va fi utilizată în procesul de monitorizare a instituțiilor mass-media beneficiare ale Mecanismului de sprijin.
2. Rapoartele de monitorizare vor fi prezentate Consiliului Mecanismului de sprijin de sprijin a distribuției presei scrise.