**EXTRAS-RAPORT**

## ***privind participarea AEP la*** ***„Programul de consolidare a capacității în domeniul managementului electoral: Utilizarea media în managementul electoral, organizat de A-WEB, în perioada 23 iunie-2 iulie 2021***

În perioada 23 iunie - 2 iulie 2021, s-a desfӑșurat *Programul de consolidare a capacității în domeniul managementului electoral: Utilizarea media în managementul electoral*, organizat de Asociația Mondialӑ a Organismelor Electorale (A-WEB). A-WEB este o organizație internaționalӑ care promovează eficiența în organizarea și desfășurarea de alegeri libere, corecte, transparente și participative la nivel mondial și încurajează schimbul de expertiză între membri în vederea consolidării democrației la nivel mondial.

*Programul**de consolidare a capacității în domeniul managementului electoral* este format din douӑ sesiuni de training. Prima sesiune de training cu tema*Utilizarea media în managementul electoral* a avut loc ȋn perioada 23 iunie - 2 iulie 2021, iar a doua sesiune de lucru va avea loc ȋn luna octombrie a.c.

Programul s-a adresat experților din domeniul electoral care sunt implicați în gestionarea relațiilor cu mass-media, educarea alegătorilor și managementul electoral. Mass-media joacă un rol important ȋn procesele electorale, de aceea administrația electorală utilizeazӑ diverse canale media în vederea informării și educării alegătorilor cu privire la modul de exercitare a drepturilor acestora. Totodatӑ, media servește ca platformă de comunicare pentru partidele politice și candidați în vederea diseminării eficiente a mesajelor către electorat.

Obiectivele principale ale Programului au fost urmӑtoarele:

* explorarea de modalități prin care poate fi dezvoltată o relație eficientă între organismele de management electoral și mass-media;
* identificarea celor mai bune practici pentru utilizarea mass-media ȋn procesele electorale;
* stabilirea unei platforme potrivite pentru discuții care vizeză procesul de monitorizare a mass-media ȋn timpul alegerilor;
* identificarea responsabilităților organismelor de supraveghere a mass-media.

Programul de formare organizat de A-WEB ȋn perioada 23 iunie-2 iulie a oferit participanților oportunitatea de a explora diferite strategii pentru îmbunătățirea activitӑții profesionale. Evenimentul a fost organizat sub umbrela Programului Oficial de Asistență pentru Dezvoltare (ODA) al Guvernului Republicii Coreea.

AEP a fost reprezentatӑ la acest eveniment online de 4 reprezentanți.

Alӑturi de reprezentanții României au mai participat la evenimentul online specialiști din partea urmӑtoarelor instituții omoloage: Comisia Electoralӑ din Camerun, Comisia Electoralӑ din Tanzania, Comisia Electoralӑ Independentӑ a Kenyei, Comisia Electoralӑ din Mauritius și Comisia Electoralӑ a Mongoliei.

Potrivit cerințelor *Programului de consolidare a capacității în domeniul managementului electoral* fiecare organism de management electoral participant a realizat un *Raport de țarӑ* ȋn cadrul cӑruia au fost descrise profilul țӑrii, sistemul electoral, organismul de management electoral și principalele responsabilitӑți șiacțiuni ȋntreprinse ȋn perioada electoralӑ. Totodatӑ, la finalul Programului participanții au prezentat un *Plan de acțiune* cu privire la mass-media care sӑ se plieze pe activitatea comisiei electorale pe care o reprezintӑ.

**Agenda**

**23 iunie**

* Ceremonia de deschidere

În cadrul Ceremoniei de deschidere a Programului, Secretarul General al A-WEB a susținut un discurs de bun venit și a urat succes participanților la eveniment;

* Prezentarea raportului de țarӑ – moderator reprezentantul Institutului Korean pentru Dezvoltare Strategicӑ;

Moderatorul a prezentat cadrul general și contextul pentru care s-a solicitat participanților prezentarea unui Raport de țarӑ și a dat cuvântul participanților pentru expunerea proiectului. Reprezentanții AEP au prezentant Raportul de țarӑ.

**24 iunie**

* Linii directoare privind realizarea *Planului de acțiune mass-media –* moderator: reprezentantul Institutului Korean pentru Dezvoltare Strategicӑ.

Moderatorul a prezentat modelul *Planului de acțiune*, proiect menit sӑ

conducӑ la dezvoltarea unor strategii integrate pentru îmbunătățirea activitӑții organismelor de management electoral ȋn comunicarea cu media și părțile implicate ȋn procesele electorale.

* Rolul media ȋn timpul ciclului electoral - vorbitor: Consultant superior pe tema mobilizăii, în cadrul IFES.

Vorbitorul a susținut o prezentare despre rolurile esențiale ale media pe durada ciclului electoral:

1.Mass-media ca supraveghetor/ *câine de pază (orig. watch-dog);*

2.Mass-media ca platformă de campanie;

3.Mass-media ca forum deschis pentru dezbateri și discuții / voce publică;

4. Mass-media în calitate de educator al publicului.

Reprezentantul IFES a mai explicat importanța majorӑ a transparenței media, necesarӑ pentru accesul nelimitat la informațiile relevante, astfel încât publicul electoral să aibă posibilitatea să facă alegeri în cunoștință de cauză. Totodatӑ, în cadrul prezentării a fost argumentată necesitatea și importanța rolului media de a acționa ca un mecanism pentru prevenirea și investigarea acuzațiilor de încălcare a legii sau în situațiile de malpraxis.

1. **iunie**
* Modalitӑți de realizare a strategiilor ȋn cadrul organismelor de management electoral ȋn vederea dezvoltӑrii unei colaborӑri eficiente cu media – vorbitor: Consultant superior pe tema mobilizăii, în cadrul IFES.

Reprezentantul IFES a prezentat importanța dezvoltӑrii de strategii pentru a iniția și pentru a îmbunătăți și consolida relația dintre organismele electorale și mass-media. În acest sens, a fost subliniată utilitatea realizӑrii unui plan de comunicare cu media ȋn în perioada electorală. Vorbitorul a menționat cӑ, ȋn esență, strategia este un plan general de acțiune care specifică „când, cum și cui” din perspectiva angajamentului de cooperare cu mass-media Fiecare dintre aceste componente este esențială pentru asigurarea unei strategii eficiente. Strategia de comunicare nu trebuie, totodată, să fie prea restrictivă în ceea ce privește conținutul. Strategiile comisiilor electorale trebuie sӑ punӑ accent *pe emiterea regulată a comunicatelor de presă* , organizarea *conferințelor de presă, susținerea declarațiilor șiinterviurilor, colaborarea scrisӑ cu media, transparențӑ, promptitudine și eficacitate* ȋn oferirea de informații electorale.

* Social media și alegerile, reprezentantul Comisiei Naționale Electorale a Republicii Koreea. Prezentarea susținutӑ a descris rolul rețelelor sociale în gestionarea alegerilor, comportamentul mass-media în campania electorală, sistemul de monitorizare și normele de reglementare a social media.

**28 iunie**

* Realizarea unui *Cod de Conduitӑ pentru Media*, utilizat în timpul alegerilor - vorbitor: expertul electoral din cadrul Comisiei Electorale din Zambia.

Vorbitorul a argumentat oportunitatea elaborării unui cod de conduită pentru media în timpul procesului electoral, subliniind importanța principiilor fundamentale care ar trebui să ghideze acțiunile instituțiilor mass-media și ale jurnaliștilor.

Codul de conduită enunță câteva principii care ar trebui să fie respectate de jurnaliști în activitatea de monitorizare și raportare a alegerilor: precizie, imparțialitate, onestitate, capacitatea de a se păstra incoruptibili, evitarea utilizării limbajului sau a sentimentelor care promovează violența sau discriminarea.

* Campaniile online pentru informarea alegӑtorilor - Studiu de caz, Comisia Naționalӑ Electoralӑ a Republicii Koreea.Vorbitorul a prezentat modalitatea de raportare a Comisiei Naționale Electorale a Republicii Coreea fațӑ de campaniile online de informare și educare a alegӑtorilor, mӑsurile luate ȋn timp util fațӑ de informațiile false și dezinformare, precum și aspecte relevante privind implementarea unui proiect referitor la *Asistarea rețelelor sociale.* Proiectul presupune activitӑți de planificare, investigare și analizӑ cibernetică și a fost inițiat pe fondul creșterii activităților ilegale din mediul online și ca urmare a unor rapoarte de analiză a sferei digitale .

**29 iunie**

* Utilizarea strategicӑ a social media pentru mobilizarea și educarea alegӑtorilor, vorbitor: Consultant superior pe tema mobilizăii, în cadrul IFES.

Prezentarea a descris rolul din ce în ce mai important al media în domeniul informațiilor electorale. Organismele electorale au nevoie de canalele media, cu precădere de cele oferite de social media, pentru furnizarea de informații cӑtre tinerii alegӑtori. Prin urmare, rețelele sociale sunt un instrument eficient în eforturile de educare a alegătorilor, fiind menite să asigure accesul facil la informații. Totodatӑ, publicul se așteaptă tot mai mult ca organismele și instituțiile oficiale să aibă o prezență activă online, să prezinte informațiile într-o manieră accesibilă și să distribuite date și noutăți prin intermediul platformelor de socializare în care ei înșiși sunt prezenți. Comisiile electorale nu fac excepție și trebuie să răspundă cererii în creștere din partea publicului.

* Studiu de caz: *Alegerile, politica și alfabetizarea media,* Comisia Naționalӑ Electoralӑ a Republicii Coreea. Reprezentantul Comisiei Naționale Electorale a Republicii Coreea, a expus ȋn prezentarea sa eforturile organismului de management electoral de educare a alegătorilor cu privire la media. Alfabetizarea pe tema media este menită să promoveze conștientizarea influenței mass-media și să creeze o atitudine activă din partea alegӑtorilor. În Coreea alfabetizarea mediatică este vitală pentru a se asigura că mediatizarea alegerilor este eficientă în informarea electoratului și că mass-media este ea însăși responsabilă.

**30 iunie**

* Sesiune de ȋntrebӑri și rӑspunsuri pentru studiile de caz prezentate de Comisia Naționalӑ Electoralӑ a Republicii Koreea.
* Studiu de caz, *Strategia social media pentru educarea alegӑtorilor*, Biroul Electoral din Fiji. Vorbitorul a prezentat activitatea Biroului Electoral din Fiji ȋn ceea ce privește acțiunile ȋn mediul online ȋntreprinse atât ȋn perioada pre-electoralӑ pentru popularizarea activității de ȋnregistrare a alegӑtorilor, cât și ȋn perioada electoralӑ, cu precădere în vederea informării alegӑtorilor și pentru combaterea dezinformӑrii.
1. **iulie**
* Prezentarea *Planului de acțiune*, moderator: Institutul Korean pentru Dezvoltare Strategicӑ.

Participanții au prezentat un plan de acțiune conceput ȋn baza informațiilor acumulate pe perioada desfӑșurӑrii programului care sӑ se plieze pe activitatea și capacitatea organismului electoral pe care ȋl reprezintӑ.

Planul de acțiune este un proiect solicitat de organizatori menit sӑ conducӑ la dezvoltarea unor strategii integrate pentru îmbunătățirea activitӑții organismelor de management electoral ȋn comunicarea cu media și părțile implicate ȋn procesele electorale. În ceea ce privește relațiile cu mass-media, *Planul de acțiune* realizat de AEP își propune să dezvolte următoarele 3 proiecte principale:

1. Implementarea unui Cod de conduită în mass-media în timpul alegerilor;

2. Crearea unui grup de lucru interinstituțional pentru comunicare;

3. Dezvoltarea unei strategii de comunicare pentru canalele social media.

* Evaluarea cursului

Participanții și-au exprimat opiniile cu privire la organizarea și implementarea cursului. Totodatӑ, participanții au fost invitați sӑ completeze online chestionare de feedback cu privire la sesiunile de lucru, organizarea cursului, activitatea de moderare, utilitatea informațiilor furnizate, nivelul de schimb de experiențӑ ȋntre participanți și transferul de know-how.

1. **iulie**
* Ceremonia de decernare a Certificatelor de participare

Reprezentanții AEP au primit certificate de participare la *Programul de consolidare a capacității în domeniul managementului electoral: Utilizarea media în managementul electoral,* pentru sesiunea 23 iunie -2 iulie,acordate de Secretariatul A-WEB, sub egida Programului Oficial de Asistență pentru Dezvoltare al Guvernului Republicii Coreea.