



## **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 desfășurat *Programul de consolidare a capacității în domeniul managementului electoral: Utilizarea media în managementul electoral*, organizat de Asociația Mondială a Organismelor Electorale (A-WEB). A-WEB este o organizație internațională 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 două sesiuni de training. Prima sesiune de training cu tema *Utilizarea media în managementul electoral* a avut loc în perioada 23 iunie - 2 iulie 2021, iar a doua sesiune de lucru va avea loc în 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 în procesele electorale, de aceea administrația electorală utilizează diverse canale media în vederea informării și educării alegătorilor cu privire la modul de exercitare a drepturilor acestora. Totodată, 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 următoarele:

- 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 în procesele electorale;
- stabilirea unei platforme potrivite pentru discuții care vizează procesul de monitorizare a mass-media în timpul alegerilor;



- identificarea responsabilităților organismelor de supraveghere a mass-media.

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

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

Alături de reprezentanții României au mai participat la evenimentul online specialiști din partea următoarelor instituții omoloage: Comisia Electorală din Camerun, Comisia Electorală din Tanzania, Comisia Electorală Independentă a Kenyei, Comisia Electorală din Mauritius și Comisia Electorală a Mongoliei.

Potrivit cerințelor *Programului de consolidare a capacității în domeniul managementului electoral* fiecare organism de management electoral participant a realizat un *Raport de țară* în cadrul căruia au fost descrise profilul țării, sistemul electoral, organismul de management electoral și principalele responsabilități și acțiuni întreprinse în perioada electorală. Totodată, la finalul Programului participanții au prezentat un *Plan de acțiune* cu privire la mass-media care să se plieze pe activitatea comisiei electorale pe care o reprezintă.

## **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 țară – moderator reprezentantul Institutului Korean pentru Dezvoltare Strategică;

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

### **24 iunie**

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



Moderatorul a prezentat modelul *Planului de acțiune*, proiect menit să conducă la dezvoltarea unor strategii integrate pentru îmbunătățirea activității organismelor de management electoral în comunicarea cu media și părțile implicate în procesele electorale.

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

Vorbitorul a susținut o prezentare despre rolurile esențiale ale media pe durata 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 majoră a transparenței media, necesară pentru accesul nelimitat la informațiile relevante, astfel încât publicul electoral să aibă posibilitatea să facă alegeri în cunoștință de cauză. Totodată, 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.

## 24 iunie

- Modalități de realizare a strategiilor în cadrul organismelor de management electoral în vederea dezvoltării unei colaborări eficiente cu media – vorbitor: Consultant superior pe tema mobilizării, în cadrul IFES.

Reprezentantul IFES a prezentat importanța dezvoltării 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 realizării unui plan de comunicare cu media în perioada electorală. Vorbitorul a menționat că, în 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 să pună accent *pe*



*emiterea regulată a comunicatelor de presă , organizarea conferințelor de presă, susținerea declarațiilor și interviurilor, colaborarea scrisă cu media, transparență, promptitudine și eficacitate în oferirea de informații electorale.*

- Social media și alegerile, reprezentantul Comisiei Naționale Electorale a Republicii Korea. Prezentarea susținută 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 Conduită 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 alegătorilor - Studiu de caz, Comisia Națională Electorală a Republicii Korea. Vorbitorul a prezentat modalitatea de raportare a Comisiei Naționale Electorale a Republicii Coreea față de campaniile online de informare și educare a alegătorilor, măsurile luate în timp util față de informațiile false și dezinformare, precum și aspecte relevante privind implementarea unui proiect referitor la *Asistarea rețelelor sociale*. Proiectul presupune activități de planificare, investigare și analiză 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 strategică a social media pentru mobilizarea și educarea alegătorilor, vorbitor: Consultant superior pe tema mobilizării, 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 către tinerii alegători. Prin urmare, rețelele sociale sunt un instrument eficient în eforturile de educare a alegătorilor, fiind menite să asigure accesul facil la informații. Totodată, 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 distribuie 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 Națională Electorală a Republicii Coreea. Reprezentantul Comisiei Naționale Electorale a Republicii Coreea, a expus în 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 alegătorilor. 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 întrebări și răspunsuri pentru studiile de caz prezentate de Comisia Națională Electorală a Republicii Coreea.
- Studiu de caz, *Strategia social media pentru educarea alegătorilor*, Biroul Electoral din Fiji. Vorbitorul a prezentat activitatea Biroului Electoral din Fiji în ceea ce privește acțiunile în mediul online întreprinse atât în perioada pre-electorală pentru popularizarea activității de înregistrare a alegătorilor, cât și în perioada electorală, cu precădere în vederea informării alegătorilor și pentru combaterea dezinformării.



## 1 iulie

- Prezentarea *Planului de acțiune*, moderator: Institutul Korean pentru Dezvoltare Strategică.

Participanții au prezentat un plan de acțiune conceput în baza informațiilor acumulate pe perioada desfășurării programului care să se plezeze pe activitatea și capacitatea organismului electoral pe care îl reprezintă.

Planul de acțiune este un proiect solicitat de organizatori menit să conducă la dezvoltarea unor strategii integrate pentru îmbunătățirea activității organismelor de management electoral în comunicarea cu media și părțile implicate în 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. Totodată, participanții au fost invitați să completeze online chestionare de feedback cu privire la sesiunile de lucru, organizarea cursului, activitatea de moderare, utilitatea informațiilor furnizate, nivelul de schimb de experiență între participanți și transferul de know-how.

## 2 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.