

Руководство для Молдавских СМИ по освещению выборов на должность Президента Республики Молдова и республиканского конституционного референдума от 20 октября 2024 г.

1. Введение

При освещении выборов средства массовой информации обязаны соблюдать принципы справедливости, сбалансированности и непредвзятости.

Настоящее Руководство основано на правилах и принципах, изложенных в [Положение Центральной избирательной комиссии об освещении выборов в средствах массовой информации](#), и призвано помочь Вам в освещении выборов на должность Президента Республики Молдова и республиканского конституционного референдума от 20 октября 2024 г. На общественность будет влиять то, что они видят и читают в средствах массовой информации. Это Руководство поможет Вам обеспечить непредвзятое, достоверное и справедливое освещение кандидатов и вопросов, чтобы народ Молдовы имел информацию, необходимую для выбора Президента и принятия решения о внесении поправок в Конституцию.

Положение об освещении выборов средствами массовой информации определяет права, обязанности, а также статус лиц, участвующих в процессе освещения выборов средствами массовой информации, а также могут быть и другие юридические или конституционные требования, с которыми Вам следует ознакомиться. Настоящее Руководство охватывает только редакционные и этические вопросы, связанные с выборами и референдумами. Возможно, Вам понадобится юридическая консультация по другим темам.

2. Редакционные ценности

2.1. Независимость

Выбор, который Вы принимаете в отношении кандидатов, политики и вопросов, которые Вы освещаете, будет приниматься Вами и Вашими редакторами без какого-либо вмешательства со стороны государственных органов, конкурентов на выборах или других организаций.

2.2. Свобода слова

Конституция Молдовы гарантирует свободу мысли, мнений и их выражения, а также запрещает цензуру СМИ.

2.3. Непредвзятость

Непредвзятость означает, что Вы не принимаете чью-либо сторону, это означает, что Ваш контент, взятый в целом, является инклюзивным, гарантируя, что он содержит широкий спектр мнений и широкий круг кандидатов. В Положении Центральной

избирательной комиссии об освещении выборов в средствах массовой информации подробно изложены требования к непредвзятости при освещении выборов:

Принцип справедливости – принцип, в соответствии с которым средства массовой информации относятся на равноправной основе, честно и непредвзято ко всем протагонистам, о которых информирует общественность; принцип справедливости ассоциируется скорее с принципом равенства, чем с принципом меритократии; в случае с конкурентами на выборах предполагается, что их прежние заслуги становятся недействительными в течение избирательного периода, тем самым все конкуренты находятся в условиях равной конкуренции;

Принцип сбалансированности – принцип, основанный на идее непреобладания, который на практике следует понимать следующим образом: учреждение СМИ распределяет протагонистам на равных условиях эфирное время/место в газете и таким же образом воспринимает протагонистов, вовлеченных в избирательный процесс, о которых информирует общественность; у средства массовой информации нет оснований продлевать эфирное время, посвященное конкуренту на выборах, за счет другого конкурента на выборах; учреждение СМИ в равной степени информирует (в отношении времени, места, временного интервала, места в газете/журнале и т.п. и подхода) обо всех значимых публичных предвыборных мероприятиях; если один из конкурентов на выборах не организует публичные предвыборные мероприятия, учреждение СМИ не нарушает принцип сбалансированности;

Принцип непредвзятости – принцип, в соответствии с которым учреждение СМИ относится ко всем протагонистам, о которых информирует общественность, без предубеждений и непредвзято; принцип, который приравнивается к запрету любой формы фаворитизма по отношению к любому протагонисту/конкуренту на выборах, вне зависимости от причины; принцип, основанный на равном праве всех граждан на получение ими информации обо всех протагонистах/конкурентах на выборах. Наличие или отсутствие предвзятого отношения определяется на основании двух критериев: субъективного и объективного. Субъективный критерий учитывает поведение и личные убеждения конкретного журналиста (корреспондента, модератора и т.д.), если проявляет предубеждение или предвзятость в том или ином случае. Объективный критерий определяет, предоставляет ли само учреждение СМИ достаточные гарантии для исключения любых законных сомнений в его беспристрастности. В большинстве случаев предпочтительно применять объективный критерий.

2.4. Достоверность

Достоверность – это не только проверяемые факты. Иногда мнения тоже могут иметь значение. Все соответствующие факты и мнения должны быть учтены, чтобы добраться до истины. Достоверность важнее скорости.

2.5. Справедливость

При использовании утверждений или критических замечаний в адрес какого-либо лица или организации, сделанных другими лицами или в результате Вашей собственной журналистской деятельности, критикуемым должно быть предоставлено право на ответ. Это означает, что эти обвинения должны быть переданы тем, кого критикуют, и учитывать их реакцию или отсутствие ответа. Вы должны подумать, было ли у них достаточно времени для ответа. Вам также следует ознакомиться с подробными правилами о праве на ответ в Положении об освещении выборов в средствах массовой информации.

2.6. Конфиденциальность

Следует уважать частную жизнь отдельных лиц и нарушать ее только в тех случаях, когда это отвечает общественным интересам. Несовершеннолетние и другие восприимчивые слои населения имеют более обоснованные ожидания в отношении неприкосновенности частной жизни, чем взрослые, а те, кто находится в поле зрения общественности, такие как политики, имеют меньшие обоснованные ожидания в отношении неприкосновенности частной жизни. При принятии решения о том, следует ли публиковать потенциально конфиденциальную информацию, решения должны приниматься последовательно, исходя из фактов и без учета мнений о соответствующем лице.

2.7. Прозрачность и отчетность

Вы должны быть прозрачны в отношении того, что Вы знаете и почему Вы это знаете. Ваша аудитория должна понимать из Вашего контента, как и откуда Вы собрали информацию. Вы несете ответственность перед своей аудиторией, и должны быть готовы к взаимодействию с ней, относясь к ее замечаниям и жалобам с должной серьезностью. Но это нужно делать аккуратно, так как Вы являетесь представителем своей медиаорганизации, и разногласия не должны переходить на личности. Иногда лучшая реакция – это полное отсутствие реакции.

3. Определения

3.1. Общественные интересы

Единого определения общественного интереса не существует, но оно включает в себя свободу выражения мнения; предоставление информации, которая помогает людям лучше понимать или принимать решения по вопросам, имеющим общественное значение, таким как голосование; предотвращение введения людей в заблуждение заявлениями или действиями отдельных лиц или организаций. Общественным интересам также служит разоблачение или раскрытие преступлений, а также разоблачение коррупции, несправедливости, серьезной некомпетентности, лицемерия или халатности.

Общественные интересы – это не то же самое, что то, что интересует общественность. Отличие заключается в различии, что общественность должна знать как гражданин в демократическом обществе, и информацией, которая не имеет большого значения.

3.2. Политики

Согласно настоящему Руководству, политик – это нечто большее, чем избранный член парламента или эквивалентный местный орган, или тот, кто является кандидатом на выборах, или недавно ушедший в отставку с выборной должности, или партийный деятель. Общественные деятели, которые известны как сторонники кандидата в президенты или одной из сторон дебатов на референдуме, также должны рассматриваться как политики. Когда Вы сообщаете о том, что говорит или делает политик, позаботьтесь о том, чтобы делать это с должной непредвзятостью.

3.3. Редакционные суждения и редакционное обоснование

В ходе своей работы журналисты должны выносить редакционные суждения о том, что и как освещать. Чтобы обеспечить непредвзятость, эти суждения должны приниматься последовательно и независимо от того, какая тема, политика или кандидат освещаются. Они должны основываться, где это возможно, на прямых доказательствах, таких как речи и программные документы кандидатов и инициативных групп, или на правильно проведенных опросах общественного мнения. Суждения должны быть обоснованы редакцией, что означает, что редакционная цель контента должна учитывать любое потенциальное негативное влияние как на аудиторию контента, так и на более широкую аудиторию. Это включает в себя учитывания принципа сбалансированности к неприкосновенности частной жизни отдельных лиц с общественным интересом в раскрытии информации о них, использование, например, жестких формулировок с необходимостью избежать необоснованного оскорбления. Речь также идет о праве журналистов на свободу выражения мнений и праве аудитории на получение информации.

Возможно, будет уместно объяснить свои суждения аудитории. Например, что обвинения необоснованны, но настолько потенциально важны, что Вы хотите сообщить о них, что источник обвинения ранее доказал свою надежность, что Вы продолжаете наводить справки, и что позже будет больше информации. Ваша цель состоит в том, чтобы информировать свою аудиторию, и Вы должны быть готовы объяснить ей, почему Вы сообщаете ей то, о чем сообщаете, и то, чего Вы не знаете, было хорошо, как и то, что Вы знаете.

Вы должны проверить Ваше редакционное суждение на соответствие взглядам Ваших редакторов и коллег путем частого обсуждения.

4. РУКОВОДСТВО

4.1. Достижение непредвзятости

Достижение непредвзятости требует тщательного применения редакционного суждения. В Положение Центральной избирательной комиссии об освещении выборов в средствах массовой информации подробно изложены правила, которые должны

соблюдаться при освещении кандидатов. При освещении Референдума к обеим спорным сторонам должен применяться одинаковый подход. В тех случаях, когда СМИ рассматривают проблемы, стоящие за кампанией, они должны делать это с инклюзивным подходом, отражающим широту и разнообразие мнений. Должен быть учтен широкий спектр мнений и информации, а также услышаны все мнения. Взгляды будут различаться между старым поколением и молодым, между городами и селами, между богатыми и бедными, и также в разных частях страны.

Чтобы добиться непредвзятости, Вы должны стремиться придать каждой точке зрения «должный вес». Взгляды, которых придерживается незначительное меньшинство молдаван, не нуждаются в таком же освещении, как те, которые широко разделяются. Непредвзятость также требует знания и анализа предмета, о котором Вы пишете, и контекста Вашего репортажа. Это означает использование доказательств для обоснования Ваших решений о большем или меньшем освещении какой-либо конкретной темы. Это также требует знания вопросов, которые избиратели обсуждают, но которых политики избегают, и обеспечения их надлежащего освещения.

Там, где вопросы почти не обсуждаются или не актуальны, они требуют меньшего освещения. Там, где темы не являются серьезными, нет особой необходимости включать широкий спектр мнений. Там, где вопросы основаны на фактах, например, когда существует явный научный консенсус, не нужно уделять столько места особым мнениям, а аргументы о том, что, например, наука ошибается, не требуются для достижения непредвзятости.

Вы также должны учитывать контекст вашего репортажа. Материал, который Вы готовите, посвящен теме, которую Вы затронули недавно, или он охватит больше тем в будущем? Это обновление хорошо известной темы или что-то совершенно новое? Вы должны спросить себя, что, по вашему мнению, ваша аудитория уже знает об этом предмете - есть ли фон для общепризнанных фактов?

4.2. Участники

При включении материалов или интервью с экспертами или учеными может потребоваться добавить материал, объясняющий их принадлежность, чтобы аудитория могла самостоятельно оценить их непредвзятость. Связаны ли они, например, с какой-либо политической партией или традицией, имеют ли они связи с благотворительными или международными организациями, получают ли они или их организации финансирование для продвижения той или иной повестки дня? Как правило, Вы должны предоставить эту информацию.

4.3. Потенциально оскорбительные взгляды

Некоторые взгляды могут нанести серьезное оскорбление, и непредвзятость может потребовать от Вас сообщить о них. В то время как таким взглядам должна быть предоставлена справедливая возможность быть выраженным, они должны быть оспорены и поставлены под сомнение. Возможно, будет уместно сообщить аудитории, что взгляды, которые они собираются услышать, потенциально могут нанести серьезное оскорбление, и объяснить, почему Вы включаете их в список в интересах общества и где

могут быть представлены противоположные точки зрения. Вы должны четко понимать различие между потенциально оскорбительными взглядами и языком, используемым для выражения этих взглядов. Вы также должны учитывать Постановление ЦИК № 2660 от 31 июля 2024 касающиеся особенностей по освещению выборов на должность Президента Республики Молдова и республиканского конституционного референдума от 20 октября 2024 г [см. ниже].

4.4. Непредвзятость во времени или в отношении ряда элементов

Должная непредвзятость может быть достигнута путем создания связанного контента или серии элементов. Это должно быть ясно доведено до сведения Вашей аудитории, если в элементе или программе будет четко указана ссылка на другие материалы или истории, которые представляют другой взгляд на ту же тему. Например, Вы можете сделать две связанные между собой программы, охватывающие две стороны дебатов о референдуме. Если Вы это сделаете, Вы должны включить контент, сообщающий аудитории, где они могут увидеть соответствующий контент.

4.5. Достижение достоверности

Взгляды и факты не должны искажаться. Из этого следует, что необходимо проявлять осторожность для установления фактов, а в тех случаях, когда сообщается о мнениях отдельных лиц, необходимо проявлять осторожность когда заинтересованное лицо выразило взгляды, о которых Вы сообщаете. То же самое относится и к организациям, таким как официальные кампании по проведению референдума или политические партии, связанные с кандидатами в президенты. Является ли спикер официальным представителем организации, выступающим от имени ее руководства? Всегда учитывайте свои источники. Являются ли они прямыми? Являетесь ли Вы очевидцем событий или речи, о которых рассказываете? Если нет, то кто является очевидцем, заслуживают ли они доверия? Если Ваш источник — другой журналистский репортаж, какова репутация этой организации? У Вас есть более одного источника, и полагаются ли эти источники сами на другие источники? Это вопросы редакционного суждения. Когда Вы имеете дело с вопросами, в которых Вы не можете быть уверены в фактах, Вы должны указать источник своей информации, объяснив аудитории, что есть сообщения о событии или выступлении, но Вы не можете проверить эти сообщения самостоятельно. Смотрите также ниже п. 4.10 - Фейковые новости, недостоверная информация и дезинформация

4.6. Справедливость и обвинения

Обвинения являются частью любой политической кампании, и к ним следует относиться с осторожностью. При репортаже об обвинении, первым шагом должно быть приближение к объекту обвинения для получения ответа и включение ответа или факт того, что Вы хотите получить ответ, в своем материале. Обвинение должно быть тщательно проанализировано:

- Является ли это обвинением в неправомерных действиях, некомпетентности, нечестности или тому подобном? По своей природе можно ли установить

соответствующие факты, или они потенциально настолько хорошо скрыты, что правда вряд ли будет найдена (например, взяточничество, шантаж и т.д.)? Представило ли лицо или сторона обвинения доказательства в обоснование обвинения, и каково качество этих доказательств?

- Является ли это обвинение политическим или личным оскорблением?
- Является ли языковая формулировка обвинения риторическим или подстрекательским [см. также ниже раздел «Язык и изображения»]

Средства массовой информации играют определенную роль в предании гласности обвинений, и при освещении обвинений требуется тщательное редакционное суждение. Вы можете стать мишенью для манипуляций со стороны СМИ. Необходимо позаботиться о том, чтобы само обвинение заслуживало освещения. Кроме того, следует уделять должное внимание, например, праву на неприкосновенность частной жизни объекта обвинения. Вы должны применить принцип сбалансированности по отношению к праву политиков и активистов на свободу слова и права объектов обвинений на частную и семейную жизнь.

Подумайте, уместно ли сообщать о самих обвинениях или ограничить свое покрытие тем фактом, что обвинения были сделаны. Также подумайте, когда обвинения выдвигаются с использованием риторических или жестких формулировок, уместно ли использовать эти выражения в своих репортажах, или достаточно сказать, что были использованы жесткие формулировки.

Вы должны ознакомиться с Положением об освещении выборов в СМИ, в котором подробно изложены требования к праву на ответ.

4.7. Защита конфиденциальности

Чтобы найти баланс между правом на неприкосновенность частной жизни и правом на свободу слова, требуется тщательное редакционное суждение. У частных лиц есть законные ожидания в отношении неприкосновенности частной жизни, но существует множество обстоятельств, при которых публикация информации оправдана конкретными фактами каждого отдельного случая. Для каждого случая следует учитывать:

- Отвечает ли общественным интересам разглашение информации, которую вы собираетесь опубликовать? [см. раздел «Общественные интересы» выше]
- Уменьшается ли законное ожидание индивидуумом неприкосновенности частной жизни из-за его поведения? Совершают ли они, например, уголовное или антиобщественное деяние?
- Ограничены ли законные ожидания человека в отношении неприкосновенности частной жизни его положением? Политик или другая фигура, занимающую высокую общественную должность, имеет меньшие законные ожидания в отношении неприкосновенности частной жизни, чем тот, кто избегает публичности
- Является ли информация, которую Вы хотите опубликовать, по своей сути личной или конфиденциальной, например, история болезни?

- Относится ли эта информация к другим лицам, имеющим право на неприкосновенность частной жизни, например, к членам семьи политика или близким друзьям?
- В случае изображений или картинок, были ли они записаны с согласия соответствующего лица или они были записаны тайно?
- Даже если они были записаны с согласия, дают ли сами снимки повод для законного ожидания неприкосновенности частной жизни – например, видео или фотографии частной семейной вечеринки, сделанные в их доме?
- Уязвим ли человек в каком-то смысле? Дети, взрослые с ограниченными возможностями, люди с заболеваниями или находящиеся под воздействием алкоголя или наркотиков, которые нарушают их суждение, могут не иметь возможности дать согласие на публикацию информации о них, поэтому положитесь на самого себя, чтобы решить, имеют ли они право на большую степень защиты. Тем не менее, некоторые люди делают ложные или непроверяемые заявления об уязвимости, пытаясь помешать надлежащему репортажу. Поэтому такие утверждения должны быть по возможности проверены.

4.8. Опросы общественного мнения

Научно сформулированные опросы общественного мнения могут дать представление об общественном мнении или намерении голосовать, но убедиться, что опрошенные люди действительно представляют население, сложно. Поэтому опрос общественного мнения хорош настолько, насколько этого хотят те, кто его проводил. Результаты качественного опроса будут включать в себя следующую информацию:

- Размер выборки – количество опрошенных людей.
- Дата выборки – день или дни, когда вопросы были заданы людям.
- Погрешность – чем меньше, тем лучше, но убедитесь, что она была правильно рассчитана квалифицированным специалистом.
- Были собраны полные данные, показывающие заданные вопросы, количество людей ответивших на каждый вопрос и цифры количества людей, давших каждый возможный ответ.
- Название организации, проводящей опрос, и название организации, оплатившей опрос (это может быть одна и та же организация)
- Положение об освещении выборов в средствах массовой информации требует, чтобы Вы сообщили, санкционировал ли ЦИК данный опрос.

Любой опрос общественного мнения, который проводится без приведенной выше информации, заслуживает меньшего доверия. Организации также проводят опросы которые не сформулированы научно. Это означает, что респонденты выбирают себя сами, например, они отвечают на публичное приглашение ответить на вопросы в блоге или социальных сетях, таких как X (Twitter). Поскольку невозможно узнать, кто является респондентами или почему они ответили на вопросы, такого рода опросы не являются репрезентативными, и даже когда в них участвует очень большое количество респондентов, нельзя сказать, что они отражают взгляды населения в целом. Как бы Вы

ожидали, например, что люди, у которых нет доступа к социальным сетям, ответят на те же самые вопросы что и те кто имеет доступ к этим сетям?

Положение об освещении выборов в СМИ устанавливает дополнительные правила освещения опросов общественного мнения и требует, чтобы СМИ проводили четкое различие между опросами общественного мнения и другими нерепрезентативными методами выяснения мнений людей.

4.9. Освещение опросов общественного мнения

Опросы общественного мнения – это всего лишь моментальный снимок конкретного момента. Люди постоянно меняют свое мнение, поэтому очень важно соблюдать осторожность при освещении опросов общественного мнения. Опрос общественного мнения может «предполагать», что определенный кандидат или сторона на референдуме, скорее всего, добьются успеха, но он не «предсказывает» и не «показывает», что они добьются успеха. Особенно, когда результат близок, смотрите на погрешность. Если разница между кандидатами или сторонами менее чем в два раза превышает погрешность, опрос может свидетельствовать о том, что две партии примерно равны.

Когда Вы освещаете опрос общественного мнения, Вам следует включить размер выборки, дату выборки и погрешность. Будьте осторожны в случае с одним опросом, так как вполне возможно, что он неправильный. Там, где это возможно, сообщайте об опросах общественного мнения как о части тенденции, сравнивая их с другими опросами, проведенными за последние дни или недели, или с опросами других социологических организаций. Не полагайтесь на интерпретацию опроса организацией или изданием, которые его заказали. И подумайте, могли ли события, произошедшие во время или после опроса, повлиять на респондентов, и упомяните об этом в своем репортаже.

Положение об освещении выборов в средствах массовой информации запрещает публикацию опросов общественного мнения в течение двух дней до голосования и в день голосования. Более подробную информацию см. в Положении.

4.10. Язык и изображения

Согласно Постановлению ЦИК [№ 2660 от 31 июля 2024](#) касающиеся особенностей по освещению выборов на должность Президента Республики Молдова и республиканского конституционного референдума от 20 октября 2024 г.:

Во время избирательной кампании в аудиовизуальных программах, отличных от предусмотренных ст. 90. (2) Избирательного кодекса № 325/2022, могут использоваться изображения, представляющие религиозные культы или их составные части, иностранных должностных лиц, государственные учреждения или органы публичной власти из-за рубежа, международные организации, если они не являются предвыборной агитацией и не ведут к оспариванию и клевете на государство и народ, призыв к войне или агрессии, к национальной, расовой или религиозной ненависти, подстрекательство к дискриминации, к территориальному сепаратизму, к публичному насилию, а

также другие проявления, направленные против конституционного строя. Поставщики медийных услуг в этих ситуациях также будут обеспечивать соблюдение принципов и гарантий, установленных ст. 89. (2) и. (5) Избирательного кодекса № 325/2022.

4.11. Фейковые новости, недостоверная информация и дезинформация

Работа с материалами, которые стали называть «фейковыми новостями», является ключевой частью функции журналистики. Одно из определений для такого рода новостей – это ложная или вводящая в заблуждение информация, маскирующаяся под законные новости, но политики и власть имущие регулярно осуждают ответственную журналистику как «фейковые новости», потому что им не нравится ее посыл. Информация представленная ниже, поможет Вам понять и найти нужный подход, если Вы будете использовать более четкие термины.

- **Недостоверная информация.** Это ложный материал, и люди, распространяющие его, обычно в социальных сетях, не знают, что это ложь, и обычно действуют добросовестно.
- **Дезинформация.** Это ложный материал, и люди, которые его распространяют, знают, что это ложь, и действуют недобросовестно.
- **Вводящий в заблуждение, манипулируемый или сфабрикованный контент.** Он охватывает широкий спектр материалов, которые могут включать выборочную статистику, частичные или неполные отчеты о событиях, материалы, которые подделываются, чтобы выглядеть так, как будто они получены из авторитетного источника, например, с логотипом известной организации, и многое другое.
- **Злонамеренная информация.** Это информация, которая может быть правдивой, но распространяется с намерением причинить ущерб, как правило, отдельному лицу. Откровения о личной жизни человека, которые включают в себя частную или личную информацию, разглашение которой не отвечает общественным интересам, попадают в эту категорию.
- **Сатира или пародия.** Это материал, в котором правдивость материала не имеет никакого значения, и люди, которые его распространяют, стремятся не информировать, а развлекать.

Все это объединяет то, что материал приходит к Вам, журналисту, через Интернет, и Вы должны принять его за чистую монету. Он часто стремится эксплуатировать эмоциональный, а не информационный аспект описываемых событий. Его могут распространять злоумышленники («тролли»). Ваша первая защита – это Ваш должный журналистский скептицизм. Ничто не заменит проверку и контроль. Если что-то поступает из одного источника, к этому следует относиться с осторожностью, если Вы не уверены в надежности источника. Часто бывает полезно спросить «кому это выгодно», когда появляется кажущаяся сенсационной информация без четкого источника.

При освещении такого рода материалов, осторожное использование языка имеет важное значение для гарантии Вашей репутации. Позаботьтесь о том, чтобы сообщать только то, что Вы знаете, что это правда, и поделитесь своими сомнениями по поводу материала, который Вы не можете проверить, со своей аудиторией.

Выявление недостоверной информации и дезинформации

Сейчас так много людей носят с собой смартфоны, что первые фотографии какого-либо новостного события и первые сообщения о нем могут распространяться очевидцами, которые сообщают что и как они понимают, что происходит вокруг них. Это настоящая новость, и журналисты должны быть готовы реагировать на нее по мере ее поступления. Но Вы должны позаботиться о том, чтобы отличать факты от мнений. Придут сообщения о демонстрации, взрыве или землетрясении, и Вам придется задействовать все имеющиеся у Вас ресурсы для проверки информации. Будьте осторожны с указанием причины или мотивации, если они не могут быть проверены. Прежде чем распространять фотографии или видео, следует подумать

- Является ли контент оригинальным или это что-то старое, что в данный момент выдают за новое?
- Были ли изображения каким-то образом обработаны с помощью цифровых технологий?
- Можете ли Вы подтвердить время и место съемки, например, с помощью метаданных?
- Можете ли Вы подтвердить время и место с помощью визуальных подсказок в контенте — это может быть так же просто, как проверить погоду или положение солнца.
- Распространяется ли материал так, как будто он исходит от авторитетной журналистской организации? Это распространенный способ распространения дезинформации, и Вы должны позаботиться о проверке таких материалов, возможно, перейдя на реальный веб-сайт соответствующей организации.

4.12. Личное использование социальных сетей

На платформе, где общественность или большое количество людей могут видеть, что Вы пишете, Вы будете идентифицированы как работающий в СМИ, и любое примечание (например, «все взгляды принадлежат мне») будет проигнорировано. Поэтому все, что Вы говорите, может быть использовано для критики Вашего работодателя. Вы должны проконсультироваться со своим редактором / старшим менеджером, прежде чем сделать следующее:

- Раскрытие того, как Вы голосовали в прошлом, как Вы собираетесь голосовать в будущем, а также выражение поддержки или критики какой-либо политической партии, результатов референдума, политика, правительственного чиновника или самого правительства.
- Выражение поддержки или критики политики, которая вызывает споры как во время выборов, так и в целом в Молдове.
- Призыв к конкретному изменению государственной политики
- Выражение поддержки или критики правительствам других стран или международным органам, таким как НАТО, Европейский союз, ОБСЕ и Организация

Объединенных Наций, где эти организации занимают противоречивую позицию по событиям в Молдове.

- Пишите о своем работодателе, если только это не оговорено заранее с вашим редактором/менеджером.

Если это Руководство явно не охватывает того, что Вы собираетесь написать/опубликовать в своем личном аккаунте, задайте себе вопрос: Как это будет выглядеть завтра?

Это Руководство, основанное на Редакционном руководстве BBC, предоставлено BBC Media Action в партнерстве с Центром независимой журналистики Республики Молдова.