

Metodologia de monitorizare și evaluare a pluralismului audiovizual intern în serviciile media liniare

Generalități

Existența pluralismului mediatic este cel mai relevant indiciu al maturității mass-mediei, în general, și a celei audiovizuale, în particular. Doar un pluralism mediatic veritabil poate garanta mass-mediei exercitarea corespunzătoare a misiunii sale sociale. Este motivul din care un scop central al Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova este asigurarea, menținerea și dezvoltarea pluralismului audiovizual extern și intern.

În sensul prezentei metodologii, pluralism audiovizual intern în servicii media semnifică:

- a) Prezența unei diversități de programe audiovizuale în cadrul aceluiasi serviciu media destinat auditoriului țintă;
- b) Independența editorială și economică a serviciului media;
- c) Accesibilitatea auditoriului țintă la diversitatea programelor audiovizuale.
- d) Programele audiovizuale, în diversitatea lor corespund cerințelor legale vizând: volumul programelor locale; principiile comunicării audiovizuale; cota operelor europene; cota programelor achiziționate de la producători independenți din țară; principiile comunicării comerciale audiovizuale; regimul juridic al proprietății și transparența surselor de finanțare.

Listă de abrevieri

CA – Consiliul Audiovizualului

CSMA – Codul serviciilor media audiovizuale

FSM – furnizor de servicii media

SMA – serviciu media audiovizual

RM – Republica Moldova

Scopul metodologiei: a determina gradul pluralismului intern în serviciile media monitorizate și, în funcție de rezultatele monitorizării – formularea de recomandări.

Perioada monitorizării: o săptămână.

Indicatori de monitorizare:

- 1) Gradul de diversitate a programelor audiovizuale;
- 2) Gradul de independență editorială și economică;
- 3) Gradul de acces al auditoriului țintă la programele audiovizuale;
- 4) Gradul de corespundere a serviciului media cerințelor legale¹.

Indicatorul 1) măsoară gradul de diversitate al programelor audiovizuale în SMA generaliste, de știri și tematice. Programe audiovizuale înseamnă, în principal, programe de știri și celelalte programe, inclusiv emisiuni de tot felul, documentare, filme de ficțiune etc. Diversitatea programelor audiovizuale ia în considerație 9 criterii, exprimate prin afirmații, și anume:

- a) Numărul buletinelor de știri;
- b) Tematica știrilor;
- c) Protagoniștii știrilor;
- d) Geografia știrilor;
- e) Tipurile emisiunilor;
- f) Tematica emisiunilor;
- g) Protagoniștii emisiunilor;
- h) Categoriile de auditoriu țintă al emisiunilor;
- i) Geografia emisiunilor.

Indicatorul 2) măsoară independența editorială și economică a SMA, de care depinde calitatea ofertei mediatice pentru public, iar pluralismul audiovizual intern este un indiciu esențial pentru calitate. Politica editorială este importantă, mai ales, pentru că face activitatea FSM și SMA previzibilă, iar publicul știe

¹ *Evaluarea indicatorului va fi făcută în cadrul unei analize complexe a pluralismului intern, la alegerea evaluatorului.*

la ce să se aștepte. Deci, politica editorială trebuie să existe, să fie publicată și să fie respectată. Independența editorială este oportună pentru că ferește jurnaliștii de influențe contrare jurnalismului.

Independența economică este importantă pentru că permite jurnaliștilor să-și exercite misiunea socială în cel mai indicat mod. Dacă bugetul unui FSM depinde de cineva, cum ar fi sponsor, furnizor de publicitate, politician etc., acel cineva ar putea pretinde ca FSM să-i facă favoruri pe care mass-media nu trebuie să poată să le accepte.

Indicatorul ia în considerație 5 criterii, și anume:

- a) Existența politicii editoriale care este cunoscută;
- b) Independența editorială;
- c) Raportarea publică a cazurilor de ingerință în politica editorială;
- d) Independența economică;
- e) Raportarea publică a cazurilor de ingerință în activitatea economică a FSM și/sau SMA.

Indicatorul 3) măsoară gradul de acces al publicului la SMA. Indicatorul este important, având în vedere, că oferta mediatică este sau trebuie să fie destinată publicului. Accesul cât mai larg al publicului la SMA poate spori audiența care, la rândul ei, atrage publicitate comercială, vitală pentru activitatea independentă a mass-mediei. Specificitatea media businessului este că mass-media produce conținuturi, dar ”vinde” audiența și cu cât mai mare este ea, cu atât mai scumpă este publicitatea.

Indicatorul ia în considerație 7 criterii de evaluare, și anume:

- a) Utilizarea posibilităților existente de difuzare/distribuție a SMA;
- b) Posibilitățile de recepționare a SMA sau de acces la el;
- c) Comoditatea recepționării SMA;
- d) Gradul de interactivitate al programelor audiovizuale;
- e) Limba/limbile de difuzare a SMA;
- f) Calitatea tehnică a sunetului/imaginii în SMA;
- g) Utilizarea posibilităților de măsurare a audienței reale.

Indicatorul 4) măsoară corespunderea programelor audiovizuale cerințelor legale. Indicatorul ia în considerație 20 de prevederi obligatorii pentru FSM prevăzute în CSMA, începând cu cerințele pentru cotele de programe locale și încheind cu asigurarea transparenței activității FSM.

Valoarea indicatorilor de monitorizare:

Fiecare indicator este însoțit de un anumit număr de afirmații. Afirmațiile, în ansamblul lor, conturează un model-standard de pluralism intern al SMA generalist, de știri sau tematic la care se raportează SMA monitorizat. Fiecărei afirmații îi este atribuită o evaluare cantitativ-calitativă care argumentează situația de fapt și permite constatarea nivelului *scăzut*, *mediu* și *înalt* al pluralismului intern.

Aplicabilitatea indicatorilor de monitorizare:

Indicatorul 1) – gradul de diversitate al programelor, are trei forme separate și distincte din motiv că măsoară diversitatea programelor audiovizuale în cadrul a trei tipuri de SMA: generalist, de știri și tematic. Pentru că cele 3 tipuri de SMA diferă unul de altul, și indicatorul este ajustat fiecărui tip.

Indicatorii 2)-4) sunt comuni pentru toate cele trei tipuri de SMA.

Evaluarea pluralismului audiovizual intern:

Evaluarea pluralismului audiovizual intern este realizată după monitorizarea SMA pe o perioadă de o săptămână. Monitorizarea trebuie să ofere posibilitatea completării în cunoștință de cauză a Tabelului de monitorizare. Tabelul reprezintă indicatorii însoțiți de afirmații. La fiecare afirmație urmează a se da un răspuns care corespunde cel mai mult realității constatate și căruia i se atribuie o descriere argumentată atât cantitativ (acolo unde este posibil), cât și calitativ.

Tabel de monitorizare

Denumirea SMA _____

Perioada de monitorizare _____ Monitor _____

Indicator	Afirmații	Descriere cantitativă/calitativă
1.1. Gradul de diversitate a programelor audiovizuale în SMA generaliste	1.1.1. Numărul buletinelor de știri este: suficient, parțial suficient, insuficient Suficient înseamnă, cel puțin, 3 buletine de știri pe zi, inclusiv în week-end și de sărbători – dimineața, la amiază și seara, inclusiv în reluare.	
	1.1.2. Diversitatea tematică a știrilor este: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă prezența și echilibrul de știri sociale, economice, politice, de cultură etc.	
	1.1.3. Diversitatea protagoniștilor este: suficientă, parțial suficientă, insuficientă.	

	Suficientă înseamnă prezența tuturor categoriilor de protagoniști relevanți și diferiți (surse de informație) care exprimă o gamă largă de opinii diferite – funcționari publici, politicieni, experți/specialiști, cetățeni de rând.	
	1.1.4. Diversitatea geografică a știrilor este: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă știri despre evenimente de interes public/general locale/regionale, naționale și internaționale, în care prevalează știrile care corespund clasificării SMA (local, regional, național).	
	1.1.5. Diversitatea tipurilor de emisiuni/programe este suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă prezența și un echilibru zilnic/săptămânal de emisiuni informative (altele decât buletinele de știri), informativ-analitice, analitice, de dezbatere, de autor, educative/cognitive, distractive/de divertisment, artistice (filme documentare și de ficțiune) etc., locale (proprie) și achiziționate.	
	1.1.6. Diversitatea tematică a emisiunilor este suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă prezența și un echilibru zilnic/săptămânal de emisiuni cu tematică socială, economică, politică, de cultură etc.	
	1.1.7. Diversitatea protagoniștilor în emisiuni este: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă prezența tuturor categoriilor de protagoniști relevanți și diferiți (surse de informație) care exprimă o gamă largă de opinii diferite – funcționari publici, politicieni, experți/specialiști, cetățeni de rând.	
	1.1.8. Diversitatea categoriilor de auditoriu-țintă este: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă că emisiunile/programele sunt adresate fie către întregul auditoriu, fie către categorii mari de auditoriu, cum ar fi copii, tineret, maturi, vârstnici, agricultori, întreprinzători, melomani, femei, bărbați etc.	
	1.1.9. Diversitatea geografică a emisiunilor este: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă emisiuni locale (proprie) realizate zilnic/săptămânal și în alte zone geografice, decât cea în care este reședința SMA, și emisiuni/programe achiziționate din 3 și mai multe țări sau de la 3 și mai mulți producători străini.	

Interpretare rezultate: analiza calitativă a fiecărei afirmații va permite evaluarea sub indicatorului și stabilirea unui risc <i>scăzut</i> , <i>mediu</i> sau <i>înalt</i> pentru pluralismul intern al SMA. Astfel, dacă SMA întrunește între 9 și 7 criterii, vorbim despre un risc <i>scăzut</i> ; între 6 și 4 criterii – riscul este <i>mediu</i> , și în cazul întrunirii între 3 criterii și un criteriu (sau niciunul) – riscul pentru pluralismul intern este <i>înalt</i> .		
1.2. Gradul de diversitate a programelor audiovizuale în SMA de știri	1.2.1. Numărul buletinelor de știri este: suficient, parțial suficient, insuficient Suficient înseamnă, cel puțin, zilnic buletine de știri la fiecare oră, în prime-time, inclusiv în week-end și de sărbători, și, după caz, buletine de știri tematice și/sau speciale.	
	1.2.2. Diversitatea tematică a știrilor este: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă prezența și echilibrul de știri sociale, economice, politice, de cultură etc.	
	1.2.3. Diversitatea protagoniștilor este: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă prezența tuturor categoriilor de protagoniști relevanți și diferiți (surse de informație) care exprimă o gamă largă de opinii diferite – funcționari publici, politicieni, experți/specialiști, cetățeni de rând.	
	1.2.4. Diversitatea geografică a știrilor este: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă știri despre evenimente de interes public/general locale/regionale, naționale și internaționale, în care prevalează știrile care corespund clasificării SMA (local, regional, național).	
	1.2.5. Diversitatea tipurilor de emisiuni de actualitate este suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă prezența și un echilibru zilnic/săptămânal de emisiuni informative (altele decât buletinele de știri), informativ-analitice, analitice, talk-show-uri, de dezbateri etc., de autor locale (proprie) și achiziționate, și, după caz, artistice (filme documentare și de ficțiune).	
	1.2.6. Diversitatea tematică a emisiunilor este suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă prezența și un echilibru zilnic/săptămânal de emisiuni de actualitate cu tematică socială, economică, politică, de cultură etc.	
	1.2.7. Diversitatea protagoniștilor în emisiuni de actualitate este: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă prezența tuturor categoriilor de protagoniști relevanți și diferiți (surse oficiale și independente de informație) care exprimă o gamă largă de opinii diferite – funcționari publici, politicieni, experți/specialiști, cetățeni de rând.	

	1.2.8. Diversitatea categoriilor de auditoriu-țintă este: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă că emisiunile de actualitate sunt adresate fie către întregul auditoriu, fie către categorii mari de auditoriu, cum ar fi copii, tineret, maturi, vârstnici, agricultori, întreprinzători, melomani, femei, bărbați etc.	
	1.2.9. Diversitatea geografică a emisiunilor de actualitate este: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă emisiuni locale (proprii) de actualitate realizate zilnic/săptămânal și în alte zone geografice, decât cea în care este reședința SMA și/sau cu protagoniști și din alte zone geografice, precum și emisiuni/programe achiziționate din 3 și mai multe țări.	
Interpretare rezultate: analiza calitativă a fiecărei afirmații va permite evaluarea sub indicatorului și stabilirea unui risc <i>scăzut</i> , <i>mediu</i> sau <i>înalt</i> pentru pluralismul intern al SMA. Astfel, dacă SMA întrunește între 9 și 7 criterii, vorbim despre un risc <i>scăzut</i> ; între 6 și 4 criterii – riscul este <i>mediu</i> , și în cazul întrunirii între 3 criterii și un criteriu (sau niciunul) – riscul pentru pluralismul intern este <i>înalt</i> .		
1.3. Gradul de diversitate a programelor audiovizuale în SMA tematic	1.3.1. Numărul buletinelor de știri, dacă-i relevant, este: suficient, parțial suficient, insuficient Suficient înseamnă că, potrivit politicii editoriale, zilnic/săptămânal există buletine de știri generale sau de știri de profil tematic, sau și generale și tematice.	
	1.3.2. Diversitatea tematică a știrilor este: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă prezența de știri sociale, economice, politice, de cultură etc., inclusiv de știri de profil tematic în buletinele de știri generale, și prezența diversității aspectelor tematice în buletinele de știri de profil tematic. Ex.: dacă profilul tematic al SMA este sănătatea, atunci aspecte tematice ar fi evenimente de promovare a modului sănătos de viață, cercetări și invenții, medicamente, medicină, învățământ de profil, statistici de profil etc., etc.	
	1.3.3. Diversitatea protagoniștilor în știri este: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă prezența în știri, indiferent că-s generale sau de profil tematic, a tuturor categoriilor de protagoniști relevanți și diferiți (surse de informație) care exprimă o gamă largă de opinii diferite – funcționari publici, politicieni, experți/specialiști, cetățeni de rând.	
	1.3.4. Diversitatea geografică a știrilor este: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă știri despre evenimente de interes general sau de interes pentru auditoriul țintă locale/regionale, naționale și internaționale, în care prevalează știrile care corespund clasificării SMA (local, regional, național) și profilului lui tematic.	

	1.3.5. Diversitatea tipurilor de emisiuni/programe este suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă prezența și un echilibru zilnic/săptămânal de emisiuni informative (altele decât buletinele de știri), informativ-analitice, analitice, de debateri, de autor, educative/cognitive, distractive/de divertisment, artistice (filme documentare și de ficțiune) etc., locale (proprie) și achiziționate, mai ales, dacă atare tipuri de emisiuni sunt prevăzute în politica editorială.	
	1.3.6. Diversitatea aspectelor tematice a emisiunilor este suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă reflectarea mai multor aspecte care derivă din profilul tematic al SMA. Ex.: dacă profilul tematic este muzical, atunci eventuale aspecte tematice – evenimente muzicale, interpreți, muzicieni, compozitori, textieri, școli de muzică, genuri de muzică etc.	
	1.3.7. Diversitatea protagoniștilor în emisiuni tematice este: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă prezența tuturor categoriilor de protagoniști relevanți și diferiți (surse de informație) care exprimă o gamă largă de opinii diferite – funcționari publici, politicieni, experți/specialiști, cetățeni de rând.	
	1.3.8. Diversitatea categoriilor de auditoriu-țintă este: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă că emisiunile/programele tematice sunt adresate fie către întregul auditoriu, fie către categorii mari de auditoriu interesate de profilul tematic al SMA.	
	1.3.9. Diversitatea geografică a emisiunilor tematice este: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă emisiuni locale (proprie) realizate zilnic/săptămânal și în alte zone geografice, decât cea în care este reședința SMA; emisiuni/programe achiziționate din 3 și mai multe țări sau de la 3 și mai mulți producători străini; emisiuni la temă despre realitățile din țară și din lume.	
Interpretare rezultate: analiza calitativă a fiecărei afirmații va permite evaluarea sub indicatorului și stabilirea unui risc <i>scăzut</i> , <i>mediu</i> sau <i>înalt</i> pentru pluralismul intern al SMA. Astfel, dacă SMA întrunește între 9 și 7 criterii, vorbim despre un risc <i>scăzut</i> ; între 6 și 4 criterii – riscul este <i>mediu</i> , și în cazul întrunirii între 3 criterii și un criteriu (sau niciunul) – riscul pentru pluralismul intern este <i>înalt</i> .		
Indicator	Afirmații	Descriere cantitativă/calitativă
2. Gradul de independență editorială și economică	2.1. Politica editorială corespunde în măsură: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă: există în formă scrisă și publicată; politica editorială cuprinde, cel puțin, misiunea, valorile, principiile, normele legale, etice și deontologice ale profesiei; politica editorială este cunoscută	

	și împărtășită de jurnaliști; SMA corespunde la modul real politicii editoriale; există o persoană responsabilă de politica editorială și, la necesitate, publicul poate să i se adreseze.	
	2.2. Independența editorială este asigurată în măsură: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă: politica editorială este stabilită de jurnaliștii redacției și controlată de persoana responsabilă desemnată; politica editorială nu-i influențată negativ de proprietarul/administratorul redacției; politica editorială nu-i influențată decisiv din exterior de niciun factor de influență (autorități, politicieni, partide, businessmeni, ONG-uri, donatori, furnizori de publicitate, agenți economici etc.).	
	2.3. Cazurile de ingerință în politica editorială sunt raportate public: întotdeauna, uneori, niciodată.	
	2.4. Independența economică este asigurată în măsură: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă: bugetul anual acoperă cheltuielile necesare pentru îndeplinirea politicii editoriale; bugetul anual în cea mai mare parte (în jur de 75%) provine din publicitate, donații, sponsorizări; co-producții și vânzări de produse ori servicii ale redacției, inclusiv abonamente; banii care provin din alte surse (proprietari/fondatori; bani publici etc.) nu influențează decisiv, nu schimbă și nu dictează politica editorială.	
	2.5. Cazurile de ingerință în activitatea economică sunt raportate public: întotdeauna, uneori, niciodată.	
Interpretare rezultate pentru indicatorul 2: analiza calitativă cumulată a afirmațiilor va permite evaluarea indicatorului și stabilirea unui risc <i>scăzut</i> , <i>mediu</i> sau <i>înalt</i> pentru pluralismul intern al SMA. Astfel, dacă analiza va demonstra, per ansamblu, un grad de independență editorială și economică suficientă a SMA, riscul pentru pluralismul intern va fi evaluat ca fiind <i>scăzut</i> ; în cazul unei independențe parțiale, riscul va fi <i>mediu</i> , iar în cazul unei independențe insuficiente se va constata un risc <i>înalt</i> .		
Indicator	Afirmații	Descriere cantitativă/calitativă
3. Gradul de acces al auditoriului țintă la programele audiovizuale	3.1. Mijloacele de difuzare/distribuție a SMA sunt utilizate în măsură: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă: prin eter/multiplex/cablu; pe site-ul oficial; pe rețele sociale sau, cel puțin, pe cele mai populare; după caz, prin DSM (lista must carry).	
	3.2. SMA poate fi recepționat/accesat în măsură: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă: radio, televizor, site-ul oficial, rețele sociale, orice dispozitiv (laptop, tabletă, telefon mobil).	

	3.3. Programele audiovizuale liniare destinate publicului țintă sunt difuzate la ore: potrivite, parțial potrivite, nepotrivite. Potrivite înseamnă: toate programele destinate unor anumite categorii de public sunt difuzate în ore, când respectivele categorii au cele mai mari șanse să le poată recepționa. Ex.: un program pentru copii difuzat când copiii sunt la ore, înseamnă program difuzat la oră nepotrivită.	
	3.4. Auditoriul are acces la servicii media neliniare în măsură: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă: un catalog al serviciilor media la cerere, ușor de accesat, clar structurat și cu condiții clare de accesare.	
	3.5. Gradul de interactivitate al programelor audiovizuale este: suficient, parțial suficient, insuficient. Suficient înseamnă: există programe interactive pentru diferite categorii de auditoriu; condițiile de interacțiune sunt cunoscute; accesul la dialog/comentarii este ușor; timp/loc pentru interacțiuni este destul; intervențiile auditoriului nu sunt lăsate fără reacția redacției.	
	3.6. Limba de difuzare a programelor audiovizuale este: conformă cadrului legal, parțial conformă, neconformă. Conformă înseamnă: toate programele sau peste 80% din programe sunt în limba română (în zonele populate compact de etnii – în limba etniei majoritare). Parțial conformă înseamnă: programele în limba română constituie aproape jumătate. Neconformă înseamnă: predomină programele în altă limbă.	
	3.7. Calitatea tehnică a programelor (liniare/nelineare) este: înaltă, acceptabilă, joasă.	
	3.8. Accesul la SMA are confirmare: suficientă, parțial suficientă, insuficientă. Suficientă înseamnă: date ale măsurătorului oficial; date ale sondajelor sociologice de profil; date care pot fi dovedite (număr de abonați; număr de accesări/reacții/comentarii/vizitatori etc.).	
Interpretare rezultate pentru indicatorul 3: analiza calitativă cumulată a afirmațiilor va permite evaluarea indicatorului și stabilirea unui risc <i>scăzut</i>, <i>mediu</i> sau <i>înalt</i> pentru pluralismul intern al SMA. Astfel, dacă analiza va demonstra, per ansamblu, un grad suficient de acces al auditoriului țintă la programele audiovizuale ale SMA, riscul pentru pluralismul intern va fi evaluat ca fiind <i>scăzut</i>; în cazul unui acces parțial, riscul va fi <i>mediu</i>, iar în cazul unui acces insuficient se va constata un risc <i>înalt</i>.		

Indicator (opțional)	Afirmații	Răspuns
4. Gradul de corespundere a programelor audiovizuale cerințelor legale	4.1. Volumul de programe locale în SMA este: suficient, insuficient. Suficient înseamnă cota egală cu sau mai mare decât cea obligatorie impusă de lege.	
	4.2. Volumul de programe în limba română este: suficient, insuficient.	
	4.3. Volumul de programe locale în primă difuzare este: suficient, insuficient.	
	4.4. Volumul operelor europene este: suficient, insuficient.	
	4.5. Informarea corectă: este asigurată, nu este asigurată.	
	4.6. Dreptul la replică: este oferit, nu este oferit.	
	4.7. Protecția minorilor: este asigurată, nu este asigurată.	
	4.8. Protecția persoanelor cu dizabilități: este asigurată, nu este asigurată.	
	4.9. Protecția spațiului audiovizual: este asigurată, nu este asigurată.	
	4.10. Egalitatea de gen: este asigurată, nu este asigurată.	
	4.11. Responsabilitățile culturale: sunt asigurate, nu sunt asigurate.	
	4.12. Accesul la evenimente de importanță majoră: este asigurat, nu este asigurat.	
	4.13. Informațiile cu privire la starea de urgență: corespund cerințelor, nu corespund cerințelor.	
	4.14. Drepturile de autor și drepturile conexe: sunt respectate, nu sunt respectate.	
	4.15. Regimul juridic al proprietății: este respectat, nu este respectat.	
	4.16. Cota de audiență: este în limitele legale; depășește limitele legale.	
	4.17. Transparența proprietății și a surselor de finanțare: este asigurată, nu este asigurată.	
	4.18. Comunicările comerciale audiovizuale: corespund legii, nu corespund legii.	
	4.19. Angajamentele conținutului licenței de emisie: sunt îndeplinite, nu sunt îndeplinite.	
	4.20. Transparența propriei activități: este asigurată, nu este asigurată. Transparență asigurată înseamnă: politica editorială e publicată; rapoartele periodice de activitate, inclusiv sursele de finanțare, sunt publicate; deciziile CA în raport cu SMA sunt publicate; numele proprietarului real este publicat; date de contact efectiv sunt publicate.	

Interpretare rezultate pentru indicatorul 4: răspunsul la cele 20 de afirmații poate fi doar „da” (respectă cerințele legale) sau „nu” (nu respectă cerințele legale), o respectare parțială echivalând cu nerespectarea legii. Prin urmare, dacă SMA respectă toate cele 20 de cerințe legale, riscul pentru pluralismul intern este unul *scăzut*, dacă respectă între 19 și 11 cerințe – riscul este *mediu* și între 10 și o cerință (sau niciuna) – riscul este *înalt*.

Obținerea datelor:

Datele sunt obținute după analiza fiecărei afirmații.

Evaluarea este relevantă pentru fiecare afirmație; pentru fiecare indicator și pentru toți indicatorii, dat fiind că indică starea atestată de lucruri pe segmente aparte și situația generală. Astfel, evaluarea indică zonele de intervenție pentru redresarea, menținerea sau dezvoltarea diversității SMA.

Interpretarea datelor:

Pentru a corespunde unui *risc scăzut* pentru pluralismul intern este necesară o evaluare generală argumentată de *risc scăzut* pentru toți indicatorii.

Pentru a corespunde unui *risc mediu* pentru pluralismul intern este necesară o evaluare generală argumentată de *risc mediu* pentru toți indicatorii.

Pentru a corespunde unui *risc înalt* pentru pluralismul intern este necesară o evaluare generală argumentată de *risc înalt* pentru toți indicatorii.

Aplicabilitatea metodologiei:

- Metodologia poate fi aplicată în egală măsură atât pentru evaluarea externă a pluralismului audiovizual intern al unui SMA, cât și pentru autoevaluare;
- Metodologia permite a determina situația vizând pluralismul audiovizual intern în general, situația în fiecare dintre domeniile acoperite de indicatori și situația în fiecare dintre segmentele acoperite de afirmații;
- Metodologia permite a trage concluzii despre părțile tari și aspectele problematice în asigurarea pluralismului audiovizual intern de către SMA monitorizat;
- Metodologia permite a formula recomandări și sugestii pentru SMA monitorizat, în funcție de rezultatele monitorizării.

Metodologia de monitorizare și evaluare a pluralismului audiovizual extern

ABREVIERI

CA – Consiliul Audiovizualului
CC – Consiliul Concurenței
CEDO – Convenția Europeană pentru Apărarea Drepturilor Omului și a Libertăților Fundamentale
CtEDO – Curtea Europeană a Drepturilor Omului
CSD – Consiliul de Supraveghere și Dezvoltare al Companiei Teleradio-Moldova
CSMA – Codul serviciilor media audiovizuale
CoE – Consiliul Europei
FSM – Furnizorii de servicii media
IP – Instituția Publică
IPTV – Internet Protocol Television
MPM – Media Pluralism Monitor
ONG – Organizație non-guvernamentală
ONU – Organizația Națiunilor Unite
OSCE – Organizația pentru Securitate și Cooperare în Europa
PIB – Produsul Intern Brut
RM – Republica Moldova
SMAV – Servicii media audiovizuale
TRM – Teleradio-Moldova
UE – Uniunea Europeană
UTA – Unitate teritorial-administrativă

STRUCTURA METODOLOGIEI

INTRODUCERE

CONTEXT ȘI ABORDARE

NOTE METODOLOGICE

DOMENIILE DE RISC SUPUSE ANALIZEI

DOMENIUL DE RISC A. PROTECȚIA FUNDAMENTALĂ

Indicatorul A1. Libertatea de informare, libertatea de exprimare și drepturile și libertățile conexe pentru mass-media audiovizuale

Indicatorul A2. Educația mediatică

Indicatorul A3. Protecția împotriva dezinformării și a discursului instigator la ură

DOMENIUL DE RISC B. PLURALITATEA PIEȚEI

Indicatorul B1. Regulament pentru asigurarea transparenței proprietății în sectorul audiovizualului

Indicatorul B2. Concentrarea proprietății în sectorul audiovizual (B2.1 Reglementarea concentrării proprietății în sectorul audiovizual și B2.2 Cunoștințe disponibile cu privire la nivelul de concentrare a proprietății/audienței pe piața SMAV)

Indicatorul B3. Viabilitatea a mass-media audiovizuale

DOMENIUL DE RISC C. INDEPENDENȚA POLITICĂ

Indicatorul C1. Controlul politic asupra mass-media audiovizuale

Indicatorul C2. Autonomia editorială

Indicatorul C3. Integritatea alegerilor (C3.1 FSM publici și alegerile, C3.2 FSM privați și alegerile și C3.3 Publicitatea electorală)

Indicatorul C4. Sprijinul de stat pentru sectorul audiovizual

Indicatorul C5. Independența FSM publici (C5.1 Independența conducerii FSM publici și C5.2 Independența finanțării FSM publici)

DOMENIUL DE RISC D. INCLUZIUNEA SOCIALĂ

Indicatorul D1. Accesul la mass-media audiovizuale pentru persoanele cu nevoi speciale (D1.1. Accesul minorităților la mass-media audiovizuale și D1.2. Accesul la mass-media audiovizuale pentru persoanele cu dizabilități)

Indicatorul D2. Accesul la mass-media audiovizuale pentru comunitățile locale/regionale (D2.1 Accesul la mass-media audiovizuale locale/regionale și D2.2 Accesul la mass-media audiovizuale comunitare)

Indicatorul D3. Accesul la mass-media audiovizuale pentru femei

Indicatorul D4. Descentralizarea sistemului național și dezvoltarea mass-media audiovizuale locale/regionale (D4.1. Nivelul de centralizare a sectorului audiovizual și D4.2. Gradul de dezvoltare a MSP-urilor locale/regionale)

Indicatorul D5. Lipsa, subreprezentarea sau dominarea anumitor tipuri de servicii media audiovizuale

ANEXE

INTRODUCERE

Pluralismul constituie o condiție fundamentală pentru existența și funcționarea unei democrații. Diversitatea instituțiilor mass-media și cea a opiniilor prezentate în conținuturile mediatice contribuie la formarea spiritului critic și analitic al consumatorului de informație.

Republica Moldova a ales calea democrației, adoptând, rând pe rând, valorile și principiile de funcționare ale acesteia. RM a aderat la mai multe organizații internaționale și aspiră la apropierea de UE. Mai mult, din 2022, RM a obținut statut de țară candidată la aderare și tinde să îmbrățișeze și să respecte valorile și standardele europene.

Prezenta metodologie de monitorizare și evaluare a pluralismului audiovizual se bazează pe „*Studiul independent al indicatorilor pentru pluralismul media în statele membre ale Uniunii Europene – o abordare bazată pe analiza de risc*”¹, publicat de Comisia Europeană în 2009 și care a avut ca scop crearea unui instrument de identificare și evaluare a amenințărilor potențiale asupra pluralismului mediatice la nivel continental.

CONTEXT ȘI ABORDARE

Există multe distincții conceptuale și abordări în măsurarea pluralismului mediatice, dar majoritatea, dacă nu toate, iau în considerare concentrarea proprietății pe piețele mass-media. Concentrarea proprietății este văzută ca una dintre cele mai mari amenințări la adresa pluralismului media, deoarece poate restrânge diversitatea vocilor și informațiilor editoriale. Această înțelegere a fost, de asemenea, folosită în Monitorul pluralismului media (MPM)[1] – un proiect care evaluează condițiile pentru pluralismul mediatice în toate statele membre UE, precum și în țările candidate. MPM, spre deosebire de multe alte încercări de a evalua acest fenomen, nu se uită doar la dimensiunea pieței. Ea consideră pluralitatea pieței ca fiind unul dintre cele patru domenii care determină condițiile pentru pluralismul mediatice într-o țară (celelalte trei domenii sunt: protecția fundamentală, independența politică și incluziunea socială).

Nu există o definiție universală general acceptabilă pentru pluralismul mediatice. Totuși, cercetătorii sunt de acord, că ea ar trebui să întrunească unele elemente obligatorii, precum: a) diversitate, varietate și pluralitate de instituții mediatice; b) sferă publică și prezența în ea a opiniilor publicului larg; c) mass-medii independente, libere și autonome; d) acces larg la gama de opinii reprezentate în sfera publică.

Potrivit documentelor CoE², noțiunea de “pluralism al mass-media” este înțeleasă în sensul unei diversități a ofertei, reflectată, de exemplu, în “existența unei pluralități a mijloacelor de comunicare în masă independente și autonome (pluralism structural în general), precum și a unei diversități a tipurilor de mijloace de comunicare în masă și a conținuturilor (puncte de vedere și opinii) propuse publicului”.

¹ Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States - Towards a Risk-Based Approach, Final Report. Leuven, July 2009.

² Recomandarea Comitetului de Miniștri al Consiliului Europei Rec(99)1 privind măsurile de promovare a pluralismului mijloacelor de comunicare în masă. Memorandum explicativ.

Codul serviciilor media audiovizuale al RM descrie pluralismul audiovizuale în felul următor: ”*pluralism audiovizual – context în domeniul audiovizualului care întrunește cumulativ următoarele caracteristici:*

- a) diversitate de furnizori de servicii media și de servicii media audiovizuale;*
- b) diversitate de programe audiovizuale în cadrul aceluiași serviciu media audiovizual;*
- c) prezența opiniilor publicului larg în serviciile media audiovizuale, în special a celor liniare;*
- d) prezența furnizorilor de servicii media liberi, autonomi, independenți economic și editorial;*
- e) accesul publicului larg la gama de opinii prezente în serviciile media audiovizuale;”.*

Pentru dimensiunea externă a pluralismului, în scopul prezentei metodologii trebuie urmărite, în particular, dar nu exhaustiv, semnificațiile de la lit. a), b), d) și e).

Adaptată la particularitățile domeniului audiovizualului din RM, metodologia își propune evaluarea riscurilor pentru pluralismul mediatic prin intermediul mai multor indicatori cantitativi și calitativi. Aceasta trebuie să funcționeze ca un radar, semnalizând riscurile și amenințările pentru domeniile identificate, dar și să ofere o imagine de moment a situației. Metodologia este un instrument neutru, concret de monitorizare, practic și flexibil, deschis pentru ajustări și actualizări.

NOTE METODOLOGICE

Domeniile de risc analizate conform prezentei metodologii sunt: protecția fundamentală (A), pluralitatea pieței (B), independența politică (C) și incluziunea socială (D). Această clasificare permite o evaluare care cuprinde diferitele componente și semnificații ale pluralismului mediatic, inclusiv a pluralismului audiovizual. Utilizatorii trebuie să fie conștienți de faptul că, fiind o evaluare bazată pe riscuri, prezenta metodologie pune un accent mai mare pe punctele slabe decât pe cele tari.

Evaluarea se face în baza unui chestionar compus din întrebări cu caracter juridic, economic și socio-politic, pentru a permite determinarea nivelului riscurilor și amenințărilor pentru pluralism, luând în considerare cadrul legal, implementarea acestuia și condițiile efective ale peisajului media. Acesta este un exercițiu de cartografiere. Întrebările sunt în marea lor majoritate deschise, cu scopul de a evalua existența garanțiilor pluralismului mediatic audiovizual extern în Republica Moldova, completate cu întrebări închise care pot ajuta părțile interesate locale să urmărească acțiunile lor de-a lungul anilor prin intermediul unor scoruri. Scorurile respective nu ar trebui să fie considerate declarații despre calitatea sectorului audiovizual din RM – în schimb, ele servesc drept semnale pentru autorii de politici și pentru comunitatea internațională cu privire la măsurile care mai trebuie luate pentru a spori protecția împotriva anumitor riscuri la adresa pluralismului mediatic extern în RM.

La efectuarea unei evaluări calitative luați în considerare notele metodologice care sunt legate de întrebările deschise din tabelul de scoruri.

Scorurile sunt determinate de răspunsul la întrebări predominant închise care sunt traduse în niveluri de la 1 la 5. Acestea pot include întrebări care analizează existența măsurilor (1 = protecția / politica / legislația este adecvată și aplicarea este adecvată, 2 = protecția / politica / legislația este adecvată, dar aplicarea este inadecvată, 3 = protecția / politica / legislația este adecvată, dar aplicarea lipsește, 4 = protecția / politica / legislația este în vigoare, dar lipsesc elementele cheie sau abordarea nu este adecvată

scopului, 5 = nu există protecție / politică / legislație) sau evaluări ale tendințelor și fenomenelor (1 = risc scăzut, 3 = risc mediu, 5 = risc ridicat). Scorurile indicatorilor reprezintă media tuturor scorurilor variabilelor (chiar și în cazul în care indicatorul este alcătuit din subindicatori: se însumează toate variabilele și se împarte la numărul total de variabile din indicator; nu se ia media scorurilor subindicatorilor) – scorurile nu pot fi transpuse în niveluri de risc; ele au doar scopul de a identifica schimbările între două perioade de evaluare. În cazul în care, în legătură cu anumite întrebări, nu s-a produs nicio schimbare între două perioade de evaluare, scorul ar trebui să rămână același (în cazul în care deficiențele anterioare ale evaluării au condus la scoruri necorespunzătoare care necesită ajustări, modificarea trebuie să fie justificată, documentată și evidențiată în mod corespunzător și scoasă în evidență pentru utilizatori, pentru a evita interpretări false ale îmbunătățirii). În general, lipsa unor date suficiente este considerată un risc și ar trebui să primească scorul "1" – în cazul în care există o justificare adecvată, examinatorul ar putea considera datele lipsă irelevante și poate elimina întrebarea respectivă din evaluare). În anumite cazuri, o întrebare poate fi considerată "neaplicabilă" (de ex., sustenabilitatea finanțării unei agenții de știri nu poate fi determinată dacă țara nu are o agenție de știri / sau calitatea apărărilor legale pentru defăimare nu poate fi evaluată dacă defăimarea este dezincriminată în țară), în acest caz întrebarea poate fi eliminată din evaluare.

Perioada de evaluare trebuie să fie clar definită. În general, aceasta se referă la un an calendaristic care se încheie fie la 31 decembrie, fie în orice zi anterioară evaluării. În scopul evaluării tendințelor economice, anul calendaristic este mai adecvat (deoarece acestea se pot baza pe evaluări ale statisticilor sau ale rapoartelor financiare care sunt legate de anii calendaristici). În cazul în care perioada de evaluare a anumitor variabile/indicatori/domenii diferă de restul evaluării, această informație trebuie să fie prezentată și justificată.

Evaluarea variabilelor: Răspunsurile la aceste întrebări ar trebui să se bazeze pe informații din cercetări recente, pe analiza documentelor și a legislației și pe interviuri cu experți care pot face o evaluare în cunoștință de cauză a sănătății sectorului audiovizual, a stării profesiei de jurnalist, precum și a calității protecției ramurii și a lucrătorilor săi. Într-o situație optimă, experții intervievați ar trebui să fie în măsură să indice deficiențele măsurilor existente și să ofere recomandări pentru acțiunile care trebuie întreprinse în vederea îmbunătățirii pluralismului extern în mass-media audiovizuală din Moldova, în conformitate cu obiectivele țării în ceea ce privește aderarea RM la UE.

Pentru majoritatea variabilelor, în special celor care necesită evaluări ale calității legilor/protecției/politicilor, sau în cazurile când urmează să fie determinate schimbările (evoluția, involuția) se ia în considerare posibilitatea realizării unor interviuri cu un șir larg de experți în domeniu (printre aceștia se pot număra reprezentanți ai asociațiilor de jurnaliști, asociații ramurale care reprezintă sectorul radio și/sau televiziune, reprezentanți ai autorităților de reglementare relevante, organizații ale societății civile / pentru drepturile omului, cadre universitare etc.). Răspunsurilor experților în interviu sunt deosebit de importante în cazul întrebărilor care necesită un mod calitativ de măsurare și/sau în cazul situațiilor în care evaluarea nu se poate baza pe date măsurabile și verificabile. Această metodă permite culegerea de date atât cantitative, cât și calitative, necesare în evaluarea riscurilor la adresa pluralismului mediatic. (Sursele recomandate în cadrul întrebărilor nu sunt exhaustive, interviurile cu experți pot fi luate în considerare în toate cazurile.)

Nu există date: Lipsa de date nu este doar un semnal de risc, ci arată și autorităților de reglementare, și autorităților publice care sunt domeniile care necesită o mai bună raportare, cercetare și statistici. Furnizați o listă de întrebări cu privire la inexistența datelor la sfârșitul chestionarului.

Pentru fiecare din cele patru domenii de risc pentru monitorizare și evaluare, conform prezentei metodologii de măsurare a pluralismului audiovizual extern, sunt luate câte 5 niveluri de risc potențiale identificate.

DOMENIILE DE RISC SUPUSE ANALIZEI

Protecția fundamentală (A)

Acest domeniu acoperă riscurile legate de cadrul juridic de funcționare a domeniului audiovizualului prin care sunt asigurate drepturile fundamentale ale omului. Sunt monitorizate și evaluate riscurile în privința protecției libertății de exprimare, a accesului la informație și a drepturilor conexe, precum și cele ce vizează independența organismelor de reglementare a domeniului audiovizualului și a domeniului concurenței. De asemenea, este cercetat riscul legat de insuficiența educației mediatice (media literacy) și de protecția insuficientă față de conținutul ilegal și dăunător.

Pluralitatea pieței (B)

Acest domeniu se referă la pluralitatea și diversitatea pieței audiovizuale. Acesta cuprinde multitudinea de producători, furnizori și distribuitori de conținuturi audiovizuale. Riscurile în acest domeniu vizează concentrarea înaltă de proprietate pe orizontală și/sau de control excesiv în domeniul SMAV (televiziunea terestră, televiziunea prin cablu și IPTV.), concentrarea înaltă de proprietate pe verticală (cross-media) și de asemenea, lipsa de transparență a structurilor de proprietate. La fel, sunt evaluate riscurile care se referă la insuficiența resurselor pentru a sprijini dezvoltarea pieței audiovizuale în general și nivelul insuficient al viabilității sectorului.

Independența politică (C)

Acest domeniu vizează amenințările care decurg din interferența politică în modul în care trebuie să funcționeze piața audiovizuală. Riscurile în acest domeniu includ părtinirea politică (inclusiv în perioadele electorale), politizarea excesivă a proprietății și/sau a controlului, independența editorială insuficientă a serviciilor media audiovizuale, în general, și a celor publice, în particular, lipsa sau ineficiența reglementărilor în oferirea de către stat a resurselor, independența insuficientă a FSM publici.

Incluziunea socială (D)

Acest domeniu se referă la accesul (atât acces pasiv, cât și activ) și la reprezentarea echitabilă în audiovizual a diverselor grupuri culturale și sociale, inclusiv a minorităților etnice, lingvistice, naționale și religioase, a persoanelor cu nevoi speciale, a comunităților locale și regionale, a femeilor. Riscurile în acest domeniu includ accesul limitat la mass-media pentru categoriile enumerate, reprezentarea insuficientă în audiovizual a comunităților și intereselor locale și regionale, nivelul înalt de centralizare a sistemului audiovizual național, insuficiența posturilor de radio și de televiziune locale și regionale, subreprezentarea sau dominația unor tipuri de servicii media.

DOMENIUL DE RISC A. PROTECȚIA FUNDAMENTALĂ

Indicatorul A1. Libertatea de informare, libertatea de exprimare și drepturile și libertățile conexe pentru mass-media audiovizuale

Descriere: Scopul acestei evaluări este de a analiza conformitatea prevederilor legislației naționale cu cele ale tratatelor internaționale/europene la care RM este parte, conformitatea prevederilor legislației naționale cu jurisprudența CtEDO, precum și existența unor contradicții în legislația națională, ce au impact asupra aplicabilității reglementărilor privind libertatea de exprimare. Este necesar să se sublinieze că garanțiile constituționale pot fi erodate de derogări și excepții de la obligațiile ce decurg din tratatele internaționale sau de legi naționale care reglementează, de exemplu, securitatea națională sau defăimarea. Scorul pentru acest indicator va arăta gradul de protejare a libertății de exprimare, ca valoare indispensabilă a democrației, la nivel legislativ. În plus, acesta urmărește să evalueze prezența și punerea efectivă în aplicare a garanțiilor de reglementare privind dreptul la informare. Evaluează conformitatea legislației naționale cu prevederile tratatelor internaționale/europene la care Republica Moldova este parte, conformitatea legislației naționale cu jurisprudența CtEDO, prezența unor contradicții în legislația națională, care au un impact asupra aplicabilității reglementărilor privind dreptul la informare.

Evaluarea calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa chestionarul.

- **Pot fi considerate legile cu privire la defăimare o problemă pentru funcționarea mass-media audiovizuale din RM? A dezincriminat Moldova defăimarea? Oferă legile privind defăimarea suficiente mijloace de apărare juridică? Se asigură hotărârile judecătorești că despăgubirile sunt proporționale cu infracțiunea de defăimare (ceea ce înseamnă că cererile în cadrul proceselor civile nu sunt abuzive și nu au un efect de descurajare asupra jurnaliștilor)?**
- **Au jurnaliștii din audiovizual acces la informații oficiale și se abțin autoritățile statului de la a ascunde în mod arbitrar informații de la jurnaliști? A semnat și ratificat R. Moldova tratatele internaționale care consacră standardele europene privind accesul la informația de interes public fără derogări semnificative (cu accent pe Convenția Consiliului Europei privind accesul la documentele oficiale - Convenția de la Tromsø)? Sunt restricțiile privind libertatea de informare din motive de protecție a vieții private, a secretului de stat, a ordinii publice și a securității naționale clar definite în conformitate cu standardele internaționale? Există mecanisme de recurs în cazul refuzului accesului la informații?**
- **Sunt sursele jurnaliștilor protejate? Este protecția surselor de informare ale jurnaliștilor recunoscută în mod explicit prin lege și/sau de către cele mai înalte instanțe de judecată din R. Moldova? Este protecția surselor de informare a jurnaliștilor aplicată în general în practică?**

Tabel de evaluare:

*						
		1	2	3	4	5
1.	<i>RM a decriminalizat defăimarea?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă defăimarea a fost decriminalizată. În timp ce defăimarea este un instrument important pentru a proteja oamenii de declarațiile false care le dăunează reputației, incriminarea acestora poate prezenta riscuri pentru libertatea de exprimare a jurnaliștilor sau pentru capacitatea acestora de a-și îndeplini muncă. Această variabilă evaluează dacă cererile din cadrul proceselor civile nu sunt abuzive și nu au un efect de descurajare asupra jurnaliștilor. Surse: Legislația națională și alte reglementări, jurisprudența.	Da, defăimarea a fost decriminalizată	Defăimarea se pedepsește cu amendă, dar nu se aplică amenzi	Defăimarea se pedepsește cu amendă	Defăimarea se pedepsește cu o amendă care este considerată mare	Defăimarea poate fi pedepsită cu închisoare
2.	<i>Legile despre defăimare prevăd suficiente căi legale de apărare?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă legile privind defăimarea prevăd suficiente apărări legale, care pot fi utilizate împotriva unei cereri de defăimare, pentru a se asigura că nu impun limitări nerezonabile libertății de exprimare. Acestea pot include: a) că declarația contestată a fost o opinie, nu o afirmație de fapt; b) că publicarea sau difuzarea faptului în litigiu a fost rezonabilă sau în interes public; c) sau că a avut loc în timpul unei transmisii în direct și/sau în fața unei instanțe sau a unui organism ales. Surse: Legislația națională și alte reglementări.	Da, legile despre defăimare prevăd suficiente apărări legale	Da, legile privind defăimarea oferă mijloace de apărare juridică, dar este loc de îmbunătățiri	Există mijloace de apărare juridică, dar acestea sunt rareori sau nu sunt luate în considerare de către instanțe	mijloace de apărare juridică există, dar nu sunt adecvate scopului lor	Nu se asigură mijloace de apărare juridică
3.	<i>Au jurnaliștii acces la informațiile din administrația publică?</i> Descriere: Prin această variabilă se urmărește a evalua ratificarea, în principal, a Convenției Consiliului Europei privind accesul la documentele oficiale (Convenția de la Tromsø). Totodată, se verifică dacă sunt rezerve/declarații semnificative în raport cu accesul la informațiile de interes public, precum și riscurile reale la adresa accesului la informațiile de interes	Da, există reglementare suficientă, iar administrația publică	Da, există reglementare, dar este nevoie de îmbunătățiri. Administrația	Da, există o reglementare, dar este nevoie de îmbunătăț	Reglementarea există, dar nu este adecvată scopului	Nu există nicio reglementare în vigoare

	public în RM. Pot exista încălcări minore ale prevederilor privind accesul la informațiile de interes public, dar dacă a existat o practică sistematică pe o perioadă de un an, de exemplu, aceasta va indica faptul că legile pot fi ineficiente. Surse: Legislația națională și alte reglementări, jurisprudența, cercetări academice în domeniu, rapoarte ale ONG-urilor	se abține, în general, de la a refuza în mod arbitrar accesul la informații	ia publică se abține, în general, de la a refuza accesul la informații în mod arbitrar	iri. Există cazuri în care administrația publică refuză accesul la informații în mod arbitrar		
4.	<i>Restricțiile la libertatea de informare din motive de protecție a vieții private, secretului de stat, ordinii publice și securității naționale sunt clar definite în conformitate cu standardele internaționale?</i> Descriere: Această variabilă urmărește să evalueze dacă restricțiile la libertatea de informare din motive de confidențialitate prevăzute în legislația națională sunt clar definite în conformitate cu standardele internaționale. Atât dreptul la libertatea de informare, inclusiv dreptul publicului de a fi informat de presă, cât și dreptul la viață privată se bucură de un grad înalt de protecție conform dreptului internațional. Deși ambele sunt drepturi ale omului, ele nu sunt deloc absolute. În ciuda interesului publicului pentru viețile anumitor persoane, diseminarea acestor informații nu ar trebui să se producă întotdeauna cu prețul invadării confidențialității acestora. Legile ar trebui să conțină o listă clar și restrâns definită de excepții sau o explicație a motivelor pentru refuzul dezvăluirii informațiilor. Variabila analizează, de asemenea, dacă există mecanisme de recurs în cazul refuzului accesului la informații. Un astfel de mecanism de recurs ar trebui să fie adresat unui organism judiciar sau, în caz contrar, unui organism independent de părțile implicate, care trebuie să își motiveze în scris deciziile. Surse: Legislația națională și alte reglementări, jurisprudența	Da, restricțiile sunt clar definite și există mecanisme eficiente de recurs (care pot fi utilizate în mod eficient de către jurnaliști)	Da, restricțiile sunt clar definite, dar mecanismele de recurs prezintă deficiențe	Există restricții, dar acestea au unele deficiențe, iar mecanismul de recurs este ineficient	X	Restricțiile nu sunt clar definite de lege
5.	<i>Protecția surselor de informații ale jurnaliștilor este recunoscută în mod explicit de lege și/sau de cele mai înalte instanțe din RM? Este protecția surselor de informare ale jurnaliștilor aplicată în general în practică?</i>	Este recunoscută și este	Este recunoscută și este	Este recunoscută, dar cu	Este recunoscută	Nu este recunoscută

Descriere: Această variabilă evaluează existența garanțiilor de reglementare pentru protecția surselor jurnalistice. Atât în jurisprudența CtEDO, cât și în Recomandarea CM al CoE (2000) 7 privind dreptul jurnaliștilor de a nu-și dezvălui sursele de informații, se recunoaște că protecția surselor de informare ale jurnaliștilor constituie o condiție de bază pentru munca jurnalistica și libertatea precum și pentru libertatea presei. Pentru a promova dezvoltarea mass-mediei libere, independente și pluraliste, este necesar ca jurnaliștii să nu aibă dreptul să-și dezvăluie sursele de informații. Variabila ar trebui să evalueze, de asemenea, punerea efectivă în aplicare a garanțiilor de reglementare pentru protecția surselor jurnalistice. Deși pot exista legi adecvate privind protecția surselor jurnalistice, este posibil ca acestea să nu fie puse în aplicare în practică. În cazul în care jurnaliștii nu pot garanta anonimatul unei surse, este posibil ca jurnaliștii să nu fie în măsură să relateze deloc. Printre dovezile de încălcări sistematice se pot număra: a) situațiile când există o serie de cazuri în care jurnaliștii au fost împuși să își dezvăluie sursele și au fost condamnați pentru că nu și-au dezvăluit sursele; b) cazurile în care statul membru nu a luat măsuri în urma unei condamnări de către CtEDO pentru utilizarea sistematică a vizitelor la domiciliu și a interceptărilor telefonice ale jurnaliștilor. Surse: Legislația națională și alte reglementări, rapoartele ONG-urilor.	absolută / sursele jurnaliștilor sunt protejate în practică	absolută, dar în unele cazuri jurnaliștii nu au putut garanta anonimatul surselor	unele limitări (de exemplu, un judecător poate cere dezvăluirea)	, dar nu este eficientă	
Total: 5 variabile					
Media scorurilor variabilelor:					

Indicatorul A2. Educația mediatică (media literacy)

Descriere: Educația mediatică este o condiție fundamentală a unui sistem media accesibil și un element de bază al pluralismului mediatic. Oamenii trebuie să stăpânească abilitățile de alfabetizare media pentru a se bucura pe deplin de drepturile fundamentale, cum ar fi libertatea de exprimare și accesul la informație. Acest indicator evaluează implementarea politicilor de educație mediatică; disponibilitatea activităților de alfabetizare media; prezența alfabetizării media în educație; formarea profesorilor în domeniul alfabetizării media; competențele digitale

Evaluarea calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare. Intrați într-o granularitate suficientă pentru a putea justifica scorurile.

- **Cum evaluați politicile publice privind educația mediatică în Moldova?** *Există o strategie cuprinzătoare? Sunt măsurile de educație mediatică considerate eficiente (care este dovada eficienței)? Ce actori sunt implicați în activitățile de educație mediatică?*
- **Cum evaluați calitatea și amploarea educației mediatice în Moldova?** *În ce măsură educația mediatică este prezentă în programa școlară? Este cursul obligatoriu? Include toate vârstele (de la clasa I la clasa a XII-a)? Este asigurată formarea profesorilor în domeniul educației mediatice? În ce măsură profesorii de educație mediatică au beneficiat de formare specializată în domeniul educației mediatice? Sunt programele și metodologiile de educație mediatică considerate adecvate? Ajung activitățile de educație mediatică la populațiile vulnerabile (inclusiv la persoanele în vârstă) și la minoritățile lingvistice (inclusiv la vorbitorii de limbă rusă)? Care este amploarea activităților de educație mediatică în cadrul educației non-formale (nu în contextul școlii)?*
- **Joacă furnizorii de servicii media audiovizuale un rol în promovarea și consolidarea educației mediatice?** *Prevede legislația un rol pentru mass-media audiovizuale în promovarea/ consolidarea educației mediatice? Sunt furnizorii de servicii media audiovizuale implicați în promovarea activităților de educație mediatică? Are mass-media audiovizuală (inclusiv mass-media de serviciu public) o politică/strategie privind educația mediatică sau un alt document care vizează consolidarea educației mediatice?*
- **Educația mediatică implică educația mediatică în domeniul știrilor?** *Sunt profesorii/educatorii din domeniul mass-media de știri familiarizați cu specificul mass-mediei audiovizuale?*
- **Există suficientă finanțare independentă pentru activitățile de educație mediatică în R. Moldova?** *Care sunt sursele? Este finanțarea transparentă?*

Tabel de evaluare:

*		1	2	3	4	5
1.	<i>Cum evaluați politicile publice privind educația mediatică în RM?</i>	Politici bine dezvoltate și implementate	Politici bine dezvoltate, există cooperare între diferite sectoare și	Politici bine dezvoltate, dar lipsește o strategie,	Politici și acțiuni conexe există, dar măsurile întreprinse	Nu există politici
	Descriere: Această variabilă evaluează politicile publice privind alfabetizarea media. Termenul „politică” include reglementarea, autoreglementarea și legile care guvernează o anumită problemă. „Educația în domeniul mass-mediei” se referă la abilități, cunoștințe și capacități de înțelegere care permit					

	cetățenilor să utilizeze mijloacele de informare în mod eficient și în condiții de siguranță. Pentru a permite cetățenilor să aibă acces la informații și să utilizeze, să evalueze în mod critic și să creeze un conținut mass-media în mod responsabil și în condiții de siguranță, aceștia trebuie să dispună de competențe avansate în domeniul mass-mediei. Educația în domeniul mass-mediei nu ar trebui să se limiteze la cunoașterea instrumentelor și a tehnologiilor, ci ar trebui să aibă ca scop înzestrarea cetățenilor cu capacități de gândire critică necesare pentru a-și folosi discernământul, pentru a analiza realități complexe și pentru a recunoaște diferența dintre opinii și fapte. (Sursa: Directiva UE 2018/1808 privind serviciile media audiovizuale, considerentul 59) În afară de instituțiile publice, o serie de actori pot contribui la activitățile de educație mediatică, ca parte a unei strategii cuprinzătoare. Activitățile de educație mediatică ar trebui să vizeze educarea utilizatorilor (de exemplu, a tinerilor, părinților și profesorilor) și pot include următoarele activități: campanii, asigurarea de finanțare, platforme de rețea, zile de informare, distribuirea de pachete de informații (de ex., despre riscurile pe care le implică prelucrarea datelor cu caracter personal prin intermediul rețelelor de informare și comunicare). Activitățile de educație mediatică pot fi desfășurate de societatea civilă, organizații, organisme publice sau private. Metoda: rapoarte publice și statistici; relatări ale societății civile sau din mass-media. interviu cu cel puțin un expert în educația mediatică din RM (a se evita interviuarea reprezentanților guvernului sau agențiilor publice, dat fiind că aceștia ar fi putut fi implicați în elaborarea sau implementarea politicilor și ar putea avea o opinie părtinitoare).	există o strategie cuprinzătoare de îmbunătățire a educației mediatice în țară. Există deja o tradiție puternică de elaborare a politicilor în acest domeniu. Politica are obiective concrete, iar măsurile existente sunt coerente și ajustate corespunzător la schimbările din societate	domenii de politică, dar amploarea și calitatea acestora prezintă unele deficiențe.	iar cooperarea între actori este limitată sau inexistentă. Activitățile de politică sunt considerate insuficiente	sunt fragmentate și nu sunt coordonate	
2.	Cum evaluați calitatea educației mediatice?					

	Descriere: Această variabilă evaluează dacă alfabetizarea media este prezentă în programa educațională, ca disciplină separată, ca disciplină transversală sau ca parte a unei alte discipline. Introducerea alfabetizării media în curriculumul învățământului obligatoriu este recomandată în Recomandarea Comisiei europene din 20 august 2009 privind alfabetizarea media în mediul digital pentru o industrie audiovizuală și de conținut mai competitivă și o societate a cunoașterii incluzivă (2009/625/CE) și face parte din furnizarea de competențe-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții, prevăzute în Recomandarea Parlamentului European și a Consiliului din 18 decembrie 2006 privind competențele-cheie pentru învățarea pe tot parcursul vieții. Variabila ar trebui să ia în considerare, de asemenea, calitatea formării medii în educația mediatică a profesorilor din școli. Educația non-formală este definită ca fiind învățarea și formarea care se desfășoară în afara instituțiilor de învățământ recunoscute. Ca regulă generală, educația formală este legată de școli și instituții de formare, iar educația non-formală are loc în cadrul grupurilor comunitare și al altor organizații, dar cele două categorii se pot suprapune uneori. Surse: rapoarte publice și statistici; relatări ale societății civile sau din mass-media	Educația mediatică este prezentă în programa școlară. Există educație mediatică atât în școli, cât și în afara școlilor (educație non-formală) și se asigură o bună formare a profesorilor	Educația mediatică face parte din programa școlară, dar pot fi identificate unele puncte slabe: Nu există educație mediatică în afara școlilor și/sau formarea profesorilor este insuficientă	În majoritate a școlilor se oferă educație mediatică, dar educația non-formală este insuficient acoperită, iar formarea profesorilor este inadecvată	Educația mediatică există în unele școli, dar numai sporadic. Aproape nu există educație mediatică în educația non-formală, formarea profesorilor lipsește sau este insuficientă	Nu există educație mediatică
	Total: 2 variabile					

Indicatorul A3. Protecția împotriva dezinformării și discursului instigator la ură

Descriere: Protecția împotriva discursurilor dăunătoare și ilegale dăunătoare (dezinformarea și discursul de ură) este esențială pentru a reduce conținutul intenționat fals sau înșelător și pentru a retrage conținutul ilegal, discursurile care ar putea cauza prejudicii unor grupuri sau persoane, cum ar fi incitarea la violență sau la ură pe baza anumitor caracteristici, inclusiv rasa, culoarea, religia sau originea etnică. Discursul dăunător și ilegal se referă la dezinformare care include toate formele de "informații false, inexacte sau înșelătoare concepute, prezentate și promovate pentru a provoca în mod intenționat un prejudiciu public sau pentru profit" (Sursa: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:52018DC0236>) și discursul instigator la ură care include „toate formele de exprimare care răspândesc, incită, promovează

sau justifică ura bazată pe intoleranță” (Hotărârea Erbakan împotriva Turciei din 6 iulie 2006, § 56). Indicatorul evaluează existența și eficiența cadrului legal pentru a contracara dezinformarea, discursul instigator la ură și incitarea la violență.

Evaluarea calitativă:

Faceți evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare. Intrați într-o granularitate suficientă pentru a putea justifica scorurile.

- **Cum evaluați impactul dezinformării în Moldova?** *Este răspândirea dezinformării o problemă în mass-media audiovizuală? Ce rol poate juca mass-media audiovizuală în combaterea dezinformării (care se răspândește în parte pe diferite canale și tipuri de media)*
- **Există inițiative de monitorizare a dezinformării și a rezistenței la dezinformare (cum ar fi încrederea în mass-media), precum și de cercetare a dezinformării în Moldova?**
- **Cum evaluați inițiativele de combatere a dezinformării în Republica Moldova?** *Există o strategie cuprinzătoare de combatere a dezinformării în Moldova care să ia în considerare și nevoile grupurilor care sunt cele mai vulnerabile la dezinformare (cum ar fi minoritățile lingvistice)? Care sunt actorii implicați în combaterea dezinformării în Moldova?*
- **Există inițiative ale societății civile (fact-checking) de combatere a dezinformării în Moldova?** *Sunt acestea suficient de finanțate și independente? Cum evaluați calitatea și amploarea activităților lor?*
- **Se acordă suficientă atenție riscurilor ca măsurile de combatere a dezinformării și a discursului de ură să limiteze în mod disproporționat libertatea de exprimare?** *Sunt introduse garanții care pot preveni suprareglementarea sau limitările nejustificate ale exprimării? Există cazuri/exemple de suprareglementare a exprimării cu justificarea de a acționa împotriva dezinformării sau a discursului de ură?*
- **Există legi sau politici care pot contracara eficient discursul instigator la ură în țara dvs.?** *Includ acestea mass-media audiovizuale? Introducele responsabilități și sarcini speciale pentru furnizorii de media audiovizuale, precum și pentru autoritățile de reglementare?*
- **Există mecanisme eficiente de raportare a discursului instigator la ură în mass-media audiovizuale?** *Sunt aceste instrumente utilizate pe scară largă? Pot fi considerate eficiente?*

Tabel de evaluare:

*		1	2	3	4	5
1.	Cum evaluați politicile publice de combatere a dezinformării în Republica Moldova?	Politicile sunt bine elaborate și există o strategie cuprinzătoare care implică și	Politicile sunt bine elaborate și există o strategie	Există politici, dar acestea nu abordează	Există politici, dar acestea nu abordează	Nu există o politică sau este ineficientă
	Descriere: Variabila urmărește să evalueze dacă există un cadru legal de combatere a dezinformării și dacă a fost eficient în eliminarea					

	dezinformării, fără a prezenta în același timp niciun risc pentru libertatea de exprimare. În contextul acestui sub-indicator, dezinformarea este definită, conform CSMA ca <i>”răspândire intenționată a informațiilor false, create pentru a dăuna unei persoane, unui grup social, unei organizații sau securității statului”</i>, în timp ce în conformitate cu definiția propusă de Comisia Europeană în raportul său Tackling online disinformation: a European Approach ca <i>„informații al căror caracter fals sau înșelător poate fi verificat, care sunt create, prezentate și diseminate pentru a obține un câștig economic sau pentru a induce publicul în eroare în mod deliberat și care pot provoca un prejudiciu public. Prejudiciul public cuprinde amenințări aduse proceselor democratice politice și de elaborare a politicilor, precum și amenințări aduse bunurilor publice precum protecția sănătății cetățenilor UE, mediul sau securitatea. Dezinformarea nu include raportarea erorilor, satira și parodia sau știrile și comentariile partizane identificate în mod clar ca atare”</i> (https://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/?uri=CELEX:52018DC0236). În această variabilă, legile și politicile sunt înțelese într-un sens larg și pot include orice tip de decizii de reglementare, inclusiv autoreglementarea. De asemenea, se urmărește să se evalueze dacă acest cadru este adaptat pentru a limita în mod eficient și nebirocratic circulația dezinformării și pentru a preveni posibilele consecințe ale dezinformării, fără a reprezenta un risc pentru libertatea de exprimare. Surse: rapoarte publice și statistici, relatări ale societății civile sau din mass-media, interviuri cu experți în dezinformare	mass-media audiovizuale. Măsurile sunt considerate eficiente	cuprinzătoare care implică și mass-media audiovizuale. Măsurile trebuie îmbunătățite	problema mass-mediei audiovizuale. Mass-media audiovizuală publică ocazional dezinformări. rămân limitate	problema mass-mediei. Mass-media audiovizuală publică adesea dezinformări	
2.	<i>Există inițiative ale societății civile (fact-checking) de combatere a dezinformării în RM?</i> Descriere: Această variabilă urmărește să evalueze dacă există unele inițiative ale societății civile și guvernamentale pentru a contracara dezinformarea și dacă acest cadru este adaptat pentru a limita eficient și nebirocratic dezinformarea, fără a prezenta vreun risc pentru libertatea de exprimare. Vă rugăm să luați în considerare independența acestor inițiative, precum și relevanța lor pentru mass-media audiovizuale.	5- Da. Există multe inițiative. Acestea sunt finanțate în mod adecvat și sunt eficiente. Da. Educația mediatică face parte din programa școlară, dar pot fi identificate unele puncte slabe: Nu există educație mediatică în afara	3 - există unele inițiative, dar finanțarea, amploarea și/sau eficacitatea trebuie îmbunătățite	1 - Nu, sau într-o măsură limitată		

	Surse: rapoarte ale societății civile	școlilor și/sau formarea profesorilor este insuficientă				
3.	<i>Există legi sau politici care pot contracara în mod eficient discursul instigator la ură în mass-media audiovizuală? Există mecanisme eficiente de raportare a discursului instigator la ură în mass-media audiovizuale?</i> Descriere: Variabila privind protecția împotriva discursului instigator la ură urmărește să evalueze dacă există un cadru de reglementare pentru a contracara discursul instigator la ură, în special în contextul mass-media audiovizuale, și dacă acesta a fost eficient în prevenirea discursului instigator la ură în mass-media audiovizuale, fără a prezenta vreun risc pentru libertatea de exprimare. În contextul acestui subindicator, discursul instigator la ură este definit ca fiind "toate tipurile de exprimare care incită, promovează, răspândesc sau justifică violența, ura sau discriminarea împotriva unei persoane sau a unui grup de persoane, sau care le denigrează pe acestea din cauza caracteristicilor personale sau a statutului lor real sau atribuit, cum ar fi "rasa", culoarea, limba, religia, naționalitatea, originea națională sau etnică, vârsta, dizabilitatea, sexul, identitatea de gen și orientarea sexuală". Surse: Legislația națională și alte reglementări, rapoarte ale ONG-urilor, interviu cu cel puțin un expert în discursuri de ură	Există o lege relevantă, există mecanisme eficiente de raportare a discursului instigator la ură în mass-media audiovizuală și legea este aplicată eficient (foarte puține cazuri, iar autoritatea de reglementare ia măsuri suficiente). În plus, măsurile privind discursul instigator la ură nu limitează în mod disproporționat libertatea de exprimare	Există o lege relevantă și un mecanism de raportare, iar legea este aplicată în mod eficient; cu toate acestea, există unele cazuri de discursuri instigatoare la ură în mass-media audiovizuale, iar posibilitățile de aplicare și/sau de raportare ar putea fi îmbunătățite	Există o lege relevantă, dar nu există un mecanism de raportare pentru mass-media audiovizuale și există unele probleme în ceea ce privește aplicarea legii. În plus, măsurile privind discursul instigator la ură nu limitează în mod disproporționat libertatea de exprimare	Există o lege, dar aplicarea ei este problematică	Nu există nicio lege sau legea este inadecvată

			În plus, măsurile privind discursul instigator la ură nu limitează în mod disproporționat libertatea de exprimare			
*	Total: 3 variabile					

DOMENIUL DE RISC B. PLURALITATEA PIETEI

Indicatorul B1. Regulament pentru asigurarea transparenței proprietății în domeniul audiovizualului

Descriere: Acest indicator urmărește să evalueze existența și implementarea garanțiilor de reglementare privind transparența proprietății în domeniul SMAV. De asemenea, urmărește să evalueze eficacitatea normelor de transparență a proprietății, care includ și proprietarii, și beneficiarii finali.

Evaluarea calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebarea de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare. Intrați într-o granularitate suficientă pentru a putea justifica scorurile.

- **Evaluați modul în care legislația națională asigură transparența proprietății!** *Ce legislație națională există care conține prevederi specifice care impun divulgarea informațiilor de proprietate în domeniul SMAV? Există obligații de raportare anuală pentru furnizorii de servicii media audiovizuale? Este cunoscută în practică proprietatea mijloacelor de informare în masă? Includ măsurile proprietarii beneficiari finali? Sunt*

accesibile informațiile relevante în mod liber pentru public? Iau mass-media măsuri pentru a informa în mod proactiv publicul cu privire la proprietate și la eventualele conflicte de interese?

Tabel de evaluare:

*	B1. Regulament pentru asigurarea transparenței proprietății în sectorul audiovizualului	Risc scăzut (1p)1	Risc mediu (2p)3	Risc înalt (3p)5
1.	<i>Legislația națională conține dispoziții specifice care impun dezvăluirea informațiilor de proprietate în domeniul SMAV?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă există reguli de transparență specifice în domeniul audiovizualului cu privire la proprietate. Cerințele de transparență specifice mass-mediei sunt definite de liniile directoare din Anexa la Recomandarea CM/Rec (2018)1. (4.4. „Cerințele privind transparența media ar trebui să fie specifice și să includă o cerință ca instituțiile media care operează în jurisdicția statului să dezvăluie informațiile de proprietate direct publicului pe site-ul lor web sau pe altă publicație și să raporteze aceste informații unui organism național independent de reglementare a mass-media sau altui alt organism desemnat, însărcinat să culeagă și să colecționeze informațiile și să le pună la dispoziția publicului”). Surse: Legislația națională și/sau experți relevanți	Dezvăluirea informațiilor este obligatorie conform legislației	Dezvăluirea informațiilor este prevăzută de legislație dar nu se aplică	Dezvăluirea informațiilor nu este prevăzută de legislație
2.	<i>Legislația națională prevede sancțiuni în cazul încălcării cerințelor de transparență pentru mass-media audiovizuală, și sunt aplicate în practică?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă există sancțiuni pentru încălcarea legislației naționale privind transparența, de exemplu pentru neraportarea sau raportarea de informații incorecte. În cazul unui răspuns afirmativ, trebuie enumerate sancțiunile. Potrivit Rezoluției 2065/2015 a APCE („Creșterea transparenței proprietății mass-media”) (1), „Autoritatea națională de presă (sau alt organism public relevant) ar trebui să aibă dreptul de a monitoriza respectarea obligațiilor de raportare. iar nerespectarea acestor obligații ar trebui să fie efectiv constatată și sancționată”. Surse: CSMA, deciziile CA, rapoarte publice, relatări ale societății civile sau din mass-media	Da, legea prevede sancțiuni și acestea sunt suficiente	Legea prevede sancțiuni, dar acestea nu sunt aplicate	Nu sunt sancțiuni

3.	<i>Legislația națională conține dispoziții care impun dezvăluirea informațiilor despre proprietarii (beneficiarii) finali ai SMAV generaliste și de știri?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă există prevederi specifice care impun dezvăluirea către public a informațiilor despre proprietarii finali ai SMAV generaliste și de știri. Evaluarea este necesară, deoarece, potrivit art. 29, alin. (1), lit. b) din CSMA se consideră că ”b) serviciile media audiovizuale liniare cu pondere semnificativă în formarea opiniei publice sunt serviciile media audiovizuale generaliste și cele de știri”. Totodată, CSMA în art. 1, definește noțiunea de ”proprietar beneficiar”. În conformitate cu cerințele de transparență stabilite în Recomandarea CM/Rec(2018)1, ”... participă efectivă se aplică persoanelor fizice care, în cele din urmă, dețin sau controlează acțiuni la o instituție mass-media sau în numele cărora sunt deținute acele acțiuni, permițându-le să exercite indirect controlul sau influența asupra funcționării și luării deciziilor strategice a instituției de presă.” (1). Beneficiar efectiv, potrivit Transparency International înseamnă „... persoana reală care în cele din urmă deține, controlează sau beneficiază de pe urma unei companii sau a unui fond fiduciar și a veniturilor pe care le generează”. Termenul este folosit pentru a contrasta cu proprietarii legali sau nominalizați ai companiilor și cu mandatarii, toți aceștia ar putea fi înregistrați proprietarii legali ai unui bun fără a deține efectiv dreptul de a se bucura de beneficiile acestuia. Structurile corporative complexe și opace înființate în diferite jurisdicții, facilitează ascunderea proprietarului efectiv, mai ales atunci când sunt nominalizați sunt utilizate în locul lor și atunci când o parte a structurii este încorporată într-o jurisdicție secretă” (a se vedea https://www.transparency.org/glossary/term/beneficial_ownership). Surse: Legislația națională și/sau experți relevanți	Dezvăluirea informațiilor este obligatorie conform legislației și este eficientă	Dezvăluirea informațiilor este prevăzută de legislație dar nu se aplică	Dezvăluirea informațiilor nu este prevăzută de legislație
4.	<i>Sunt informații suficiente și actualizate pentru a identifica proprietarii reali și finali ai SMAV, accesibile public?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă informațiile despre proprietatea în domeniul SMAV sunt transparente în practică, ceea ce înseamnă că publicul are acces la structurile reale de proprietate ale companiilor media până la nivelul lor final, indiferent de existența prevederilor specifice media. Acces public înseamnă că toate informațiile ar trebui să fie disponibile în	Da, sunt suficiente și actualizate	Sunt parțial suficiente și actualizate	Nu sunt

	format electronic deschis, fără costuri pentru public. De asemenea, trebuie de avut în vedere cea de-a 5-a directivă împotriva spălării banilor (UE 2018/843) (care se aplică și sectorului media): „Statele membre sunt obligate în prezent să se asigure că corporațiile și alte entități juridice încorporate pe teritoriul lor obțin și dețin informații adecvate, exacte și informații actuale cu privire la proprietatea efectivă a acestora”. Surse: Legislația națională și/sau experți relevanți			
5.	<i>Iau măsuri mass-media audiovizuale pentru a informa publicul despre posibilele conflicte de interese care ar putea duce la prejudecări în programele lor?</i> Descriere: Această variabilă este în concordanță cu considerentele propunerii Comisiei Europene pentru o Lege a libertății presei (1), care, la art. 6/2b include printre "Obligațiile furnizorilor de servicii media care furnizează conținut de știri și actualități" următoarele: "să asigure dezvăluirea oricărui conflict de interese real sau potențial de către orice parte care are o participație în furnizorii de servicii media și care poate afecta furnizarea de conținut de știri și actualități"	Cele mai multe instituții media semnalează conflictele de interese publicului lor prin exonerări de răspundere, anunțuri (înainte sau după reflectarea subiectelor care ar putea fi afectate de prejudecări) sau prin alte mijloace	Unele mijloace de informare în masă semnalează conflictele de interese publicului lor prin intermediul unor exonerări de răspundere, anunțuri (înainte sau după reflectarea unor subiecte care ar putea fi afectate de prejudecări) sau prin alte mijloace	Nu
*	Total: 5 variabile			

Indicatorul B2. Concentrarea proprietății în domeniul audiovizualului

Descriere: Acest indicator urmărește să evalueze existența și implementarea garanțiilor de reglementare privind transparența proprietății în domeniul SMAV. De asemenea, urmărește să evalueze eficacitatea normelor de transparență a proprietății, proprietarilor și beneficiarilor finali.

Subindicatorul B2.1. Reglementarea concentrării proprietății în domeniul audiovizualului

Evaluarea calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare. Intrați într-o granularitate suficientă pentru a putea justifica scorurile.

- **Reglementează legislația națională concentrarea mass-media audiovizuale într-o lege specifică pentru mass-media?** Există praguri sau limite specifice și sunt acestea determinate de criterii obiective (de e., numărul de licențe, cota de audiență, circulația și/sau distribuția capitalului social și/sau a drepturilor de vot, cifra de afaceri/venituri etc.)? Pot aceste criterii să prevină un nivel ridicat de concentrare a proprietății și/sau a controlului în sectorul audiovizual? Vă rugăm să evidențiați dacă reglementarea este aceeași sau diferită pentru televiziune și radio.
- **Există o instituție/autoritate (de ex., autoritatea mass-media sau autoritatea de concurență) competentă să supravegheze respectarea pragurilor și/sau a limitelor de proprietate și/sau de control specifice fuziunilor orizontale?** *Monitorizează eventualele modificări? Poate acționa din proprie inițiativă? Includ sarcinile instituției/autorității examinarea plângerilor în acest domeniu? Acordă legislația acestui organism competențe de sancționare/aplicare a legii pentru a impune remedii proporționale (comportamentale și/sau structurale) în cazul în care nu sunt respectate pragurile aplicabile și/sau alte limitări ale proprietății și sunt acestea eficiente?*
- **Concentrarea încrucișată (incluzând toate sectoarele media: televiziune audiovizuală, radiodifuziune sonoră, presă scrisă și online): Reglementează legislația națională concentrarea mijloacelor de comunicare audiovizuale într-o lege specifică mijloacelor de comunicare?** *Există praguri sau limite specifice și sunt acestea determinate de criterii obiective (de exemplu, numărul de licențe, cota de audiență, circulația și/sau distribuția capitalului social și/sau a drepturilor de vot, cifra de afaceri/venituri etc.)? Pot aceste criterii să prevină un nivel ridicat de concentrare a proprietății și/sau a controlului în mass-media?*
- **Concentrarea încrucișată (incluzând toate sectoarele media: televiziune audiovizuală, radiodifuziune sonoră, presă scrisă și online): Există o instituție/autoritate (de exemplu, autoritatea media sau autoritatea în domeniul concurenței) competentă să supravegheze respectarea pragurilor și/sau limitelor și/sau limitelor de proprietate și/sau de control în cazul concentrărilor încrucișate?** *Monitorizează eventualele modificări? Poate acționa din proprie inițiativă? Includ sarcinile instituției/autorității examinarea plângerilor în acest domeniu? Acordă legislația acestui organism competențe de sancționare/aplicare a legii pentru a impune remedii proporționale (comportamentale și/sau structurale) în cazul în care nu sunt respectate pragurile aplicabile și/sau alte limitări ale proprietății și sunt acestea eficiente?*

Tabel de evaluare:

*	B2.1. Reglementarea concentrării proprietății în domeniul audiovizualului	1	3	5
1.	<i>Legislația națională conține praguri sau limite specifice, determinate în baza unor criterii obiective (după caz, numărul de licențe, cota de audiență, circulația și/sau distribuția capitalului social și/sau a drepturilor de vot,</i>	<i>Există reglementări concrete care țin cont de caracteristicile</i>	<i>Există reglementări generale ce se referă la acest sector</i>	<i>Nu există reglementări</i>

	cifra de afaceri/veniturile etc.), pentru a preveni un nivel înalt de concentrare a proprietății și/sau de control în domeniul audiovizualului? Descriere: Această variabilă evaluează existența unor garanții de reglementare (specifice sectorului) împotriva unui grad ridicat de concentrare a proprietății în sectorul serviciilor de televiziune și în cel al serviciilor de radiodifuziune sonoră. Surse: Legislația națională și analiza reglementărilor	specifice acestui sector		
2.	<i>Există o instituție/autoritate (de exemplu, de mass-media sau de concurență) competentă să supravegheze respectarea pragurilor și/sau limitelor specifice concentrării orizontale a proprietății și/sau de control, inclusiv să examineze reclamațiile în domeniu?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă legea instituie un sistem de monitorizare pentru reglementarea concentrării orizontale în sectorul audiovizual Surse: Legislația națională și analiza reglementărilor	Da, există o autoritate competentă să supravegheze respectarea pragurilor și să examineze reclamațiile	Există o autoritate competentă să supravegheze respectarea pragurilor dar nu și să examineze reclamațiile	Nu există o asemenea autoritate
3.	<i>Legislația acordă acestui organism competențe de sancționare/execuție pentru a impune remedii proporționale (comportamentale și/sau structurale) în cazul în care pragurile aplicabile și/sau alte limitări de proprietate nu sunt respectate și sunt acestea eficiente?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă legea stabilește un sistem de sancțiuni pentru a aborda concentrarea orizontală a proprietății în domeniul audiovizualului și implementarea eficientă a remediilor specifice sectorului. Exemple de sancțiuni includ: refuzul de a acorda licențe suplimentare; blocarea unei fuziuni sau achiziții; obligația de a renunța la licențe etc. Surse: Legislația națională și/sau experți relevanți	Da și sunt eficiente	Da, dar nu sunt eficiente	Nu are
4.	<i>Conține legislația națională praguri specifice sau limite determinate de criterii obiective pentru a preveni un nivel ridicat de proprietate mixtă?</i> Descriere: Această variabilă evaluează prezența unor măsuri de protecție de reglementare împotriva unui grad ridicat de proprietate mixtă pe piața media. Surse: Legislația națională și alte reglementări	Există reglementări concrete care țin cont de caracteristicile specifice ale domeniului în cauză	Există reglementări generale care acoperă acest domeniu	Nu există reglementări

5.	<i>Există o instituție/autoritate (de ex., o autoritate în domeniul mass-media sau al concurenței) competentă să supravegheze respectarea pragurilor și/sau limitelor specifice pentru proprietatea încrucișată (verticală) pe piața mass-media?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă legea stabilește un sistem de monitorizare pentru a reglementa concentrarea verticală pe piața media. Surse: Legislația națională și alte reglementări	Da, există o autoritate competentă care să supravegheze respectarea pragurilor și să examineze plângerile	Există o autoritate competentă pentru a supraveghea respectarea pragurilor, dar nu și pentru a examina plângerile	Nu există o astfel de autoritate
6.	<i>Acordă legislația acestui organism competențe de sancționare/aplicare a legii pentru a impune remedii proporționale (comportamentale și/sau structurale) în cazul în care nu sunt respectate pragurile aplicabile și/sau alte limitări ale proprietății și sunt acestea eficiente?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă legea stabilește un sistem de sancțiuni pentru a aborda concentrarea verticală a proprietății pe piața media și punerea efectivă în aplicare a măsurilor corective specifice sectorului. Surse: Legislația națională și/sau experți relevanți	Da, și sunt eficiente	Da, dar nu sunt eficiente	Nu
Total: 6 variabile				

Subindicatorul B2.2. Cunoștințe disponibile despre nivelul de concentrare a proprietății/audienței pe piața SMAV

Descriere: Acest indicator evaluează concentrarea în producția de conținuturi media, măsurată prin cota de piață și cota de audiență. Riscurile la adresa pluralității pieței pot apărea din concentrarea proprietății în domeniul SMAV. Prin urmare, în cadrul acestui indicator sunt evaluate concentrarea orizontală și cea încrucișată (verticală). Evaluarea este necesară întrucât concentrarea excesivă de proprietate în acest sector al pieței mediatice pune în pericol pluralismul și diversitatea și duce la uniformizarea conținutului media.

Evaluare calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare.

• **Care este nivelul de concentrare a proprietății pe piața SMAV de televiziune?** *Identificați primii 4 proprietari și cota acestora. Descrieți procesul (și ușurința) de accesare a informațiilor relevante.*

- **Care este nivelul de concentrare a audienței pe piața SMAV de televiziune?** *Identificați primii 4 proprietari și cota de piață a acestora. Descrieți procesul (și ușurința) de accesare a informațiilor relevante.*
- **Care este nivelul de concentrare a proprietății pe piața SMAV de radiodifuziune sonoră?** *Identificați primii 4 proprietari și cota lor. Descrieți procesul de accesare a informațiilor relevante.*
- **Care este nivelul de concentrare a audienței pe piața SMAV de radiodifuziune sonoră?** *Identificați primii 4 proprietari și cota lor. Descrieți procesul de accesare a informațiilor relevante*
- **Care este nivelul de concentrare a proprietății în cablu și IPTV?** *Identificați primii 4 proprietari și cota lor. Descrieți procesul (și ușurința) de accesare a informațiilor relevante.*
- **Evaluați dacă cei mai mari 10 proprietari de pe piața audiovizuală din Moldova au interese semnificative în alte sectoare ale pieței.** *Suntem interesați în special de proprietatea companiilor care activează în sectoare care pot exercita presiuni economice asupra activelor proprietarilor mass media de știri, fie prin stimularea promovării ascunse a produselor, fie prin afectarea acoperirii anumitor evoluții politice în speranța unei reglementări favorabile sau a unor contracte publice.*
- **Care este nivelul de concentrare încrucișată a proprietății (audiovizual, presă scrisă, online) pe piața media?** *Descrieți procesul (și ușurința) de accesare a informațiilor relevante.*
- **Care este nivelul de influență al concentrării încrucișate a proprietății media asupra publicului din Moldova?** *Există actori relevanți cu o prezență semnificativă pe mai multe piețe? Descrieți procesul (și ușurința) de accesare a informațiilor relevante.*

Tabel de evaluare:

*	B2.2. Cunoștințe disponibile despre nivelul de concentrare a proprietății/audienței pe piața SMAV	Scara de evaluare		
		1	3	5
1.	Există suficiente informații pentru a evalua nivelul de concentrare a proprietății pe piața SMAV de televiziune? Descriere: Această variabilă analizează concentrarea proprietății în sectorul media audiovizual (serviciile de televiziune). Măsurarea trebuie să includă toate veniturile, atât din moștenire, cât și din activități online (publicitate, finanțare publică, abonamente etc.). Evaluarea vizează SMAV generaliste și de știri, care, conform art. 29 alin. (1) lit. b) din CSMA, sunt considerate cu ”pondere semnificativă în formarea opiniei publice”	Da, informații suficiente bazate pe o raportare transparentă din partea companiilor	Informații parțiale care pot oferi o imagine aproximativă pentru evaluare.	Informații insuficiente pentru a determina cotele de piață.
2.	Există informații suficiente pentru a evalua nivelul de concentrare a audienței pe piața SMAV de televiziune?		Există servicii de măsurare a audienței,	Nu există măsurare a

	Descriere: Această variabilă analizează concentrarea audienței în sectorul media audiovizual (serviciile de televiziune). Evaluarea vizează SMAV generaliste și de știri, care, conform art. 29 alin. (1) lit. b) din CSMA, sunt considerate cu ”pondere semnificativă în formarea opiniei publice”	Serviciile de măsurare a audienței există și sunt fiabile	dar există unele îndoieli cu privire la fiabilitatea acestora	audienței sau există îndoieli serioase cu privire la fiabilitate
3.	<i>Există suficiente informații disponibile pentru a evalua concentrarea proprietății pe piața SMAV de radiodifuziune sonoră?</i> Descriere: Această variabilă analizează concentrarea proprietății în sectorul media audiovizual (serviciile de radiodifuziune). Măsurarea trebuie să includă toate veniturile, atât din moștenire, cât și din activități online (publicitate, finanțare publică, abonamente etc.). Evaluarea vizează SMAV generaliste și de știri, care, conform art. 29 alin. (1) lit. b) din CSMA, sunt considerate cu ”pondere semnificativă în formarea opiniei publice”	Da, informații suficiente bazate pe o raportare transparentă din partea companiilor	Informații parțiale care pot oferi o imagine aproximativă pentru evaluare	Informații insuficiente pentru a determina cotele de piață
4.	<i>Există informații suficiente pentru a evalua concentrarea audienței pe piața SMAV de radiodifuziune sonoră?</i> Descriere: Această variabilă analizează concentrarea audienței în sectorul media audiovizual (serviciile de radiodifuziune sonoră). Evaluarea vizează SMAV generaliste și de știri, care, conform art. 29 alin. (1) lit. b) din CSMA, sunt considerate cu ”pondere semnificativă în formarea opiniei publice”	Serviciile de măsurare a audienței există și sunt fiabile	Există servicii de măsurare a audienței, dar există unele îndoieli cu privire la fiabilitatea acestora	Nu există măsurare a audienței sau există îndoieli serioase cu privire la fiabilitate
5.	<i>Care este nivelul de concentrare a proprietății în cablu și IPTV?</i> Descriere: Această variabilă evaluează concentrarea proprietății în sectorul media audiovizual (cablu și IPTV). Măsurarea trebuie să includă toate veniturile, atât din moștenire, cât și din activități online (publicitate, finanțare publică, abonamente etc.)	Da, informații suficiente bazate pe o raportare transparentă din partea companiilor	Informații parțiale care pot oferi o aproximare	Informații insuficiente pentru a determina cotele de piață
6.	<i>Există informații suficiente pentru a evalua nivelul de concentrare încrucișată a proprietății pe piața mass-media?</i> Descriere: Această variabilă evaluează concentrarea încrucișată (verticală) a proprietății pe piața națională examinată, definită ca suma celor patru sectoare luate separat în „concentrarea orizontală”. În cadrul evaluării trebuie luate în calcul veniturile totale	Da, informații suficiente bazate pe o raportare transparentă din partea companiilor	Informații parțiale care pot oferi o aproximare	Informații insuficiente pentru a determina cotele de piață

	Metoda: Top 8. Evaluarea se face prin însumarea cotelor de piață ale primilor opt proprietari în ansamblul celor patru sectoare analizate			
	Total: 6 variabile			

Indicatorul B34. Viabilitatea mass-mediei audiovizuale

Descriere: Acest indicator își propune să evalueze sustenabilitatea producției de știri, ca o condiție prealabilă pentru diversitatea și pluralismul mediatic. Indicatorul măsoară riscurile legate de lipsa resurselor economice suficiente pentru finanțarea jurnalismului, evaluând tendințele pieței audiovizuale și nivelul potențial al sprijinului public.

Metoda de măsurare: Evaluare în bază de chestionar

Aceste întrebări sunt pentru a evalua sănătatea pieței media audiovizuale. Atunci când evaluați modificările veniturilor, luați în considerare creșterea PIB-ului și inflația (de ex., o inflație ridicată ar putea însemna că, în termeni reali, veniturile în creștere sunt încă insuficiente pentru ca mass-media să continue să funcționeze ca înainte).

În cazul în care răspunsul la o întrebare de mai jos nu poate fi evaluat pe baza unor date fiabile, codificați întrebarea respectivă ca fiind cu risc ridicat și fără date. În plus, furnizați o evaluare a calității datelor disponibile și identificați nevoile de date.

- Există suficiente informații cu privire la toate tipurile de venituri în sectorul televiziunii audiovizuale naționale și locale?
- Există suficiente informații privind audiențele și cotele de audiență în sectorul televiziunii audiovizuale locale și naționale? Ce tendințe pot fi identificate?
- Există date fiabile și dezagregate privind cheltuielile de publicitate pentru sectoarele național și local al televiziunii audiovizuale?
- Există suficiente informații cu privire la toate tipurile de venituri în sectorul audiovizualului național și local de radiodifuziune audiovizuală?
- Există suficiente informații privind audiențele și cotele de audiență în sectorul audiovizualului local și național? Ce tendințe pot fi identificate?
- Există date fiabile și dezagregate privind cheltuielile de publicitate pentru sectoarele radiodifuziune sonoră național și local?
- Dezvoltă serviciile de știri audiovizuale și serviciile generaliste alte surse de venituri decât cele tradiționale?
- Se adaptează serviciile de știri audiovizuale și serviciile generaliste la cerințele mediului online? Descrieți tendința.
- Sunt necesare subvenții publice pentru a susține piața media audiovizuală? (Colecțați opiniile experților!)

Tabel de evaluare:

*	B4.1. Viabilitatea mass-mediei audiovizuale	Risc scăzut (1p)	Risc mediu (2p)	Risc înalt (3p)
1.	<i>Au crescut sau au scăzut veniturile sectorului audiovizual (televiziune) la nivel național în ultimul an?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă sectorul audiovizual (TV) este viabil, încurajând astfel intrarea pe piață. În considerare sunt luate toate veniturile (publicitate, venituri din televiziunea cu plată, venituri ale consumatorilor la cerere, finanțare de la stat etc.). Rezultatele industriei sunt evaluate și în raport cu tendințele PIB-ului din aceeași perioadă. Surse: rapoarte publice și statistice oficiale, relatări din societatea civilă și mass-media	Au crescut	S-au menținut la nivel	Au scăzut
2.	<i>Au crescut sau au scăzut veniturile sectorului audiovizual (radio) la nivel național în ultimul an?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă sectorul audiovizual (radio) este viabil, încurajând astfel intrarea pe piață. În considerare sunt luate toate veniturile (publicitate, venituri din televiziunea cu plată, venituri ale consumatorilor la cerere, finanțare de la stat etc.). Rezultatele industriei sunt evaluate și în raport cu tendințele PIB-ului din aceeași perioadă. Surse: rapoarte publice și statistice oficiale, relatări din societatea civilă și mass-media	Au crescut	S-au menținut la nivel	Au scăzut
3.	<i>Au crescut sau au scăzut veniturile sectorului audiovizual local (Tv și radio) în ultimul an?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă sectorul audiovizual local este viabil, încurajând astfel intrarea pe piață. În considerare sunt luate toate veniturile (publicitate, venituri din televiziunea cu plată, venituri ale consumatorilor la cerere, finanțare de la stat etc.). Rezultatele industriei sunt evaluate și în raport cu tendințele PIB-ului din aceeași perioadă. Surse: rapoarte publice și statistice oficiale, relatări din societatea civilă și mass-media	Au crescut	S-au menținut la nivel	Au scăzut
4.	<i>Au crescut sau au scăzut veniturile sectorului audiovizual pe segmentul serviciilor generaliste și de știri (Tv și radio) în ultimul an?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă sectorul audiovizual pe segmentul serviciilor generaliste și de știri este viabil, încurajând astfel intrarea pe piață. În considerare sunt luate toate veniturile (publicitate, venituri din televiziunea cu plată,	Au crescut	S-au menținut la nivel	Au scăzut

	venituri ale consumatorilor la cerere, finanțare de la stat etc.). Rezultatele industriei sunt evaluate și în raport cu tendințele PIB-ului din aceeași perioadă. Surse: rapoarte publice și statistice oficiale, relatări din societatea civilă și mass-media					
5.	<i>Cheltuielile pentru publicitatea totală (online și offline) în sectorul audiovizual pe segmentul serviciilor generaliste și de știri au crescut sau au scăzut în ultimul an?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă piața totală de publicitate este viabilă, încurajând astfel intrarea pe piață. În considerare se iau atât piața tradițională de publicitate (offline), cât și cheltuielile de publicitate online. În considerare nu se iau veniturile din publicitate care merg către intermediari și către platformele digitale. Surse: rapoarte publice și statistice oficiale, relatări din societatea civilă și mass-media	Au crescut	S-au menținut la nivel	Au scăzut		
6.	<i>Serviciile generaliste și de știri din sectorul audiovizual dezvoltă surse de venit, altele decât fluxurile tradiționale de venituri?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă serviciile generaliste și de știri din sectorul audiovizual abordează provocările generate de noul mediu digital prin dezvoltarea de inițiative care ar asigura accesul la surse alternative de venit, nu bazate pe publicitate. Dacă da, acesta este un indiciu că organizațiile media încearcă să găsească modele de afaceri viabile. Surse: rapoarte publice și statistice oficiale, relatări din societatea civilă și mass-media	Există multe inițiative care vizează dezvoltarea surselor alternative de venituri	Există un număr limitat de inițiative care vizează dezvoltarea surselor alternative de venit	Există un număr foarte limitat de inițiative sau deloc inițiative care vizează dezvoltarea surselor alternative de venit		
7.	<i>Se adaptează serviciile de știri audiovizuale și serviciile generaliste la cerințele mediului online?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă serviciile generaliste și de știri din sectorul audiovizual răspund provocărilor noului mediu digital prin dezvoltarea de programe care să se adreseze acelor segmente ale societății (în special celor mai tinere) care accesează din ce în ce mai mult conținutul online. Surse: Cartografierea ofertelor de programe, interviuri	1 - Da, toți marii furnizori de servicii audiovizuale au programe online care iau în consider	2 - Aproape toți marii furnizori de servicii audiovizuale au programe online,	3 - În cele mai multe cazuri, da, dar programele și formatele nu sunt concepute pentru mediul online.	4- foarte puține	5 - Nu

		are particula ritățile mediului online (cu programe destinate publicului online)	dintre care unele sunt destinate în mod special publicului online			
*	Total: 6 sub-indicatori					

DOMENIUL DE RISC C. INDEPENDENȚA POLITICĂ

Indicatorul C1. Controlul politic asupra mass-mediei audiovizuale

Descriere: Acest indicator evaluează existența și implementarea efectivă a garanțiilor de reglementare împotriva controlului guvernului și politicienilor asupra mass-mediei audiovizuale

Evaluare calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare. Intrați într-o granularitate suficientă pentru a putea justifica scorurile.

- *Este reglementat în mod eficient conflictul de interese dintre proprietarii de instituții audiovizuale și partidele aflate la putere, grupurile partizane sau politicienii? Este conflictul de interese prevenit în practică?*
- *Este pusă în aplicare în mod eficient legislația care conține limitări privind controlul direct și indirect al mass-media audiovizuale de către partide, grupuri partizane sau politicieni?*

• **Există un control politic asupra televiziunii?** Cum apreciați prezența controlului politic asupra mass-media audiovizuale (televiziune)? Poate fi considerată o problemă sistemică (cu impact asupra mai multor proprietari, inclusiv asupra primilor 4 în ceea ce privește audiența și/sau cota de piață)? Este controlul direct sau indirect?

Tabel de evaluare:

*	1	2	3	4	5
1. <i>Conflictul de interese dintre proprietarii de instituții audiovizuale și partidele de guvernământ, grupuri partizane sau politicieni este reglementat eficient?</i> Descriere: Această variabilă evaluează existența unor garanții de reglementare care să prevadă că deținerea funcțiilor guvernamentale este incompatibilă cu proprietatea mass-media sau care interzic proprietarilor mass-media să ocupe funcții guvernamentale. De asemenea, acesta ia în considerare riscul de conflict de interese evaluat în practică. Scopul este de a analiza dacă există cazuri de conflict între proprietatea mass-media și ocuparea unor funcții guvernamentale, la toate nivelurile – de la cel local la cel național. Surse: Legislația națională, rapoarte publice, relatări ale societății civile sau din mass-media și/sau experți relevanți	Da, există garanții de reglementare adecvate și implementate eficient pentru a preveni conflictele de interese în sector	Există garanții de reglementare adecvate și, în majoritatea cazurilor, puse în aplicare în mod eficient pentru a preveni conflictele de interese în acest sector. Cu toate acestea, există încă unele cazuri de	Există unele garanții de reglementare, care sunt adecvate pentru sectorul audiovizualului, dar acestea nu sunt puse în aplicare în mod eficient	Există unele garanții de reglementare, dar acestea nu sunt adecvate pentru sectorul audiovizual	Nu există măsuri de reglementare pentru a preveni conflictele de interese în sectorul audiovizual. Conflictele de interese sunt frecvente/

			neconfor mare			
2.	<i>Este pusă în aplicare în mod eficient legislația care conține limitări privind controlul direct și indirect al mass-media audiovizuale de către partide, grupuri partizane sau politicieni?</i>	Da, există o lege adecvată care este pusă în aplicare în mod eficient. În țară nu există nici un control direct sau indirect din partea unui partid, a unui grup partizan sau a unui politician	Da, există o lege adecvată care este pusă în aplicare în mod eficient. Cu toate acestea, există unele semne de control indirect din partea unui partid, a unui grup partizan sau a unui politician din țară	Există o lege adecvată, dar aceasta nu este aplicată în mod corespunzător. Există încă cazuri de control direct sau indirect	Există unele prevederi, dar acestea nu sunt adecvate pentru sectorul audiovizual	Nu există nicio lege care să reglementeze o astfel de chestiune
	Descriere: Această variabilă evaluează dacă legislația (CSMA, Legea concurenței sau Legea societăților comerciale) conține măsuri de protecție împotriva controlului excesiv al mijloacelor audiovizuale de către politicieni. În acest context, controlul trebuie înțeles ca fiind mai larg decât proprietatea și include atât proprietatea directă, cât și controlul indirect. În sensul prezentei metodologii, controlul indirect înseamnă că un partid, un grup de partide sau politicieni nu sunt implicați direct în structura de proprietate, ci folosesc intermediari (de exemplu, membri ai familiei). Luați în considerare, de asemenea, controlul indirect (proprietate, captură mediatică) atunci când proprietatea este greu de determinat în mod clar. Surse: rapoarte publice, relatări ale societății civile sau din mass-media, interviuri cu experții					
	Total: 2 variabile					

Indicatorul C2. Autonomia editorială

Descriere: Acest indicator evaluează existența măsurilor de reglementare și de autoreglementare care garantează absența interferenței în deciziile editoriale și de conținuturi.

Evaluare calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare. Intrați într-o granularitate suficientă pentru a putea justifica scorurile.

• **Există garanții de reglementare sau de autoreglementare, inclusiv organisme interne sau instrumente de autoreglementare, care urmăresc să garanteze că deciziile privind numirile și demiterile redactorilor-șefi nu sunt influențate de interese politice sau comerciale? Cum evaluați această practică? Există rapoarte cu privire la interferențele politice și/sau economice în acest domeniu?**

• **Există mecanisme de protecție a jurnaliștilor împotriva intervențiilor arbitrare din partea proprietarilor sau a conducerii (inclusiv în situațiile în care se schimbă proprietatea și/sau linia editorială) și sunt acestea puse în aplicare în mod eficient?** *Protecția poate însemna plăți compensatorii și sisteme de protecție socială în cazul în care un jurnalist decide să demisioneze ca urmare a unor schimbări semnificative în linia editorială (folosind așa-numita "clauză de conștiință"), precum și protecție împotriva concedierilor arbitrare sau a acțiunilor disciplinare în cazul în care jurnaliștii refuză misiuni pe care le consideră contrare standardelor profesionale. Recomandarea 2022/1634 a Comisiei din 16 septembrie 2022 se referă, de asemenea, la existența unor mecanisme de denunțare în interiorul redacției ("proceduri de semnalare a oricărei presiuni la care ar putea fi expuși; acestea ar putea oferi opțiuni pentru semnalarea anonimă sau confidențială a cazurilor de presiune"), precum și "un drept de opoziție care să permită membrilor redacției să refuze să semneze articole sau alte conținuturi editoriale care au fost modificate fără știrea sau împotriva voinței lor".*

• **Există legi (și, eventual, autoreglementare) care să stipuleze că publicitatea trebuie să fie clar etichetată și identificabilă și care să interzică reportajele publicitare sau alte forme de publicitate mascată? Sunt acestea puse în aplicare în mod eficient?**

• **Există legi sau măsuri de autoreglementare care impun o separare clară între activitățile/produsele comerciale și cele editoriale?** *Prevede legislația independența editorială față de interesele economice și/sau politice? Impune legislația etichetarea clară a publicității (și interzice publicitatea deghizată)? Solicită codurile interne și instrumentele de autoreglementare o separare clară a activităților comerciale de cele editoriale (inclusiv prevederi conform cărora jurnaliștii nu ar trebui să fie implicați în promovarea de produse sau în producerea de conținut care poate fi considerat publicitate)? Sunt aceste măsuri puse în aplicare în mod eficient?*

Tabel de evaluare:

*	C2.1. Autonomia editorială	1	2	3	4	5
1.	<i>Există reglementări care garantează autonomia la numirea și revocarea din funcție a redactorului-șef?</i> Descriere: Această variabilă evaluează existența unor garanții de reglementare (de e., lege, statut) care împiedică influența politică și comercială asupra numirilor și demiterilor redactorilor-șefi care ar putea afecta autonomia editorială. Surse: Legislația națională, rapoarte publice, relatări ale societății civile sau din mass-media și/sau experți relevanți	Da, există garanții de reglementare care sunt adecvate și puse în aplicare în mod eficient pentru a preveni conflictele de interese în acest sector	Există garanții de reglementare care sunt adecvate și, în majoritatea cazurilor, puse în aplicare în mod eficient pentru a preveni conflictele de interese în acest sector. Cu toate acestea, există încă unele cazuri de neconformare	Există unele garanții de reglementare, care sunt adecvate pentru sectorul audiovizual, dar acestea nu sunt puse în aplicare în mod eficient	Există unele garanții de reglementare, dar acestea nu sunt adecvate pentru sectorul audiovizual	Nu există măsuri de reglementare pentru a preveni conflictele de interese în sectorul audiovizual. Conflictele de interese sunt frecvente/
2.	<i>Măsurile de autoreglementare care prevăd independența editorială față de ingerința politică în SMAV generaliste și de știri sunt implementate în mod eficient?</i>	Da, există măsuri de autoregle	Da, există măsuri de autoregle	Există măsuri de autoreglem	Există măsuri de autoreglement	Nu există măsuri de autoregle

	Descriere: Măsurile de autoreglementare” sunt definite ca, de exemplu, codurile jurnalistice, codurile de etică. Evaluati, de asemenea, dacă instrumentele de autoreglementare care garantează independența editorială sunt puse în practică în mod eficient - ceea ce înseamnă că influența comercială și politică nu poate fi considerată o problemă. Surse: rapoarte publice, relatări ale societății civile sau din mass-media, interviu cu experți	mentare bine concepute și eficiente, și acestea sunt respectate de toate instituțiile relevante	mentare bine concepute și eficiente, dar există cazuri în care acestea nu sunt respectate de unele instituții	entare, care sunt acceptate și respectate de jurnaliștii din domeniul audiovizualului, dar acestea nu acoperă în mod corespunzător interferențele politice sau comerciale	are în vigoare sau, dar acestea nu acoperă interferențele politice și comerciale	mentare sau, dacă există, acestea nu sunt în general implementate eficient
3.	<i>Există legi (și, eventual, autoreglementare) care să stipuleze că publicitatea trebuie să fie clar etichetată și identificabilă, precum și care să interzică reportajele publicitare sau alte forme de publicitate mascată? Sunt acestea puse în aplicare în mod eficient?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă există măsuri care vizează garantarea integrității editoriale și, mai exact, dacă "conținutul editorial este separat și se poate distinge clar de conținutul publicitar și promoțional" [Recomandarea (UE) 2022/1634 a Comisiei, art. 7/d). (1) Surse: rapoarte publice, rapoarte ale societății civile sau din mass-media, interviuri cu experți	Da, există reglementare, dar publicitatea deghizată nu este frecventă. În rarele cazuri în care apare, agențiile relevante iau măsuri	Da, există reglementare, publicitatea deghizată nu este frecventă, agențiile relevante iau măsuri, dar există încă unele zone gri,	Reglementare există și abordează problema în mod adecvat, dar nu este pusă în aplicare în mod corespunzător	Reglementare există și subiectul este abordat, dar nu este adecvat scopului său	Nu există legi

		cum ar fi sponsorizată și publicitatea nativă, care reprezintă o provocare			
*	Total: 3 variabile				

Indicatorul C3. Integritatea alegerilor

Subindicatorul C3.1. FSM publici și alegerile

Descriere: Acest indicator evaluează existența măsurilor de reglementare și de autoreglementare care garantează reflectarea echilibrată, echitabilă și imparțială a campaniilor electorale în SMAV ale FSM publici.

Evaluare calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare. Intrați într-o granularitate suficientă pentru a putea justifica scorurile.

- **Garantează legislația națională accesul actorilor politici la timp de antenă în timpul campaniilor electorale în SMAV ale FSM și este legea pusă în aplicare în mod eficient?**
- **Există un cod public de conduită, un regulament sau un alt instrument de autoreglementare în cadrul FSM care să garanteze imparțialitatea și accesul egal al actorilor politici la SMAV? (în timpul campaniilor, dar și în afara campaniilor)**
- **Oferă SMAV publice ale FSM în practică o reprezentare corectă a actorilor politici și a opiniilor politice în programele de știri și informare?**

- În reflectarea unei campanii electorale, asigură FSM public o reprezentare corectă/egală a diferitelor grupuri de actori politici din cadrul SMAV?

Tabel de evaluare:

*	C3.1. FSM publici și alegerile	1	3	5
		Da, există reglementări bine elaborate, care sunt implementate eficient	Există reglementări, dar nu sunt cuprinzătoare sau nu sunt implementate eficient	Nu există nicio reglementare în acest sens
1.	<i>Legislația națională garantează accesul la timp de antenă în cadrul SMAV ale FSM publici pentru actorii politici în timpul campaniilor electorale și legea este implementată eficient?</i> Descriere: Această variabilă evaluează existența garanțiilor de reglementare pentru accesul echitabil la timpul de antenă pe canalele FSM publici în timpul campaniilor electorale. Eficiența este evaluată în condițiile în care: a) există un organism care monitorizează respectarea legii; b) acest organism are atribuții de sancționare pentru a impune remedii corective în caz de nerespectare a legii; c) competențele de sancționare sunt utilizate în mod eficient; d) mecanismele de apel la deciziile organismului sunt disponibile și eficiente. Surse: Legislația națională și/sau experți relevanți			
	Total: 1 variabilă			

Indicatorul C3.2. FSM privați și alegerile

Descriere: Acest indicator evaluează existența măsurilor de reglementare și de autoreglementare care garantează reflectarea echilibrată, echitabilă și imparțială a campaniilor electorale în SMAV ale FSM privați.

Evaluare calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare. Intrați într-o granularitate suficientă pentru a putea justifica scorurile.

- Există legi și/sau măsuri de autoreglementare care să garanteze accesul actorilor politici la timp de antenă în timpul campaniilor electorale în SMAV ale FSM privați?

- Au FSM privați un cod de conduită, un regulament sau de alte instrumente de autoreglementare care să garanteze imparțialitatea și accesul egal al actorilor politici la SMAV?
- Oferă FSM privați o reprezentare corectă/echitabilă a diferitelor grupuri de actori politici (în practică) în reflectarea campaniei electorale?

Tabel de evaluare:

*	C3.2. FSM privați și alegerile	1	3	5
1.	<i>Există legi și/sau măsuri de autoreglementare care să garanteze accesul la timp de antenă în cadrul SMAV ale FSM privați pentru actorii politici în timpul campaniilor electorale?</i> Descriere: Această variabilă evaluează existența unor garanții de reglementare (legi care obligă FSM privați să fie corecți și obiectivi) și/sau de autoreglementare (coduri de etică) pentru accesul echitabil la timpul de antenă în SMAV ale FSM privați pentru actorii politici în timpul campaniilor electorale. Surse: Legislația națională și/sau experți relevanți	Da, există reglementări, care sunt efective	Există reglementări, dar nu sunt cuprinzătoare sau nu sunt efectiv respectate	Nu există reglementări în acest sens
2.	<i>Există în cadrul FSM privați un cod de conduită, regulament sau alte instrumente de autoreglementare care să garanteze imparțialitatea și accesul egal la SMAV pentru actorii politici?</i> Descriere: Această variabilă evaluează existența în cadrul FSM privați a unor coduri de conduită, regulamente interne sau alte instrumente de autoreglementare care reglementează reprezentarea proporțională în SMAV a actorilor politici. Cu toate că poate să nu existe obligații, corectitudinea și acuratețea sunt menționate în codurile de etică din întreaga lume ca principii jurnalistice de bază care ar trebui respectate atunci când reflectă orice puncte de vedere politice (de asemenea opuse). Surse: rapoarte publice, relatări ale societății civile sau din mass-media, interviu cu manageri de la Top-4 FSM privați	Există și sunt implementate în practică	Există dar nu sunt respectate	Nu există
*	Total: 2 variabile			

Indicatorul C3.3. Publicitatea electorală

Descriere: Acest indicator evaluează existența măsurilor de reglementare și de autoreglementare care garantează reflectarea echilibrată, echitabilă și imparțială a campaniilor electorale în SMAV ale FSM privați.

Evaluare calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare. Intrați într-o granularitate suficientă pentru a putea justifica scorurile.

- Se asigură cadrul de reglementare că publicul este conștient de faptul că mesajul este publicitate politică plătită?
 - Există o lege (sau o altă măsură legală) care interzice sau impune restricții privind publicitatea electorală către FSM public în timpul campaniilor electorale pentru a permite șanse egale pentru toate partidele politice și este aceasta implementată în mod eficient?
 - Este disponibilă în practică posibilitatea de a cumpăra spații publicitare în SMAV comerciale pentru toți concurenții în condiții și rate de plată egale?
 - Există vreun regulament care să asigure transparența partidelor politice în ceea ce privește publicitatea politică la SMAV în timpul campaniei electorale?
 - Sunt obligate SMAV să raporteze în mod transparent despre veniturile din publicitate primite de la partidele politice și timpul de publicitate acordat acestora în timpul alegerilor?
- **Este permisă publicitatea politică în afara campaniilor?** În caz afirmativ, prezentați o evaluare a întrebărilor de mai sus și în afara campaniilor electorale.

Tabel de evaluare:

*	C3.3. Publicitatea politică	Scor		
		1	3	5
1.	Există o lege (sau o altă măsură statutară) care interzice sau impune restricții la publicitatea electorală către FSM publici în timpul campaniilor electorale pentru a permite egalitatea de șanse pentru toate partidele politice și este implementată eficient?	Legea permite egalitatea de șanse și este pusă în aplicare în mod eficient	Există o lege, dar nu este implementată eficient	Nu există lege sau prevederile existente nu

	Descriere: Această variabilă evaluează existența unor garanții de reglementare (de exemplu, lege privind finanțarea partidelor politice în alegeri) care împiedică actorii politici mai puternici din punct de vedere financiar să obțină un volum mare de timp de antenă pentru publicitate politică, în raport cu alți actori politici, care nu au resurse financiare similare. Relevanța și impactul publicității politice crește semnificativ în perioadele electorale. Surse: Legislația națională și/sau experți relevanți			permit egalitatea de șanse
2.	<i>Posibilitatea de a cumpăra spațiu publicitar în SMAV comerciale este disponibilă tuturor competitorilor, în condiții și rate de plată egale în practică?</i> Descriere: Această variabilă evaluează practicile generale ale mass-media audiovizuale comerciale de top în ceea ce privește vânzarea de spații publicitare actorilor politici în timpul campaniilor electorale și referendumurilor. Luați în considerare, de asemenea, existența unor reduceri nedeclarate. Surse: rapoarte publice, relatări ale societății civile sau din mass-media, interviu cu experți	Da	Nu întotdeauna	Nu
3.	Există vreun regulament care să asigure transparența partidelor politice în ceea ce privește publicitatea politică la SMAV în timpul campaniei electorale? Descriere: Pentru a evalua corectitudinea procesului de publicitate electorală, este nevoie de transparență. Prin urmare, partidele politice ar trebui să ofere publicului informații suficiente cu privire la cheltuielile lor pentru SMAV și la timpul de antenă primit. Variabila ar trebui să analizeze legile și practica relevantă. Surse: Legislația națională și/sau experți relevanți	Da, este necesară raportarea și informațiile sunt făcute publice	Există cerințe minime și, în cele mai multe cazuri, informațiile sunt împărtășite cu publicul doar din inițiativa partidelor politice	Nu
4.	<i>Sunt obligate SVAM să raporteze în mod transparent despre veniturile din publicitate primite de la partidele politice și timpul de publicitate acordat acestora în timpul alegerilor?</i> Descriere: Pentru a evalua corectitudinea procesului de publicitate electorală, este nevoie de transparență. Variabila ar trebui să analizeze legile relevante, codurile interne ale SMAV și practica relevantă.	Da, este necesară raportarea și informațiile sunt făcute publice	Există unele cerințe și anumiți furnizori de servicii media împărtășesc aceste informații cu publicul	Nu

	Surse: Legislația națională și/sau experți relevanți			
*	Total: 4 variabile			

Indicatorul C4. Sprijinirea de către stat a sectorului audiovizual

Descriere: Acest indicator evaluează existența și implementarea reglementărilor care asigură distribuția corectă și transparentă a publicității și subvențiilor de stat. Lipsa unor reguli clare și transparente ar putea servi favoritismului și canalizării banilor către anumite instituții media.

Evaluare calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare. Intrați într-o granularitate suficientă pentru a putea justifica scorurile.

- **Descrieți normele de distribuire a subvențiilor directe către instituțiile media, inclusiv cele audiovizuale.** Sunt acestea distribuite într-un mod transparent și echitabil (conform dovezilor disponibile / evaluării experților)? Subvențiile directe sunt considerate adecvate din punct de vedere al concepției / cuantumului lor?
- **Descrieți normele de distribuire a subvențiilor indirecte către instituțiile media, inclusiv cele audiovizuale (dacă există).** Enumerați subvențiile indirecte disponibile. Prevede legislația norme echitabile și transparente pentru distribuirea subvențiilor indirecte către instituțiile media, inclusiv cele audiovizuale? Sunt acestea distribuite în mod transparent și echitabil?
- **Descrieți normele de distribuire a publicității de stat către instituțiile media, inclusiv cele audiovizuale.** Prevede legislația norme echitabile și transparente privind distribuirea publicității de stat către instituțiile media, inclusiv cele audiovizuale?

Tabel de evaluare:

*	C4. Sprijinirea de către stat a sectorului audiovizual	1	3	5
1.	Legislația prevede reguli corecte și transparente pentru distribuirea subvențiilor directe către instituțiile mass-media, inclusiv cele audiovizuale? Sunt distribuite acestea într-un mod transparent și corect?	Subvențiile de stat directe sunt distribuite într-un mod corect și transparent	Subvențiile de stat directe sunt distribuite pe baza unui set de criterii, dar nu este clar dacă sunt corecte sau	Nu există transparență cu privire la criteriile, sumele și beneficiarii
	Descriere: Această variabilă evaluează existența garanțiilor de reglementare pentru distribuirea echitabilă și transparentă a subvențiilor directe de stat (de			

	exemplu, granturi în numerar, împrumuturi fără dobândă) către instituțiile mass-media audiovizuale, altele decât FSM publici, precum și modul de implementare a acestora. Surse: Legislația națională, rapoarte publice, relatări ale societății civile, interviu cu experți		distribuția nu este întotdeauna transparentă	subvențiilor de stat directe
2	Raportează instituțiile de stat relevante în mod transparent despre subvenții către mass-media? Descriere: Această variabilă evaluează obligațiile de raportare ale instituțiilor relevante, pentru a asigura distribuirea echitabilă și transparentă a subvențiilor directe de stat (de ex., subvenții în numerar, împrumuturi fără dobândă) către instituțiile media audiovizuale, altele decât FSM publici. Surse: Legislația națională, rapoarte publice, rapoarte ale societății civile, interviuri cu experți	Instituțiile de stat relevante raportează public sumele acordate presei, precum și lista beneficiarilor de granturi	Există criterii de transparență definite prin lege	Nu
3.	<i>Legislația prevede reguli corecte și transparente pentru distribuirea subvențiilor indirecte către instituțiile mass-media, inclusiv cele audiovizuale? Sunt distribuite acestea într-un mod transparent și corect?</i> Descriere: Această variabilă evaluează existența garanțiilor de reglementare pentru distribuirea echitabilă și transparentă a subvențiilor indirecte de stat (de exemplu, scutiri de taxe, servicii poștale reduse și tarife telefonice) către instituțiile mass-media audiovizuale, altele decât FSM publici, precum și modul de implementare a acestora. Surse: Legislația națională, rapoarte publice, relatări ale societății civile, interviu cu experți	Subvențiile de stat indirecte sunt distribuite într-o manieră corectă și transparentă	Subvențiile de stat indirecte sunt distribuite pe baza unui set de criterii, dar nu este clar dacă sunt echitabile sau distribuția nu este întotdeauna transparentă	Distribuirea subvențiilor de stat indirecte nu este transparentă în ceea ce privește criteriile sau beneficiarii
4.	<i>Legislația prevede reguli corecte și transparente privind distribuirea publicității de stat către instituțiile mass-media, inclusiv cele audiovizuale?</i> Descriere: Această variabilă evaluează existența garanțiilor de reglementare pentru distribuirea echitabilă și transparentă a publicității de stat care împiedică tratamentul preferențial și/sau conduita necorespunzătoare, precum și modul de implementare a acestora. Publicitatea de stat trebuie înțeleasă ca orice publicitate plătită de guverne și/sau autorități administrative (naționale, regionale, locale) și de instituții și companii deținute de stat. Conținutul acestei reclame nu trebuie să fie politic.	Publicitatea de stat este distribuită într-un mod corect și transparent	Publicitatea de stat este distribuită pe baza unui set de criterii, dar nu este clar dacă acestea sunt corecte sau distribuția nu este întotdeauna transparentă	Nu există transparență în distribuirea publicității de stat

	Surse: Legislația națională, rapoarte publice, relatări ale societății civile, interviu cu experți			
5.	Raportează instituțiile de stat relevante în mod transparent despre cheltuielile lor de publicitate în mass-media? Descriere: Această variabilă evaluează obligațiile de raportare ale instituțiilor relevante, pentru a asigura distribuirea echitabilă și transparentă a publicității de stat care previne tratamentul preferențial și/sau comportamentul necorespunzător, precum și modul în care acestea sunt puse în aplicare. Publicitatea de stat ar trebui înțeleasă ca fiind orice publicitate plătită de guverne și/sau autorități administrative (naționale, regionale, locale) și de instituții și companii deținute de stat. Conținutul unei astfel de publicități nu trebuie să fie de natură politică. Surse: Legislația națională, rapoarte publice, rapoarte ale societății civile, interviuri cu experți	Da, în practică, instituțiile relevante raportează public despre sumele cheltuite și despre plasarea publicității lor	Da, legea impune transparență	Nu
*	Total: 5 variabile			

Indicatorul C5. Independența FSM publici

Descriere: Acest indicator este conceput pentru a măsura riscurile ce decurg din procedurile de numire în funcție a conducerii de vârf în cadrul FSM publici.

Evaluare calitativă:

Oferiți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare. Intrați într-o granularitate suficientă pentru a putea justifica scorurile.

- Prevede legea proceduri echitabile și transparente de numire a funcțiilor de conducere și a componenței CSD în FSM publici, care să garanteze independența față de guvern sau alte influențe politice?
- Sunt, în practică, numirile și demiterile conducerii FSM și ale membrilor CSD independente de influența politică?
- Prevede legea proceduri echitabile și transparente de numire a directorului general al FSM publici care să garanteze independența față de guvern sau față de alte influențe politice?

Tabel de evaluare:

* C5.1. Independența conducerii FSM publici	1	3	5
1. <i>Legea prevede proceduri echitabile și transparente de numire în funcțiile de conducere și în componența CSD în cadrul FSM publici, care garantează independența față de guvern sau alte influențe politice?</i> Descriere: Această variabilă evaluează existența unor proceduri de numire atât echitabile, cât și transparente pentru funcțiile de conducere și componența Consiliului în FSM publici care garantează independența față de interferența politică. Surse: legislația națională, rapoarte publice, relatări ale societății civile	Da și sunt echitabile și transparente și garantează independența	Da, dar procedurile sunt parțial echitabile și transparente și nu garantează efectiv independența	Procedurile nu sunt echitabile și transparente și nu garantează în niciun fel independența
2. <i>Numirile și demiterile conducerii FSM publici și a membrilor CSD sunt independente de influența politică în practică?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă garanțiile legale pentru procedurile de numire și revocare pentru funcțiile de conducere și componența Consiliului în FSM publici sunt implementate în practică sau dacă există dovezi ale unor conflicte sistematice privind numirile și demiterile. Surse: rapoarte publice, relatări ale societății civile, interviu cu experți	Fără amestec politic în numirile și demiterile managerilor și membrilor Consiliului	Interferență politică ocazională în numirile și demiterile managerilor și membrilor Consiliului	Interferență politică sistematică în numirile și demiterile managerilor și membrilor Consiliului
3. <i>Legea prevede proceduri de numire echitabile și transparente pentru directorul general al FSM publici, care garantează independența față de guvern sau alte influențe politice?</i> Descriere: Această variabilă evaluează existența unor proceduri de numire atât echitabile, cât și transparente pentru directorul general al FSM publici care garantează independența acestuia față de interferența politică. Surse: legislația națională, rapoarte publice	Legea prevede proceduri de numire echitabile și transparente, care garantează independența față de guvern sau alte influențe politice și sunt implementate eficient	Prevederile legii nu garantează independența deplină față de guvern sau de altă influență politică sau există unele deficiențe în implementare	Nu există o lege specifică privind procedurile de numire sau legea existentă nu garantează independența față de guvern sau altă influență politică
4. <i>Numirile și demiterile directorului general al FSM publici sunt independente de influența politică în practică?</i>	Fără amestec politic în numirile și	Imixtiune politică ocazională în	Imixtiune politică

	Descriere: Această variabilă evaluează dacă garanțiile legale pentru procedurile de numire și revocare pentru directorul general al FSM publici sunt implementate în practică sau dacă există dovezi ale unor conflicte sistematice cu privire la numirea și demiterea directorului general. Surse: rapoarte publice, relatări ale societății civile, interviu cu experți	demiterile directorului general	numirile și demiterile directorului general	sistematică în numirile și demiterile directorului general
*	Total: 4 variabile			

Indicatorul C5.2. Independența finanțării FSM publici

Descriere: Acest indicator este conceput pentru a măsura riscurile ce decurg din procedurile de finanțare a FSM publici.

Evaluare calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare. Intrați într-o granularitate suficientă pentru a putea justifica scorurile.

- Prescrie legislația proceduri transparente și echitabile pentru a se asigura că finanțarea a FSM publici este adecvată?
- Prevede legislația ca finanțarea să acopere în mod adecvat misiunile de serviciu public, inclusiv online, ale FSM publici, fără a distorsiona concurența cu actorii media privați?
- Cum evaluează experții mecanismul de finanțare a FSM publici?

Metoda de măsurare: Evaluare în bază de chestionar

Tabel de evaluare:

*	C5.2. Independența finanțării FSM publici	1	3	5
1.	<i>Legislația prescrie proceduri transparente și echitabile pentru a se asigura că finanțarea FSM publici este adecvată?</i> Descriere: Această variabilă evaluează existența garanțiilor de reglementare pentru proceduri echitabile și transparente de finanțare a FSM publici și	Da, procedurile sunt transparente și echitabile și asigură o finanțare adecvată	Procedurile nu sunt în totalitate transparente și echitabile sau sunt	Procedurile nu sunt echitabile, nici transparente și nu asigură o

	împotriva subfinanțării acestora. Adekvat presupune: (a) adekvat pentru a acoperi toate aspectele misiunii de serviciu public și (b) stabil pe o bază multianuală. Surse: legislația națională, rapoarte publice, relatări ale societății civile		dar nu asigură o finanțare adekvată	finanțare adekvată
2.	<i>Legislația prevede că finanțarea acoperă în mod adekvat misiunile de serviciu public, inclusiv în online, ale FSM publici, fără a distorsiona concurența cu actorii media privați?</i> Descriere: Finanțarea FSM publici este strict legată de definirea misiunii acestora în conformitate cu normele UE privind ajutorul de stat și de indicațiile interpretative date de Comisia Europeană cu privire la aplicarea lor. Surse: legislația națională, rapoarte publice, relatări ale societății civile, interviu cu experți	Da, acoperă în mod adekvat fără a distorsiona piața	Acoperă în mod adekvat, dar sunt dovezi că ar putea distorsiona piața	Nu acoperă adekvat sau există dovezi clare că distorsionează piața
3.	<i>Cum evaluează experții mecanismul de acordare a finanțării FSM publici?</i> Descriere: Această variabilă evaluează implementarea efectivă a garanțiilor de reglementare care asigură că finanțarea PSM este adekvată. Surse: rapoarte publice, relatări ale societății civile, interviu cu experți	Nivelul finanțării (taxă de licență sau alta) depinde de indicatorul economic stabilit de lege	Guvernul decide nivelul de finanțare pe baza unei analize amănunțite cu discuții publice și luând în considerare opiniile	Guvernul decide asupra nivelului de finanțare fără discuții publice
*	Total: 3 variabile			

DOMENIUL DE RISC D. INCLUZIUNEA SOCIALĂ

Indicatorul D1. Accesul la mass-media audiovizuală pentru persoanele cu nevoi speciale

Subindicatorul D1.1. Accesul minorităților la mass-media audiovizuală

Descriere: Acest indicator evaluează dacă minoritățile (atât cele recunoscute legal, cât și cele care nu sunt recunoscute) au acces la timp de antenă la serviciile de radiodifuziune sonoră și de televiziune ale FSM publici și privați.

Evaluare calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare. Intrați într-o granularitate suficientă pentru a putea justifica scorurile.

- **Garantează legislația accesul minorităților recunoscute legal la timp de antenă pe canalele FSM publici și sunt prevederile legale realizate în practică?**
- **În realitate, au minoritățile care nu sunt recunoscute de lege acces la timp de antenă pe canalele FSM publici?**
- **Au minoritățile recunoscute legal acces la timp de antenă pe canalele FSM privați?** (cum ar fi imigranții, refugiații, minoritățile religioase etc.)
- **Au minoritățile care nu sunt recunoscute de lege acces la timp de antenă pe canalele FSM privați?**

Tabel de evaluare:

*	D1.1. Accesul minorităților la mass-media audiovizuală	1	3	5
		Minoritățile au acces la timp de antenă, iar accesul este proporțional cu numărul populației lor din țară, fără nicio excepție semnificativă	Majoritatea minorităților au acces adecvat la timp de antenă, dar există câteva excepții semnificative	Majoritatea minorităților nu au acces la timp de antenă sau acesta nu este proporțional cu numărul populației lor din țară
1.	<i>Legislația garantează minorităților recunoscute legal accesul la timp de antenă pe canalele FSM publici și prevederile legale se realizează în practică?</i> Descriere: Această variabilă evaluează garanțiile legale pentru accesul la timp de antenă pe canalele FSM publici ale minorităților recunoscute legal. Definiția minorităților este limitată la minoritățile naționale recunoscute de lege. Definiția minorității: În sensul prezentei metodologii (MPM), „minoritatea” este definită ca un grup cultural sau social: a) numeric inferior restului populației unui stat, b) mai mic decât grupul majoritar din țara respectivă; c) într-o poziție nedominantă; d) ai cărui membri posedă caracteristici etnice, religioase sau lingvistice diferite de cele ale restului populației. Surse: legislația națională, rapoarte publice, relatări ale societății civile, interviu cu experți în domeniul minorităților			
2.	<i>În realitate, minoritățile, care nu sunt recunoscute prin lege, au acces la timp de antenă pe canalele FSM publici?</i>	Minoritățile au acces la timp de antenă, iar	Majoritatea minorităților au	Majoritatea minorităților nu

	Descriere: Această variabilă evaluează accesul la timpul de antenă al minorităților în practică. Aici, definiția minorităților este extinsă pentru a include și minoritățile care nu sunt recunoscute de lege. Surse: rapoarte publice, relatări ale societății civile, interviu cu experți în domeniul minorităților	accesul este proporțional cu numărul populației lor din țară, fără nicio excepție semnificativă	acces adecvat la timp de antenă, dar există câteva excepții semnificative	au acces la timp de antenă sau acesta nu este proporțional cu numărul populației lor din țară
3.	<i>Minoritățile recunoscute legal au acces la timp de antenă pe canalele FSM privați?</i> Descriere: Această variabilă evaluează în practică accesul la timp de antenă al minorităților recunoscute legal. Eșantion media: două canale TV private și două posturi radio private cu cea mai mare cotă de audiență din țară. Pentru această variabilă, poate fi realizat un scurt interviu cu cel puțin un expert în domeniul minorităților	Minoritățile au acces la timp de antenă, iar accesul este proporțional cu numărul populației lor din țară, fără nicio excepție semnificativă	Majoritatea minorităților au acces adecvat la timp de antenă, dar există câteva excepții semnificative	Majoritatea minorităților nu au acces la timp de antenă sau acesta nu este proporțional cu numărul populației lor din țară
4.	<i>Minoritățile, care nu sunt recunoscute prin lege, au acces la timp de antenă pe canalele FSM privați?</i> Descriere: Această variabilă evaluează în practică accesul la timp de antenă al minorităților care nu sunt recunoscute legal. Eșantion media: două canale TV private și două posturi radio private cu cea mai mare cotă de audiență din țară. Pentru această variabilă, poate fi realizat un scurt interviu cu cel puțin un expert în domeniul minorităților	Minoritățile au acces la timp de antenă, iar accesul este proporțional cu numărul populației lor din țară, fără nicio excepție semnificativă	Majoritatea minorităților au acces adecvat la timp de antenă, dar există câteva excepții semnificative	Majoritatea minorităților nu au acces la timp de antenă sau acesta nu este proporțional cu numărul populației lor din țară
*	Total: 4 variabile			

Subindicatorul D1.2. Accesul persoanele cu dizabilități la mass-media audiovizuală

Descriere: Acest indicator evaluează dacă persoanele cu dizabilități au acces la timp de antenă la SMAV ale FSM publici și privați.

Evaluare calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare. Intrați într-o granularitate suficientă pentru a putea justifica scorurile.

- **Cum evaluați politica de acces al persoanelor cu dizabilități la conținutul audiovizual din Moldova?** *Consultați reprezentanții organizațiilor care reprezintă persoanele cu dizabilități.*
- **Există legislație care să ceară asigurarea accesului persoanelor cu dizabilități la SMAV și este legea pusă în aplicare în mod eficient?** *Este acoperită de legea privind mass-media? Sunt prevederile considerate adecvate?*
- **Cum evaluați sprijinul disponibil pentru persoanele cu deficiențe de auz în televiziune?**
- **Cum evaluați nivelurile de descriere audio disponibile pentru nevăzători la televiziune?**

Tabel de evaluare:

*	D1.2. Accesul persoanelor cu dizabilități la mass-media audiovizuală	1		
		1	3	5
1.	<i>Cum ați evalua politica privind accesul persoanelor cu dizabilități la conținuturile audiovizuale în RM?</i> Descriere: Această variabilă evaluează existența și coerența politicilor de promovare a accesului la conținutul și serviciile media audiovizuale de către persoanele cu dizabilități. Persoanele cu dizabilități sunt definite aici ca fiind nevăzători, cu vedere parțială, surde și cu deficiențe de auz. Termenul „politică” include reglementare, autoreglementare și (un set de) legi care reglementează o anumită problemă. Surse: rapoarte publice, relatări ale societății civile, interviu cu cel puțin un reprezentant al unei instituții academice specializate în accesibilitatea mass-media sau al unei organizații neguvernamentale care reprezintă interesele persoanelor cu dizabilități	Politici bine dezvoltate și implementate. Există deja o tradiție puternică de elaborare a politicilor în acest domeniu. Măsurile existente sunt coerente și la zi cu cele mai recente schimbări societale	Politici subdezvoltate. Politicile existente sunt abia la început, iar măsurile politice luate sunt fragmentate și/sau nu implementate eficient	Nu există politici
2.	<i>Există legislație în vigoare care impune acces la SMAV pentru persoanele cu dizabilități și legea este implementată eficient?</i> Descriere: Această variabilă evaluează existența cerințelor legale pentru serviciile de acces, inclusiv sistem de semnale și descrierea audio, pentru persoanele cu dizabilități și implementarea efectivă a acestor cerințe legale.	Există un cadru legal bine dezvoltat și implementat. Măsurile existente sunt coerente și	Cadru legal subdezvoltat. Măsurile existente sunt abia la început, sunt fragmentate și/sau nu	Nu există un cadru legal

	Surse: rapoarte publice, relatări ale societății civile, interviu cu un expert în domeniu	actualizate cu cele mai recente schimbări sociale	implementate eficient	
3.	<i>Cum evaluați sprijinul disponibil pentru persoanele cu deficiențe de auz în televiziune?</i> Descriere: Această variabilă evaluează sprijinul acordat persoanelor cu deficiențe de auz pentru a accesa televizorul, în special în ceea ce privește subtitrarea, semnalizarea și descrierile sonore disponibile. Eșantion media: Două canale TV private cu cea mai mare cotă de audiență și toate canalele TV ale FSM publici	Subtitrările, semnalizarea și descrierile de sunet sunt disponibile în mod regulat în diferite ferestre de programare	Subtitrările, semnalizarea și descrierile de sunet sunt disponibile numai neregulat sau în ferestre de programare mai puțin populare (de ex. înainte de ora 14.00)	Nu sunt disponibile subtitrări, semnalizarea și descrieri de sunet
4.	<i>Cum evaluați nivelurile de descriere audio disponibile pentru nevăzători în televiziune?</i> Descriere: Această variabilă evaluează în ce măsură sunt disponibile descrierea audio pentru persoanele nevăzătoare la televizor. Eșantion media: Două canale TV private cu cea mai mare cotă de audiență și toate canalele TV ale FSM publici	Descrierile audio sunt disponibile în mod regulat în diferite ferestre de programare	Descrierile audio sunt disponibile numai în mod neregulat sau în ferestre mai puțin populare (de ex. înainte de ora 14.00)	Nu sunt disponibile descrieri audio
*	Total: 4 variabile			

Riscul D2. Accesul la mass-media audiovizuală pentru comunitățile locale/regionale

Indicatorul D2.1. Accesul la mass-media audiovizuală locală/regională

Descriere: Mass-media la nivel regional și local sunt deosebit de importante pentru democrație, deoarece relația lor cu publicul local tinde să fie mai strânsă în comparație cu mass-media națională. Mass-media regională și locală pot servi și ca spații alternative de discuție pe subiecte care sunt marginalizate de mass-media națională.

Evaluare calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare. Intrați într-o granularitate suficientă pentru a putea justifica scorurile.

• **Oferă legislația către mass-media audiovizuale locale/regionale acces la resursele mediatice și este legea implementată în mod eficient?**

Descrieți procedura de acordare a licențelor și evaluați corectitudinea acesteia.

• **Susține statul mass-media audiovizuale locale/regionale prin subvenții?** *Sunt subvențiile de stat distribuite radiodifuzorilor locali/regionali într-un mod echitabil și transparent?*

• **Sunt FSM publici obligați prin lege să aibă corespondenți proprii și/sau să dezvolte sucursale locale/regionale?** *În practică, au FSM publici corespondenți proprii sau sucursale locale/regionale? Enumerați sucursalele locale.*

Tabel de evaluare:

*	D2.1. Accesul la mass-media audiovizuală locală/regională	1			3			5		
		1			3			5		
1.	<i>Legislația oferă acces mass-mediei audiovizuale locale/regionale la resursele media și legea este implementată eficient?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă legislația conține prevederi specifice care acordă mass-mediei locale/regionale acces la platformele media. Prevederile relevante vizează rezervarea de frecvențe TV sau radio sau garanții pentru accesul la rețelele de radio și TV prin intermediul regulilor must-carry obligatorii. Surse: legislația națională, rapoarte publice, relatări ale societății civile, interviu cu experți	Da, legea acordă acces mass-mediei locale/regionale la platformele media și este implementată eficient			Există o lege, dar nu este implementată eficient			Nu există lege sau legea nu acordă acest acces mass-mediei locale/regionale		
2.	<i>Statul susține mass-media audiovizuală locală/regională prin subvenții?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă statul (nivel național/regional/local) distribuie subvenții directe sau indirecte instituțiilor audiovizuale locale/regionale. Subvențiile directe sunt, printre altele, granturi în numerar și împrumuturi fără dobândă. Subvențiile indirecte sunt, printre altele, scutiri de taxe și tarife reduse de servicii poștale sau de telefon. Surse: legislația națională, rapoarte publice, relatări ale societății civile	Statul sprijină mass-media locală/regională, inclusiv cea audiovizuală, cu un nivel adecvat de subvenții			Statul sprijină mass-media locală/regională, inclusiv cea audiovizuală, cu un număr limitat de subvenții			Statul nu sprijină mass-media locală/regională, inclusiv cea audiovizuală, cu subvenții		

3.	<i>Subvențiile de stat sunt distribuite instituțiilor audiovizuale locale/regionale într-un mod corect și transparent?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă statul distribuie subvenții directe sau indirecte instituțiilor audiovizuale locale/regionale într-un mod corect și transparent. Surse: rapoarte publice, relatări ale societății civile, interviu cu experți în domeniu	Subvențiile de stat sunt distribuite într-o manieră corectă și transparentă	Subvențiile de stat sunt distribuite pe baza unui set de criterii, dar nu este clar dacă sunt corecte	Nu există criterii clare privind distribuirea subvențiilor de stat sau aceste criterii sunt inechitabile
4.	<i>FSM publici sunt obligați prin lege să aibă proprii corespondenți și/sau să dezvolte filiale locale/regionale? În practică, FSM publici au proprii corespondenți sau filiale locale/regionale?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă FSM publici sunt obligați (fie prin legislație, fie printr-un echivalent funcțional) să aibă proprii corespondenți regionali sau filiale și dacă în practică are proprii corespondenți regionali sau se bazează pe material achiziționat de la agențiile de presă. Surse: rapoarte publice, relatări ale societății civile, interviu cu experți în domeniu	FSM publici au proprii corespondenți locali/regionali	FSM publici au corespondenți locali/regionali, dar numărul acestora este limitat	FSM publici au foarte puțini corespondenți locali/regionali sau nu au deloc
*	Total: 4 variabile			

Indicatorul D2.2. Accesul la mass-media audiovizuală comunitară

Descriere: Acest indicator evaluează protecția și susținerea din partea statului a mass-mediei comunitare.

Evaluare calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare. Intrați într-o granularitate suficientă pentru a putea justifica scorurile.

- **Cum este definită mass-media comunitară în Moldova?** *Este definiția în conformitate cu definițiile utilizate de Consiliul Europei și de instituțiile UE? (cum ar fi Rezoluția Parlamentului European din 25 septembrie 2008 privind mass-media comunitare în Europa (2008/2011(INI)), care le definește ca fiind "a) fără scop lucrativ și independente, nu numai de puterea națională, ci și de cea locală, angajate în primul rând în activități de*

interes public și al societății civile, care servesc obiective clar definite care includ întotdeauna o valoare socială și contribuie la dialogul intercultural; b) răspunzătoare în fața comunității pe care încearcă să o servească, ceea ce înseamnă că trebuie să informeze comunitatea cu privire la acțiunile și deciziile lor, să le justifice și să fie sancționată în caz de comportament necorespunzător, astfel încât serviciul să rămână controlat de interesele comunității și să fie împiedicată crearea de rețele "de sus în jos"; deschisă participării la crearea de conținut de către membrii comunității, care pot participa la toate aspectele legate de funcționare și gestionare, deși cei care se ocupă de conținutul editorial trebuie să aibă statut profesional.)

- **Câte mass-media comunitare activează în Moldova?** Ar considera experții că profilul acestor mass-media este în conformitate cu definiția legală a mass-media comunitare?
- **Asigură legislația accesul mass-mediei comunitare la resursele media (infrastructuri și frecvențe TV și radio), este legea implementată în mod eficient?**
- **Garantează legislația independența presei comunitare și este aceasta protejată în practică?**
- **Susține statul mass-media comunitare prin subvenții?**

Tabel de evaluare:

*	D2.2. Accesul la mass-media audiovizuală comunitară			
1.	<i>Legislația oferă acces mass-mediei comunitare la resursele media și legea este implementată eficient?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă legea conține prevederi specifice care acordă acces la platformele media pentru mass-media comunitară. Mass-media comunitară este definită ca mass-media non-profit și responsabilă față de comunitatea pe care încearcă să o servească. Surse: legislația națională, rapoarte publice, relatări ale societății civile, interviu cu experți	Da, legea acordă acces mass-mediei comunitare la platformele media și este implementată eficient	Există o lege, dar nu este implementată eficient sau nu există lege, dar, în practică, mass-media comunitară are acces la media platforme	Nu există lege sau legea nu acordă acest acces la mass-media comunitară
2.	<i>Legislația garantează independența mass-mediei comunitare și aceasta este protejată în practică?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă există mass-media comunitară și aceasta este independentă sau dacă există dovezi de cenzură politică sistematică, interferență sau manipulare a acestui tip de media. Surse: legislația națională, rapoarte publice, relatări ale societății civile, interviu cu experți	Mass-media comunitară este prezentă și independentă	Mass-media comunitară este prezentă, dar nu este complet independentă	Mass-media comunitară este absentă sau, dacă este prezentă, nu este independentă

3.	<i>Statul susține mass-media comunitară prin subvenții?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă statul ((la nivel național/regional/local) distribuie subvenții directe sau indirecte mass-mediei comunitare. Subvențiile directe sunt, printre altele, granturi în numerar și împrumuturi fără dobândă. Subvențiile indirecte sunt, printre altele, scutiri de taxe și tarife reduse de servicii poștale sau de telefon. Surse: rapoarte publice, relatări ale societății civile, interviu cu experți în domeniu	Statul sprijină mass-media comunitară și experții consideră nivelul de subvenții adecvat	Statul sprijină mass-media comunitară cu un număr limitat de subvenții	Statul nu sprijină mass-media comunitară cu subvenții
*	Total: 3 variabile			

Indicatorul D3.1. Accesul femeilor la mass-media audiovizuală

Descriere: Egalitatea de gen este o valoare fundamentală (Tratatul privind Uniunea Europeană, 2008) și un obiectiv strategic al UE (Comisia Europeană, 201548). Consiliul Europei consideră că egalitatea de gen este o parte integrantă a drepturilor omului, interconectată cu libertatea presei, inclusiv libertatea editorială, și, alături de libertatea de exprimare, este un drept fundamental (Recomandarea Consiliului Europei, 2013).

Evaluare calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare. Intrați într-o granularitate suficientă pentru a putea justifica scorurile.

- Dispun FSM publici de o politică cuprinzătoare privind egalitatea de gen?
- Au principalii FSM privați o politică cuprinzătoare privind egalitatea de gen?
- Există o autoreglementare jurnalistică care să acopere egalitatea de gen în mass-media?
- Există o evaluare a ponderii femeilor în rândul angajaților din cele mai importante SMAV? *În măsura în care este posibil, furnizați o evaluare (luați în considerare dacă numărul și ponderea acestora au crescut sau au scăzut de-a lungul anilor).*
- Care este ponderea femeilor în cadrul conducerii de vârf a primelor 10 SMAV private?
- Care este ponderea femeilor în CSD din FSM public național?
- Care este ponderea femeilor în comitetul de conducere (executiv) al FSM public național?

• **Sunt reprezentate Femeile în programele audiovizuale de știri și actualități într-un mod proporțional și fără stereotipuri?** *Solicitați experților relevanți să evalueze reprezentarea femeilor în programele audiovizuale de știri și de actualități (FSM publici și privați). (Exemplu: SMAV generaliste publice și primele 4 SMAV comerciale generaliste și/sau de știri.)*

Tabel de evaluare:

*	D3.1. Accesul femeilor la mass-media audiovizuală			
		1	3	5
1.	<i>FSM publici au o politică cuprinzătoare de egalitate de gen?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă FSM publici au politici de egalitate de gen în vigoare și dacă acestea sunt cuprinzătoare. Pentru a fi considerată cuprinzătoare, politica ar trebui să acopere atât problemele de personal, cât și conținuturile audiovizuale. Surse: regulamentele TRM, rapoarte publice, relatări ale societății civile, interviu cu experți	Da, au o politică de egalitate de gen care vizează personalul și conținuturile și este implementată eficient	Da, au o politică de egalitate de gen, dar are o sferă limitată sau nu este implementată eficient	Nu există nicio politică de egalitate de gen
2.	<i>Care este ponderea femeilor în CSD al FSM public național?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă reprezentarea femeilor și bărbaților în consiliile de supraveghere ale FSM publici este echilibrată. Metoda: Ponderea (%) este calculată din numărul femeilor membre ale Consiliilor raportat la numărul total de membri ai Consiliului. Surse: pagina web oficială a TRM	50% și mai mult sunt femei	Între 30% și 50% sunt femei	Mai puțin de 30% sunt femei
3.	<i>Care este ponderea femeilor în comitetul managerial (executiv) al FSM public național?</i> Descriere: Această variabilă evaluează dacă reprezentarea femeilor și bărbaților în comitetele manageriale (executive) ale FSM publici este echilibrată. Metoda: Ponderea (%) este calculată din numărul femeilor membre ale Comitetelor raportat la numărul total de membri ai Comitetului. Surse: pagina web oficială a TRM	50% și mai mult sunt femei	Între 30% și 50% sunt femei	Mai puțin de 30% sunt femei
4.	<i>Sunt femeile reprezentate în programele audiovizuale de știri și de actualitate într-un mod proporțional și lipsit de stereotipuri?</i> Descriere: Această variabilă urmărește să evalueze reprezentarea femeilor în programele audiovizuale de știri și de actualitate (FSM publici și privați).	Femeile sunt reprezentate proporțional în emisiunile de știri și	Femeile sunt în unele cazuri sau în unele mass-media nereprezentate în	Femeile sunt subreprezentate sau descrise

	Eșantion: SMAV public generalist și top-4 SMAV comerciale generaliste și/sau de știri	de actualitate și sunt libere de stereotipuri	mod proporțional și lipsite de stereotipuri	într-un mod stereotip
*	Total: 4 variabile			

Indicatorul D4. Decentralizarea înaltă a sistemului național și dezvoltarea mass-mediei audiovizuale locale/regionale

Subindicatorul D4.1. Nivelul de centralizare a sectorului audiovizual

Descriere: Acest indicator permite de a evalua potențialele riscuri legate de centralizarea înaltă a sistemului mediatic audiovizual național și de subdezvoltarea pieței audiovizuale locale și regionale.

Evaluare calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Folosiți răspunsurile pentru a completa tabelul de evaluare. Intrați într-o granularitate suficientă pentru a putea justifica scorurile.

- **Care este ponderea orașelor (municipii și centre administrative de nivelul II) din Moldova care dispun de FSM regionali/locali?** Dacă este fezabil, realizați o cartografiere a unui oraș (cu excepția capitalei) și a centrelor raionale din Moldova în care există surse locale/regionale de informare (radio și TV). Indicatorul permite să se determine dacă mass-media satisface nevoia consumatorilor locali/regionali de a fi informați despre evenimentele din proximitatea lor spațială și nu doar prin intermediul canalelor naționale de radio și TV.
- **Au acces populațiile care locuiesc în afara capitalei la un număr suficient de FSM locali/regionali?** *Solicitați experților să evalueze suficiența surselor și informațiilor locale/regionale (TV, radio) în raport cu populația regională. Evaluarea trebuie făcută separat pentru fiecare regiune (unitate administrativ-teritorială) a Republicii Moldova sau pe zone geografice (Nord, Centru, Sud). În scopul acestei cercetări, clasificarea FSM este strict geografică (cu excepția capitalei, care este atribuită la nivel național). (Deși o analiză cantitativă ar fi valoroasă, aceasta trebuie să fie realizată într-un studiu dedicat).*

Tabel de evaluare:

*	D4.1. Nivelul de centralizare a sectorului audiovizual	1	3	5
1.	<i>Care este proporția orașelor (municipii și centre administrative de nivelul II) din RM în care există FSM regionali/locali?</i> Descriere: Acest indicator are scopul de a evalua proporția orașelor (cu excepția capitalei) și a centrelor raionale din RM în care există surse locale/regionale de informație (radio și TV). Indicatorul permite de a stabili dacă mass-media răspunde necesității consumatorului local/regional de a fi informat despre evenimentele din proximitatea sa spațială și nu doar prin intermediul canalelor naționale de radio și TV. Metoda: Proporția este stabilită prin raportul dintre numărul orașelor și centrelor raionale în care există FSM locali/regionali și numărul total de orașe și centre raionale din RM. Surse: rapoarte statistice	FSM locali/regionali există în peste 75% din orașele și centrele raionale	FSM locali/regionali există între 25% și 75% din orașele și centrele raionale	FSM locali/regionali există în cel mult 25% din orașele și centrele raionale
	Total: 1 variabilă			

Subindicatorul D4.2. Nivelul de dezvoltare a FSM locali/regionali

Descriere: Subindicatorul permite evaluarea unor potențiale riscuri legate de subfinanțarea și dezvoltarea insuficientă a FSM locali și regionali.

Evaluare calitativă:

Faceți o evaluare detaliată a situației în legătură cu întrebările de mai jos. Menționați în mod clar legile și sursele la care faceți trimitere. Enumerați deficiențele și îmbunătățirile propuse. Intrați într-o granularitate suficientă.

• **Care este nivelul de finanțare pentru mass-media audiovizuale regionale?** Luați în considerare dacă nivelul de finanțare a mass-media audiovizuale regionale este proporțional cu numărul populației regionale în comparație cu nivelul general de finanțare a mass-media audiovizuale din Moldova în raport cu populația națională. Evaluarea trebuie să fie făcută separat pentru fiecare regiune (UTA) sau pe zone geografice (Nord, Centru, Sud).

Metoda: Dacă se împarte populația regională la populația națională, se obține o proporție care poate fi comparată cu proporția obținută prin împărțirea valorii finanțării regionale a mass-media la valoarea totală a finanțării naționale a mass-media. **Surse:** rapoarte statistice

Deși calcularea scorurilor nu are sens pentru această variabilă, modificările în ceea ce privește finanțarea (atât în termeni monetari, cât și ca procent din finanțarea totală) pentru fiecare regiune (UTA) sau pentru fiecare zonă geografică (Nord, Centru, Sud) pot oferi o informație importantă.

Indicatorul D5. Diversitatea serviciilor media audiovizuale

Descriere: Acest indicator are scopul de a evalua diversitatea SMAV în televiziunea terestră, în cablu și IPTV care să protejeze interesele socio-culturale ale consumatorilor de informație. Indicatorul permite de a evalua potențialele riscuri legate de dominația unor tipuri de SMAV și de subreprezentarea altora. Răspunsurile la aceste întrebări nu pot fi cuantificate prin intermediul unui tabel de evaluare.

Care este proporția categoriei tematice de SMAV furnizate de FSM sub jurisdicția Moldovei? *În cadrul evaluării, luați în considerare dacă există o reprezentare relativ echilibrată a SMAV de televiziune pentru care autoritatea audiovizuală a acordat licențe. În special, se monitorizează proporția categoriilor de SMAV tematice care pot fi subreprezentate în raport cu numărul total de SMAV. SMAV tematice sunt: 1) informative (informare continuă, documentare, economice etc.); 2) educative (copii/tineri, natură, știință, cultură etc.); 3) de divertisment (cinema, muzică, stil de viață, sport etc.). Pentru evaluare, examinați pagina web a CA și registrele serviciilor media. Vă rugăm să identificați ce tematică lipsește sau este subreprezentată!*

Care este proporția categoriei tematice de SMAV în cablu și IPTV? *În cadrul evaluării, luați în considerare dacă există o reprezentare relativ echilibrată a SMAV prin cablu și IPTV. În special, se monitorizează ponderea categoriilor de SMAV tematice care pot fi subreprezentate în raport cu numărul total de SMAV. SMAV tematice sunt: 1) informative (informații continue, documentare, economice etc.); 2) educaționale (copii/tineri, natură, știință, cultură etc.); 3) de divertisment (cinema, muzică, stil de viață, sport etc.). Pentru evaluare, examinați pagina web a CA și registrele serviciilor media. Vă rugăm să identificați ce tematică lipsește sau este subreprezentată!*

Scoruri per Indicator

DOMENIUL DE RISC A. PROTECȚIA FUNDAMENTALĂ	
Indicatorul A1. Libertatea de informare, libertatea de exprimare și drepturile și libertățile conexe pentru mass-media audiovizuale	
Indicatorul A2. Educația mediatică	
Indicatorul A3. Protecția împotriva dezinformării și a discursului instigator la ură	
DOMENIUL DE RISC B. PLURALITATEA PIETEI	
Indicatorul B1. Regulament pentru asigurarea transparenței proprietății în sectorul audiovizualului	
Indicatorul B2. Concentrarea proprietății în sectorul audiovizual (B2.1 Reglementarea concentrării proprietății în sectorul audiovizual și B2.2 Cunoștințe disponibile cu privire la nivelul de concentrare a proprietății/audienței pe piața SMAV)	
Indicatorul B3. Viabilitatea a mass-media audiovizuale	
DOMENIUL DE RISC C. INDEPENDENȚA POLITICĂ	
Indicatorul C1. Controlul politic asupra mass-media audiovizuale	
Indicatorul C2. Autonomia editorială	
Indicatorul C3. Integritatea alegerilor (C3.1 FSM publici și alegerile, C3.2 FSM privați și alegerile și C3.3 Publicitatea electorală)	
Indicatorul C4. Sprijinul de stat pentru sectorul audiovizual	
Indicatorul C5. Independența FSM public (C5.1 Independența conducerii FSM public și C5.2 Independența finanțării FSM public)	
DOMENIUL DE RISC D. INCLUZIUNEA SOCIALĂ	
Indicatorul D1. Accesul la mass-media audiovizuale pentru persoanele cu nevoi speciale (D1.1. Accesul minorităților la mass-media audiovizuale și D1.2. Accesul la mass-media audiovizuale pentru persoanele cu dizabilități)	
Indicatorul D2. Accesul la mass-media audiovizuale pentru comunitățile locale/regionale (D2.1 Accesul la mass-media audiovizuale locale/regionale și D2.2 Accesul la mass-media audiovizuale comunitare)	
Indicatorul D3. Accesul la mass-media audiovizuale pentru femei	
Indicatorul D4. Descentralizarea sistemului național și dezvoltarea mass-media audiovizuale locale/regionale (D4.1. Nivelul de centralizare a sectorului audiovizual și D4.2. Gradul de dezvoltare a MSP-urilor locale/regionale)	
Indicatorul D5. Lipsa, subreprezentarea sau dominarea anumitor tipuri de servicii media audiovizuale	

Lista variabilelor care necesită cercetări suplimentare / date mai bune (în special răspunsurile "fără date"):

Surse de date pentru indicatorii juridici

- Constituția Republicii Moldova;
- Declarația Universală a drepturilor omului;
- Convenția Europeană pentru apărarea drepturilor omului și a libertăților fundamentale;
- Convenția Europeană cu privire la televiziunea transfrontalieră;
- Legea cu privire la libertatea de exprimare, Legea privind accesul la informațiile de interes public, Codul serviciilor media audiovizuale, Codul electoral, Legea privind protecția datelor cu caracter personal, Legea privind dreptul de autor și drepturile conexe, Legea cu privire la publicitate, Legea presei, Legea privind sistemul bugetar și procesul bugetar, Legea pentru adoptarea Regulamentului Parlamentului, Legea cu privire la Guvern, Legea privind transparența în procesul decizional, Legea concurenței, Legea comunicațiilor electronice, Legea cinematografilei, Codul penal al Republicii Moldova, Codul muncii al Republicii Moldova, Codul fiscal, Codul de procedură penală al Republicii Moldova, Codul de procedură civilă al Republicii Moldova, Codul contravențional al Republicii Moldova etc.;
- jurisprudența CtEDO;
- actele Curții Constituționale a RM;
- actele și rapoartele CA, Centrului Național pentru Protecția Datelor cu Caracter Personal, Serviciului de Informații și Securitate al Republicii Moldova, Consiliului Concurenței, Comisiei Electorale Centrale, actele normative în domeniu ale altor autorități/instituții și/sau organe publice centrale;
- actele normative în domeniu din UTA Găgăuzia;
- actele interne ale FSM publici (regulamente interne, caiete de sarcini, hotărâri/decizii normative etc.);
- Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova, Codul de principii, standarde și recomandări al producătorilor IP Compania Teleradio-Moldova, Standardele profesionale și principiile eticii jurnalistice în emisiunile IP Compania Teleradio-Moldova, alte acte de (co)auto-reglementare în domeniul eticii profesionale din domeniul jurnalistic;
- actele Consiliului de Presă din Republica Moldova, Comisiei de etică profesională a jurnaliștilor, Ombudsmanului IP Compania Teleradio-Moldova, altor instituții/organisme având ca obiect de activitate monitorizarea normelor etice în domeniu;
- practica judiciară națională;
- rapoarte și studii în domeniu ale organizațiilor non-guvernamentale;
- informațiile din presă privind pluralismul mediatic și/sau (ne)respectarea legislației în domeniu.

Anexa nr. 2

Surse de date pentru indicatorii economici:

- Rapoartele și deciziile CA;
- Rapoartele furnizorilor de servicii media;
- Rapoartele distribuitorilor de servicii media;
- Informațiile publice ale Asociațiilor patronale ale radiodifuzorilor;
- Rapoartele și deciziile ANRCETI;
- Rapoartele și deciziile CC;
- Registrul CA al furnizorilor de servicii media de radiodifuziune sonoră;
- Registrul CA al furnizorilor de servicii media de televiziune;
- Nomenclatorul ziarelor;
- Rapoartele și studiile realizate de societatea civilă;
- Caietele de sarcini și rapoartele financiare anuale ale IP Compania Teleradio-Moldova;
- Caietele de sarcini și rapoartele financiare anuale ale IP Compania Teleradio-Găgăuzia;
- Rapoartele și deciziile CSD al IP Compania Teleradio-Moldova;
- Rapoartele și deciziile CO al IP Compania Teleradio-Găgăuzia;
- Rapoartele și deciziile Curții de Conturi a RM;
- Hotărârile de Guvern și de Parlament relevante;
- Rapoartele de măsurare a audienței mass-media;

- Rapoartele de măsurare a audienței AGB Moldova;
- Biroul Național de Statistică;
- Legea privind organizarea administrativ-teritorială a RM;
- Recensământul populației.

Anexa nr. 3

Surse de date pentru indicatori socio-demografici:

- Datele statistice despre angajați oferite de serviciile resurse umane ale FSM publici;
- Studiile privind audiența instituțiilor mediatice;
- Rapoartele societății civile;
- Bazele de date și/sau rapoartele ONG-urilor de media;
- Rapoartele organizațiilor internaționale (CoE, OSCE etc);
- Rapoartele privind desfășurarea alegerilor;
- Rapoartele instituțiilor mediatice;
- Site-urile instituțiilor mediatice;
- Rapoartele CA;
- Rapoartele Comisiei parlamentare cultură, educație, cercetare, tineret, sport și mass-media;
- Concursurile pentru desemnarea membrilor CA, CSD/CO ale IP, ai managerilor IP;
- Hotărârile de Guvern și de Parlament relevante;
- Biroul Național de Statistică;
- Registrul CA al furnizorilor de servicii media de radiodifuziune sonoră;
- Registrul CA al furnizorilor de servicii media de televiziune;
- Sondaje și studii sociologice relevante.

Anexa nr. 4

Referințe bibliografice

1. Media pluralism in the Member States of the European Union. Commission Staff Working Document SEC(2007)32. Brussels, 16 January 2007, 92 de pagini, disponibil pe http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/media_pluralism_swp_en.pdf;
2. Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States-Towards a Risk-Based Approach, Preliminary Final Report prepared for the European Commission Directorate-General Information Society and Media SMART 007A 2007-0002. Leuven, April 2009 – 167 de pagini, disponibil pe http://ec.europa.eu/information_society/media_taskforce/doc/pluralism/pfr_report.pdf;
3. Independent Study on Indicators for Media Pluralism in the Member States-Towards a Risk-Based Approach, Final Report prepared for the European Commission Directorate-General Information Society and Media SMART 007A 2007-0002. Leuven, July 2009, 186 de pagini, disponibil pe https://ec.europa.eu/digital-agenda/sites/digital-agenda/files/final_report_09.pdf
4. Monitoring Media Pluralism in Europe - Testing and Implementation of the Media Pluralism Monitor 2014 (Policy Report - December 2014), 198 de pagini, disponibil pe <http://cmpf.eui.eu/Documents/MPM2014-PolicyReport.pdf>;
5. Monitoring Media Pluralism in The Digital ERA. Centre for Media Pluralism and Media Freedom. Report 2022, disponibil pe: <https://cmpf.eui.eu/mpm2022-results/>
6. Recomandarea Comitetului de Miniștri al Consiliului Europei Rec(99)1 privind măsurile de promovare a pluralismului mijloacelor de comunicare în masă. Memorandum explicativ;
7. Recomandarea nr. R(2000)7 a Comitetului de Miniștri către Statele Membre cu privire la dreptul jurnaliștilor de a nu-și dezvălui sursele de informație, adoptată pe 8 martie 2000, disponibilă pe <http://www.coe.int/t/dghl/standardsetting/media/doc/translations/romanian/Rec%282000%29007&>

8. Convenția europeană privind televiziunea transfrontalieră. Strasbourg, 5 mai 1989. Text amendat în conformitate cu dispozițiile Protocolului (STE Nr.171) care a intrat în vigoare la 1 martie 2002 – 19 pagini, disponibilă pe http://trm.md/files/docs/STE_132_Conventia_Eur_TT_reviz_ro.pdf;
9. Directiva UE nr. 22/2002 privind serviciul universal și drepturile utilizatorilor cu privire la rețelele și serviciile electronice de comunicații (directiva privind serviciul universal), adoptată pe 7 martie 2002, disponibilă pe <http://www.anrceti.md/files/filefield/Directiva%20serv%20universal%20rom.pdf>
10. Directiva UE 2010/13 privind coordonare a anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii mass-media audiovizuale (Directiva serviciilor mass-media audiovizuale), adoptată pe 10 martie 2010, disponibilă pe <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/RO/TXT/HTML/?uri=URISERV:am0005&from=RO>
11. Liana Ganea, Oana Ganea, Ludmila Gamurari, Cristian Ghinea. Pluralismul extern al mass-media în Republica Moldova: între oportunitate și realitate. Chișinău: Arc, 2014 – 52 de pagini. ISBN 978-9975-61-821.135.1(478).09, disponibil pe <http://soros.md/files/publications/documents/Pluralismul%20extern%20al%20mass-mediei%20din%20RM.pdf>
12. Aneta Gonța, Corneliu Rusnac, Petru Macovei, Vasile State. Pluralismul intern al mass-mediei în Republica Moldova: oportunitate și realitate. Studiu. Editura ARC, Chișinău 2014, 100 de pagini. ISBN 978-9975-61-829-8, disponibil pe http://soros.md/files/publications/documents/Pluralismul_intern_al_mass-media_din_RM_2014.pdf;
13. Foaie de parcurs pentru consolidarea pluralismului mediatic în Republica Moldova. Chișinău, 2014, 23 de pagini, disponibilă pe http://soros.md/files/publications/documents/Foaie_de_parcurs_PLURALISM_2014.pdf.