



Deputat în Parlamentul Republicii Moldova

**Domnului Vasile BOLEA,
Președinte al Comisiei Juridice, Numiri și Imunități**

AMENDAMENT

**Proiectul de lege cu privire la modificarea și completarea Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr.174/2018 (art.1, 4, 5, ș.a.),
(nr. 460 din 23.11.2020)**

În conformitate cu prevederile art.59 și 65 din regulamentul parlamentului adoptat prin Legea nr.797-XIII din 02.04.1996 înaintez următoarele amendamente la proiectul de lege nr.460 din 23 noiembrie 2020 cu privire la modificarea și completarea Codului serviciilor media audiovizuale:

1. La pct.5 din proiectul de lege, în art.9 alin. (5) și textul:

„(5) cu următorul conținut: ”Dezvăluirea unei surse de informare poate fi dispusă de instanța de judecată în cazul când acest lucru devine necesar pentru apărarea securității naționale sau a ordinii publice”, **se exclude.**

2. La pct.16 din proiectul de lege, textul:

„Art.66 alin. (7) cu conținutul: „Prin derogare de la prevederile alin. (5) din prezentul articol, furnizorii publici de servicii media pot difuza, contra unui tarif, publicitate care reflectă interesele societății și ale statului privind propagarea unui mod de viață sănătos, ocrotirea sănătății, protecția mediului înconjurător, integritatea resurselor energetice, protecția socială a populației și alte mesaje de interes public”, **se exclude.**

3. Proiectul de lege se completează cu pct.10¹ cu următorul cuprins:

„Art. 30 Măsurarea cotelor de audiență:

Alin. (1) după cuvintele “în conformitate cu” se completează cu textul “reglementările elaborate și aprobate de Consiliul Audiovizualului și ”, în continuare după text.

La alin. (4) textul: „ rezultatele măsurărilor efectuate conform prezentului articol” se substituie cu textul: „raportul privind rezultatele măsurărilor efectuate, conform modelului aprobat de către Consiliul Audiovizualului.”.

4. Art.66 alin. (5) din Codul serviciilor media audiovizuale nr.174 din 08.11.2018 se redă într-o nouă redacție:

„Art.66 alin.5. Furnizorii publici de servicii media pot difuza publicitate contra plată doar în cadrul programelor audiovizuale ce reflectă evenimente de interes major, inclusiv în perioada camaniilor electorale și a referendumurilor republicane. Furnizorii de servicii media audiovizuale au dreptul de a oferi contra plată fiecărui concurent electoral sau participant la referendum, publicitate nu mai mult de două minute pe zi pe durata campaniei electorale.”

5. Proiectul de lege se completează cu pct.16¹ cu următorul cuprins:

„Art.75 Atribuțiile Consiliului Audiovizualului:

Alineat. (4) lit. a) după cuvintele “furnizorii și distribuitorii de servicii media” se completează cu textul: “ , instituțiile specializate de măsurare a audienței ” și în continuare după text.

Alineatul (4) lit. h) după cuvintele “furnizorilor serviciilor de platformă de partajare a materialelor video” se completează cu textul: “ , instituțiilor specializate de măsurare a audienței ” și în continuare după text.

Argumentare:

1. Excluderea punctului 5 din proiectul de lege care prevede modificarea art.9 aln (5) este argumentată prin faptul că protecția surselor pentru jurnaliști este un drept de bază, prevăzut de Constituție (art. 32), legea cu privire la libertatea de exprimare (art. 13), precum și de Codul deontologic al mass media. Acest drept este prevăzut și de Convenția Europeană pentru Drepturile Omului (art. 10), iar practica CEDO arată că protecția surselor jurnalistice este un drept fundamental.

Noi ne arătăm solidari în acest sens cu breasla jurnalistică, dar și cu ONG-urile media, care au cerut excluderea acestui punct.

2.Codul electoral prevede oferirea timpilor de antenă tuturor concurenților electorali în mod egal la fiecare radiodifuzor care reflectă campania electorală.

Furnizorul public de servicii media este obligat prin lege să ofere timp de antenă gratuit concurenților electorali. Totuși, ținând cont de importanța procesului electoral pentru statul de drept, luând în calcul acoperirea națională a furnizorului public de servicii media și impactul acestui serviciu asupra cetățenilor, este necesar de oferit, în mod echitabil, tuturor concurenților electorali, posibilitatea plasării și a publicității contra plată la furnizorul public de servicii media. Astfel, alegătorii vor avea acces la o platformă largă de informare despre oferta politică a concurenților înscriși în cursa electorală. Respectiv, cu cât mai informat este alegătorul despre oferta electorală din campanie, cu atât decizia acestuia va fi mai bine argumentată.

3. Excluderea pct.16 din proiectul de lege, Art.66 alin. (7) este argumentat prin faptul că el deschide o porțiță largă pentru a plasa, contra plată, publicitate ascunsă la furnizorul public de servicii media sub forma unor spoturi sociale. De exemplu, mai multe companii au și fundații de caritate, iar activitatea acestora poate fi reflectată prin spoturi sociale. Sub masca publicității sociale pot fi ascunse și acțiunile unor fundații politice. De asemenea, există mulți agenți economici care au campanii sociale, scopul ascuns al cărora, bineînțeles, este promovarea fie a companiei, fie a produselor companiei. Mai mult, articolul menționat, prin sintagma "...și alte mesaje de interes public" lasă loc de interpretare largă. Nu este definit care este "interes public" și cine-l stabilește.



Adela RAILEANU,
Deputat în Parlament