# Raport cumulativ privind mersul dezbaterilor pe platforma MediaForum.md. Management și Legislație

**Iulie 2018 – Iunie 2019**

## Date generale

În această perioadă, la compartimentul Management și Legislație s-au desfășurat două dezbateri online, care au vizat două situații importante.

## Temele și mersul dezbaterilor

1. ***Jurnaliști atacați în timpul muncii. Scopuri și efecte***

Experimentata jurnalistă Alina Radu a abordat fenomenul care în luna august 2018 a căpătat proporții și anume: atacurile asupra jurnaliștilor în timpul evenimentelor publice. Numărul în continuă creștere al atacurilor indica asupra faptul că acestea deveniseră deja o obișnuință. Potrivit observațiilor moderatoarei, erau atacați, cel mai des, reporterii și instituțiile media care analizau critic acțiunile diferitor actori ai guvernării, primari, miniștri, șefi de instituții publice, parlamentari sau rude ale acestora. Concluzia la care a ajuns Legislația în domeniul presei spune că persoanele oficiale poartă răspundere legală dacă ”au zădărnicit activitatea profesională legitimă a jurnalistului” sau ”au exercitat asupra jurnalistului măsuri de constrângere în scopul difuzării sau nedifuzării informației”. Mai mult ca atât, chiar și Codul Penal spune că se sancționează cu amendă sau chiar cu privarea de dreptul de a ocupa anumite funcții sau de a exercita o anumită activitate pe un

termen de până la 3 ani, persoana cu funcție de răspundere care a îngrădit accesul jurnaliștilor. La fel, Codul Contravențional prevede amenzi pentru cei care îngrădesc accesul jurnaliștilor la informații. Cu toate acestea, legea nu se aplică eficient, iar atacurile asupra jurnaliștilor continuă.

**Dezbaterea, lansată pe 8 august, a fost comentată pe larg, în mare parte, de către jurnaliști.** Aceștia au criticat lipsa de acțiune din partea organelor de drept, fapt care îi încurajează pe actorii politici și non-politici să atace și să agreseze jurnaliștii în continuare. O altă opinie a fost că și jurnaliștii ar purta o parte din vină pentru ce li se întâmplă. „Eu cred că principala cauză este că noi, breasla, nu am reușit să ne impunem respectul, să reacționăm prompt și solidar atunci când unul dintre noi este atacat, fie verbal, fie fizic", a comentat jurnalista Mariana Rață.

Moderatoarea a intervenit cu mai multe recomandări pentru instituțiile statului:

a) statul trebuie să garanteze securitatea cetățenilor săi în timpul muncii, inclusiv a jurnaliștilor, dar nu doar a acestora;

b) orice persoană care a îngrădit dreptul la muncă pentru oricine, inclusiv pentru jurnaliști, trebuie determinată de către organele statului să repare situația;

c) orice persoană care a abuzat, lovit, agresat pe oricine, inclusiv pe jurnaliști, trebuie investigată și pedepsită de către organele de drept ale statului.

## 2. *Publicitatea electorală: aspectele legale și economice față de cele de etică*

**În contextul alegerilor parlamentare din februarie 2019, proprietarul portalului de știri Unimedia Cristian Jardan a lansat o dezbatere despre aspectele și dilemele publicității electorale.** Trebuie sau nu blamată mass-media pentru că acceptă și difuzează (publică) materiale promoționale de la actori politici, partide cu probleme evidente de integritate? În cazul radiodifuzorilor, legea este clară, a remarcat moderatorul, pe când pentru online regulile sunt elaborate individual de către redacții. Cristian Jardan a vorbit și despre beneficiile financiare, deloc de neglijat. „Pe o piață media atât de mică, campaniile electorale sunt o afacere foarte greu de refuzat, fiind un colac de salvare pentru instituțiile media. La UNIMEDIA avem grijă ca, de fiecare dată, materialul comandat să fie publicat într-o categorie distinctă și cu un disclaimer", a menționat managerul media. Dezbaterea a adunat 12 comentarii, pe care le-au formulat 10 utilizatori. Într-un comentariu, directorul API, Petru Macovei, a accentuat că obligația să indice cine plătește reclama în campania

electorală o au toate instituțiile media. „Și asta mi se pare corect, dar și etic”, a concluzionat el. Un alt utilizator a menționat că reglementările nu fac decât să strice piața, iar platformele trebuie să fie libere să aleagă pe cine acceptă sau pe cine nu acceptă, de asemenea să aibă reguli interne cum plasează publicitatea. O practică bună ar mai fi ca fiecare platformă să indice ce direcție ideologică politică au. O altă categorie de comentatori au dezvoltat ideea ca legea să oblige doar radiodifuzorii de stat, iar instituțiile media private să activeze în perioada campaniei electorale în baza propriilor reguli. O recomandare este ca fiecare instituție media ar trebui să decidă liber și doar din interese de piață. Însă, această piață trebuie să fie corectă, matură și să activeze în condiții egale pentru toți, fără monopoluri și adevărate înțelegeri de cartel. O altă recomandare ar fi elaborarea unei statistici despre unde au ajuns grosul banilor în perioada campaniei electorale.

## Recomandări

*Principalele recomandări făcute de moderatori la rubrica Management și Legislație sunt:*

- autoritățile trebuie să garanteze efectiv securitatea tuturor cetățenilor în timpul muncii, inclusiv a jurnaliștilor;
- orice persoană care a îngrădit dreptul la muncă pentru oricine, inclusiv pentru jurnaliști, trebuie determinată de către organele statului să repare situația;
- cei care au abuzat, lovit, agresat pe oricine, inclusiv pe jurnaliști, trebuie investigați și pedepsiți;
- pentru ca piața publicității să fie mai transparentă, trebuie să existe evidența circulației banilor de la actorii politici la instituțiile mass-media;
- instituțiile media ar trebuie să publice disclaimer la fiecare material promoțional cu informații despre cine este comanditarul publicității.