



Str. Alexei Șciusev 53, MD-2012
Chișinău, Republica Moldova
IDNO 1009620000479
Tel: (+373 22) 213652, 227539
Fax: (+373 22) 226681
E-mail: cdurnea@ijc.md

PARLAMENTUL REPUBLICII MOLDOVA

Comisia pentru cultură, educație, cercetare, tineret, sport și mass-media

E-mail: cem@parlament.md / info@parlament.md

06.05.2026

OPINIE

pe marginea Proiectului legii privind mass-media nr. 123

Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI) a examinat Proiectul legii privind mass-media nr. 123 prin prisma Legii nr. 100/2017 cu privire la actele normative, a Regulamentului (UE) 2024/1083 al Parlamentului European și al Consiliului din 11 aprilie 2024 de stabilire a unui cadru comun pentru serviciile mass-media în cadrul pieței interne și de modificare a Directivei 2010/13/UE (Regulamentul european privind libertatea mass-mediei), precum și prin prisma standardelor naționale și europene relevante în domeniul libertății de exprimare, independenței editoriale, pluralismului mediatic, transparenței proprietății mass-media și protecției jurnaliștilor.

Prezenta opinie vizează principalele probleme de concepție, coerență normativă și tehnică legislativă identificate în textul proiectului, precum și riscurile de aplicare neuniformă sau disproporționată a unor prevederi. CJI apreciază necesitatea modernizării cadrului juridic aplicabil mass-mediei și a alinierii acestuia la standardele europene, însă consideră că proiectul necesită o revizuire substanțială din perspectiva tehnicii legislative, a coerenței terminologice, a corelării cu cadrul normativ existent și a alinierii riguroase la standardele europene invocate.

Deficiențele identificate nu sunt doar de ordin redacțional, ci vizează arhitectura juridică a proiectului, delimitarea titularilor de drepturi și obligații, raportul dintre reglementarea generală și reglementările sectoriale, precum și riscul instituirii unor obligații neclare sau dificil de aplicat în practică.

Textul de mai jos sintetizează principalele probleme identificate de CJI în cadrul analizei Proiectului legii privind mass-media nr. 123. Observațiile detaliate, inclusiv comentariile, obiecțiile și sugestiile formulate pe marginea fiecărui articol și alineat al proiectului, sunt prezentate ulterior, în tabelul de analiză prezentat mai jos, începând cu pagina 4.

O primă categorie de probleme vizează existența unor dispoziții declarative, repetitive sau plasate impropriu în structura proiectului. Mai multe prevederi nu instituie reguli juridice propriu-zise, ci reproduc norme deja existente ori formulează obiective generale de politică publică fără a identifica subiectul obligației, conduita juridică necesară, procedura de realizare sau consecințele juridice. De exemplu, art. 1 alin. (2) reia, în esență, conținutul Legii nr. 64/2010 cu privire la libertatea de exprimare, fără a adăuga un element normativ nou la obiectul și scopul proiectului. O problemă similară apare la art. 3 alin. (1) și alin. (4), care reproduc garanții deja consacrate în

legislația în vigoare referitoare la libertatea de exprimare, independența editorială și interzicerea cenzurii. În aceeași logică, art. 4 conține mai multe formulări cu caracter programatic, precum „statul asigurat”, „încurajează”, „promovează” sau „stimulează”, fără a transforma aceste obiective în obligații juridice operaționale.

CJI consideră că asemenea paralelisme normative afectează calitatea reglementării și pot genera confuzie în aplicare. Proiectul ar trebui să evite duplicarea normelor din *Legea nr. 64/2010, Legea nr. 50/2024 privind Fondul pentru subvenționarea mass-mediei, Legea nr. 62/2022 cu privire la publicitate și Codul serviciilor media audiovizuale (CSMA)*. Normele de trimitere sunt utile doar dacă stabilesc raporturi clare de competență, soluționează conflicte normative sau asigură aplicarea complementară a unor regimuri juridice distincte.

În aceeași ordine de idei, art. 1 alin. (3) și alin. (4) ridică probleme importante privind domeniul de aplicare al legii și raportul acesteia cu CSMA. Criteriul jurisdicțional referitor la „partea majoritară a angajaților implicați în furnizarea serviciilor mass-media” este formulat restrictiv, deoarece include doar persoanele aflate în raporturi de muncă și exclude colaboratorii care contribuie efectiv la furnizarea serviciului mass-media în temeiul unor contracte civile sau al altor raporturi juridice. Această formulare este necorelată cu terminologia utilizată în CSMA, care operează cu noțiunea mai largă de „forță de muncă implicată”.

De asemenea, proiectul nu stabilește suficient de clar cum se va aplica legea în raport cu furnizorii de servicii media audiovizuale care intră deja sub incidența CSMA. Formula potrivit căreia dispozițiile CSMA prevalează, cu excepția situațiilor în care proiectul stabilește „garanții sau reguli generale aplicabile tuturor formelor de mass-media”, poate genera incertitudine juridică. Nu este clar care norme vor fi considerate generale, care vor avea caracter special și cum se va evita suprapunerea competențelor între autorități.

CJI recomandă reformularea domeniului de aplicare al proiectului și instituirea unor norme clare de corelare cu CSMA, în special în privința jurisdicției, concentrărilor media și obligațiilor aplicabile furnizorilor de servicii media audiovizuale.

Una dintre cele mai semnificative vulnerabilități ale proiectului este lipsa unei arhitecturi terminologice coerente. Art. 2 conține un număr mare de noțiuni care se suprapun, se definesc circular sau sunt utilizate neuniform în restul proiectului.

Noțiunile „mass-media”, „furnizor de servicii mass-media”, „editor mass-media”, „redactor-șef”, „consiliu editorial”, „decizie editorială” și „responsabilitate editorială” nu sunt delimitate suficient. De exemplu, definiția „editorului mass-media” se suprapune aproape integral cu cea a furnizorului de servicii mass-media, iar proiectul nu explică dacă editorul este o funcție internă, o persoană distinctă de furnizor sau chiar furnizorul însuși. În același timp, decizia editorială este atribuită editorului, în timp ce independența editorială și responsabilitatea editorială sunt plasate, în alte articole, la nivelul furnizorului. Această oscilație creează incertitudine privind titularul real al responsabilității editoriale și al obligațiilor juridice aferente.

O altă problemă vizează raportul dintre „conținut”, „conținut media”, „produs media”, „conținut ilegal” și „conținut care încalcă drepturile protejate de lege”. Proiectul definește conținutul ilegal

și conținutul care încalcă drepturile protejate de lege exclusiv ca forme de „conținut media”, adică sub responsabilitatea editorială a furnizorului. Totuși, art. 9 aplică aceleași noțiuni și conținutului generat de utilizatori, inclusiv comentariilor de pe paginile web și rețelele sociale ale furnizorului. Această inconsecvență este problematică, deoarece confundă conținutul editorial cu exprimările terților.

CJI recomandă revizuirea integrală a art. 2, eliminarea definițiilor redundante, uniformizarea terminologiei și corelarea tuturor noțiunilor cu terminologia din Regulamentul european privind libertatea mass-mediei, Directiva serviciilor mass-media audiovizuale, Directiva (UE) 2019/790 și legislația națională relevantă.

Proiectul declară transpunerea parțială a Regulamentului european privind libertatea mass-mediei, însă anumite definiții și mecanisme nu reproduc integral sensul și domeniul de aplicare al normelor europene. De exemplu, definiția „serviciului mass-media” omite trimiterea la noțiunea de serviciu în sensul art. 56 și 57 TFUE, ceea ce poate extinde nejustificat domeniul de aplicare al legii asupra unor activități care nu au caracter economic.

Definiția „concentrării pieței mass-media” este, de asemenea, doar parțial compatibilă cu Regulamentul european. Textul proiectului nu include expres furnizorul unei platforme online care oferă acces la conținut mediatic, deși acesta este inclus în definiția europeană. În plus, art. 15 nu reproduce integral criteriile de evaluare prevăzute de art. 22 alin. (2) din Regulamentul european privind libertatea mass-mediei, iar mecanismul propus nu este suficient corelat cu dispozițiile CSMA referitoare la pluralismul audiovizual și cotele de audiență.

În privința publicațiilor de presă, proiectul operează cu două formulări diferite (una în art. 2 și alta în art. 6). Această dublare trebuie eliminată. Definiția ar trebui aliniată la Directiva (UE) 2019/790, inclusiv prin utilizarea formulării „alcătuită în principal din opere literare cu caracter jurnalistic” și prin evitarea adăugării unor excluzeri care nu se regăsesc în textul directivei, cu excepția cazului în care acestea sunt justificate expres și compatibile cu dreptul UE.

Art. 9 instituie obligații pentru furnizorii de servicii mass-media online privind regulile aplicabile comentariilor și altor forme de conținut generat de utilizatori. Textul obligă furnizorii să stabilească reguli de moderare, să elimine conținutul vădit ilegal, să instituie mecanisme de notificare și să analizeze conținutul semnalat. CJI consideră necesară combaterea conținutului ilegal și protejarea drepturilor persoanelor vizate, însă soluția normativă propusă trebuie calibrată atent. Se recomandă reformularea art. 9 astfel încât obligațiile de moderare să fie clare, proporționale și compatibile cu statutul furnizorilor de servicii mass-media, fără transformarea redacțiilor în mecanisme quasi-administrative de control permanent al exprimărilor utilizatorilor.

Art. 18 consacră rolul Consiliului de Presă ca mecanism de autoreglementare. În principiu, această soluție este compatibilă cu rolul autoreglementării în domeniul mass-media. Totuși, în contextul consacrării posibilității persoanelor de a se adresa instanței de judecată dacă apreciază că le-au fost afectate drepturile sau interesele legitime prin deciziile Consiliului de Presă, este imperios de a preciza în ce constă eventuala vătămare juridică și care este temeiul procesual al acțiunii.

În concluzie, CJI recomandă revizuirea substanțială a proiectului înainte de promovarea acestuia.

**PROIECT
LEGE
privind mass-media**

Parlamentul adoptă prezenta lege organică.

Prezenta lege transpune parțial articolele 1, 2, 3, 4, 6, 22, 24 și 25 din Regulamentul (UE) 2024/1083 al Parlamentului European și al Consiliului din 11 aprilie 2024 de stabilire a unui cadru comun pentru serviciile mass-media în cadrul pieței interne și de modificare a Directivei 2010/13/UE (Regulamentul european privind libertatea mass-mediei).

**Capitolul I
DISPOZIȚII GENERALE**

Articolul 1. Scopul și obiectul de reglementare a legii

(1) Prezenta lege stabilește cadrul juridic general privind funcționarea furnizorilor de servicii mass-media, instituie măsuri complementare pentru garantarea libertății de exprimare, protecția pluralismului mediatic, protecția, autonomia și siguranța jurnaliștilor, asigurarea autonomiei instituționale și a independenței editoriale, incluzând cerințe privind transparența structurii proprietății și responsabilitățile furnizorilor de servicii mass-media.

(2) Garanțiile privind exercitarea dreptului la libera exprimare, asigurarea echilibrului între dreptul la libera exprimare și apărarea onoarei, demnității, reputației profesionale și vieții private și de familie ale persoanei sunt reglementate de Legea nr.64/2010 cu privire la libertatea de exprimare.

Potrivit art. 45 alin. (1) din Legea nr. 100/2017, dispozițiile generale trebuie să determine obiectul, scopul și domeniul de aplicare al legii ori să orienteze reglementarea. Alin. (2) nu adaugă niciun element normativ nou la scopul și obiectul proiectului de lege (deja stabilite la alin. (1) al proiectului de lege), ci doar dublează inutil conținutul art. 1 alin. (1) al *Legii nr. 64/2010 cu privire la libertatea de exprimare* - o reglementare deja existentă, care trasează scopul și sfera de aplicare a *Legii nr. 64/2010*.

(3) Prezenta lege se aplică furnizorilor de servicii mass-media care își au sediul principal, redacția sau reședința permanentă pe teritoriul Republicii Moldova sau îndeplinesc cumulativ următoarele condiții în cazul în care sediul principal și redacția nu se află pe teritoriul aceluiași stat:

a) partea majoritară a angajaților implicați în furnizarea serviciilor mass-media își desfășoară activitatea în Republica Moldova;

b) deciziile editoriale privind serviciile mass-media sunt luate pe teritoriul Republicii Moldova.

Sintagma „partea majoritară a angajaților implicați în furnizarea serviciilor mass-media” (alin. (3), lit. a)) este improprie și urmează a fi revizuită. Utilizarea noțiunii „angajați” restrânge nejustificat criteriul de legătură doar la persoanele aflate în raporturi de muncă, respectiv la cele care activează în baza unui contract individual de muncă, excluzând sau lăsând în afara sferei normei alte persoane care participă efectiv la furnizarea serviciilor mass-media în temeiul altor raporturi juridice. Totodată, formularea este în disonanță cu terminologia deja utilizată în reglementarea sectorială existentă (Codului serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr. 174/2018 -[CSMA](#)). Astfel, CSMA operează, în materia criteriilor de jurisdicție, cu noțiunea mai largă de „forță de muncă implicată”, nu cu cea de „angajați”, prevăzând expres „o parte majoritară a forței de muncă implicate”, conform Directivei UE privind serviciile mass-media audiovizuale (DSMAV).

Mai mult, art. 1 alin. (3) din proiect este în disonanță evidentă cu regimul special și detaliat de stabilire a jurisdicției prevăzut de art. 2 alin. (5)–(7) din CSMA, care are în vedere un ansamblu

de criterii specifice (inclusiv sediul principal, locul luării deciziilor editoriale, partea semnificativă a forței de muncă implicate, prima transmisie, existența unei legături stabile și efective cu economia Republicii Moldova ș.a.). **Important:** art. 1 alin. (4) din proiect (mai jos), prin formula „cu excepția situațiilor în care prezenta lege stabilește garanții sau reguli generale aplicabile tuturor formelor de mass-media”, poate genera incertitudine juridică în raport cu aplicabilitatea garanțiilor/regulilor generale în privința furnizorilor de servicii media audiovizuale, în special în ipoteza în care aceștia se califică drept aflați în jurisdicția Republicii Moldova potrivit CSMA, dar nu și potrivit criteriilor prevăzute de Legea privind mass-media.

(4) Prezenta lege nu se aplică aspectelor reglementate în mod expres de Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova, nr. 174/2018. În cazul în care unele aspecte sunt reglementate concomitent de prezenta lege și de Codul serviciilor media audiovizuale, se vor aplica dispozițiile Codului, cu excepția situațiilor în care prezenta lege stabilește garanții sau reguli generale aplicabile tuturor formelor de mass-media.

Norma necesită a fi revizuită prin prisma art. 48 al [Legii nr. 100/2017 cu privire la actele normative](#) referitoare la dispozițiile tranzitorii. Prin urmare, aceasta urmează să fie plasată, ulterior ajustării, în Capitolul VI.

(5) Dispozițiile prezentei legi referitoare la dezvăluirea conflictelor de interese, interzicerea instigării la discriminare, violență, război, ură și intoleranță, precum și reglementările privind protecția copiilor, comentariile și comunicările comerciale se aplică tuturor formelor de comunicare care reprezintă servicii mass-media.

(6) Prezenta lege se aplică formelor de comunicare care întrunesc condițiile și criteriile stabilite pentru serviciile mass-media și nu se aplică comunicărilor private.

Articolul 2. Noțiuni principale

În sensul prezentei legi, termenii și expresiile de mai jos au următoarele semnificații:

concentrare a pieței mass-media – situația, în sensul Legii concurenței nr. 183/2012, în care una sau mai multe persoane fizice și/sau juridice dobândesc ori exercită, direct sau indirect, control sau influență determinantă asupra unuia sau mai multor furnizori de servicii mass-media, într-un mod care poate afecta pluralismul mass-media, favoriza practicile anticoncurențiale precum și concurența loială pe piața mass-media. Aceasta include controlul direct sau indirect asupra proprietății, deciziilor editoriale, resurselor financiare, distribuției sau comercializării publicității în sectorul mass-media;

Prevederea este parțial compatibilă cu art. 2, pct. 15 al Regulamentului (UE) 2024/1083 al Parlamentului European și al Consiliului din 11 aprilie 2024 de stabilire a unui cadru comun pentru serviciile mass-media în cadrul pieței interne și de modificare a Directivei 2010/13/UE (în continuare – „[Regulamentul european privind libertatea mass-mediei](#)”), care prevede că „concentrare a pieței mass-mediei” înseamnă o concentrare în sensul definiției de la articolul 3 din Regulamentul (CE) nr. 139/2004 care implică cel puțin un furnizor de servicii mass-media sau un furnizor al unei platforme online care oferă acces la conținut mediatic. Art. 3 al [Regulamentului \(CE\) nr. 139/2004](#) oferă concepte tehnice precise din dreptul concurenței, bazate pe modificarea de durată a controlului, realizată prin fuziune, achiziție ș.a., și care include excepțiile specifice aceluși regim. În schimb, textul proiectului de lege oferă o definiție mai largă, orientată mai degrabă spre efecte și pe potențialul de a afecta pluralismul mass-media. Definiția din proiect omite un element expres al art. 2 pct. 15 al *Regulamentului european privind libertatea mass-mediei*, și anume includerea furnizorului unei platforme online care oferă acces

la conținut mediatic. Noțiunea urmează a fi corelată expres cu prevederile detaliate ale Legii concurenței nr. 183/2012 privind concentrările economice, în sensul art. 3 din Regulamentul (CE) nr. 139/2004.

concentrare orizontală pe piața mass-media – situația în care o persoană fizică sau juridică deține sau exercită control direct ori indirect asupra a doi sau mai mulți furnizori de servicii mass-media care activează în același tip de serviciu mass-media sau în același segment al pieței mass-media;

concentrare verticală pe piața mass-media – situația în care o persoană fizică și/sau juridică deține sau exercită control direct ori indirect asupra unor entități economice care operează în etape diferite ale lanțului de producție, distribuție sau comercializare a conținutului mass-media, inclusiv furnizori de servicii mass-media, producători de conținut, distribuitori ori entități implicate în comercializarea publicității;

În cadrul prezentei definiții, dar și în conținutul proiectului, se remarcă utilizarea neuniformă a noțiunilor „conținut media” și „conținut mass-media”.

concentrare încrucișată pe piața mass-media – situația în care o persoană fizică și/sau juridică deține ori exercită control direct sau indirect asupra unor furnizori de servicii mass-media aparținând unor **tipuri** diferite de servicii mass-media (televiziune, radio, presă scrisă sau servicii mass-media online) în aceeași regiune geografică;

Tipurile diferite de servicii mass-media, enumerate între paranteze ca „televiziune, radio, presă scrisă sau servicii mass-media online” nu sunt formulate coerent cu taxonomia serviciilor mass-media folosită în alte articole.

Definiția generală a „serviciului mass-media” arată că, după criteriul de clasificare, serviciile mass-media pot fi „tipărite, audiovizuale, online sau mixte”, iar art. 7 și art. 14 folosesc aceeași logică taxonomică: „tipărit, online, audiovizual sau mixt”. Așadar, definiția concentrării încrucișate nu reproduce terminologia-cadru a proiectului. A doua neconcordanță este excluderea neexplicată a categoriei „mixte”. A treia neconcordanță privește sintagma „presă scrisă”. În proiect, noțiunea operativă este „publicație de presă”, care poate fi „tipărită sau online”.

conflict de interes – situația în care interesele financiare, patrimoniale sau personale ale furnizorului de servicii mass-media, ale administratorilor, proprietarilor acestuia sau ale membrilor familiilor lor, precum și ale altor persoane fizice sau juridice cu care aceștia au avut sau au relații de natură personală, economică sau politică, influențează sau pot influența independența editorială sau exercitarea responsabilității editoriale în furnizarea informațiilor de interes public ori de interes social general;

Noțiunea din art. 2 include interesele furnizorului, ale administratorilor, proprietarilor, membrilor familiilor lor, precum și ale altor persoane fizice sau juridice cu care aceștia „au avut sau au” relații personale, economice sau politice. Formularea este prea extensivă/vagă și dificil de aplicat, întrucât nu delimitează clar subiecții relevanți și nici relevanța juridică a raporturilor vizate. În plus, există neconcordanțe majore între definiția generală și normele de conținut. Art. 9 alin. (1) lit. b) al proiectului se referă la „orice conflict de interes real sau potențial al oricărei persoane care deține interese sau drepturi în cadrul furnizorului”, iar art. 14 alin. (3) lit. j) al proiectului -la „conflictele de interes declarate care pot influența activitatea editorială. Aceste formule nu coincid cu definiția din art. 2 și folosesc criterii diferite privind subiecții, natura

conflictului și obiectul influenței. Totodată, nu este clar cine are obligația de declarare și ce anume trebuie declarat. Proiectul nu stabilește expres cine declară conflictul de interese, în ce condiții/în ce termen, cui se declară și care este raportul dintre dezvăluirea internă prevăzută la art. 9 și publicarea externă prevăzută la art. 14. În lipsa acestor elemente, obligația legală este incompletă și riscă să fie inaplicabilă.

Se recomandă:

-identificarea expresă a subiecților obligației de declarare a conflictului, respectiv a persoanei/persoanelor care iau, direct ori indirect, decizii editoriale sau exercită responsabilitatea editorială (anume asupra acestora se răsfrânge riscul influențării independenței editoriale);

- raportarea conflictului de interese la existența unui interes personal, într-o formulă compatibilă cu logica [Legii nr. 133/2016](#) privind declararea averii și a intereselor personale, în sensul că interesul personal reprezintă orice interes material sau nematerial al persoanei relevante, rezultat din activitățile sale private, din relațiile sale cu persoane apropiate, persoane juridice, alți agenți economici, precum și din relațiile ori afilierile sale cu organizații necomerciale, inclusiv partide politice și organizații internaționale;

- detalierea expresă a consecințelor juridice a conflictului de interese, prin precizarea că acesta există atunci când interesul personal influențează sau ar putea influența exercitarea imparțială și obiectivă a obligațiilor și responsabilităților în exercitarea responsabilității editoriale și/sau independența editorială a furnizorului de servicii mass-media.

consiliu editorial – grup de persoane fizice compus din redactorul-șef, redactori și jurnaliști angajați și alți colaboratori sau membri ai personalului permanent angajați ai furnizorului de servicii mass-media fie în baza unui contract individual de muncă, fie în baza unui contract civil. În situația în care nu există redactori, jurnaliști angajați de editor sau alți colaboratori contractuali ori personal permanent, funcția editorială poate fi exercitată integral de către redactorul-șef, care își asumă responsabilitatea editorială;

Textul propus pentru definirea noțiunii *consiliu editorial* include în aceeași unitate normativă atât un element noțional, cât și o regulă de drept material. Potrivit art. 45 alin. (1) lit. c) al [Legii nr. 100/2017](#), dispozițiile generale ale actului normativ sunt prevederile care explică termeni și definesc concepte. În schimb, conform art. 46 alin. (1) și alin. (2) lit. a) și b) din aceeași lege, dispozițiile de conținut reprezintă reglementările în fond ale raporturilor sociale și stabilesc reguli, drepturi și obligații, precum și modul de realizare a acestora. Mai exact, prima teză a definiției (prin care se indică faptul că „*consiliul editorial*” este un grup de persoane fizice compus din (...)) are caracter definitoriu și se înscrie, în principiu, în categoria dispozițiilor generale. În schimb, teza a doua („*În situația în care nu există redactori, jurnaliști angajați de editor sau (...), funcția editorială poate fi exercitată integral de către redactorul-șef, care își asumă responsabilitatea editorială*”) nu mai explică noțiunea, ci instituie o regulă materială privind exercitarea funcției editoriale și asumarea responsabilității editoriale într-o ipoteză concretă.

În plus, consacarea noțiunii nu este suficient justificată în economia proiectului. Din examinarea textului rezultă că, în afara includerii sale în art. 2, termenul este utilizat în conținutul normativ propriu-zis doar o singură dată, la art. 7 alin. (9) lit. f), unde se prevede că în Registru se înscriu, „după caz, componenta consiliului editorial”.

Separat, definiția este viciată și sub aspect terminologic. Textul vorbește despre „jurnaliști angajați” și despre „membri ai personalului permanent angajați ... fie în baza unui contract

individual de muncă, fie în baza unui contract civil”. Noțiunile de „angajare”, „angajator”, „angajat/salariat” aparțin, în mod propriu, sferei raporturilor de muncă. Prin urmare, persoana care activează în baza unui contract civil de prestări servicii sau a altui contract civil nu poate fi calificată, în sens tehnico-juridic riguros, drept „angajată” în aceeași accepțiune ca salariatul.

Nu în ultimul rând, definiția „consiliului editorial” este în disonanță cu noțiunile de „decizie editorială”, „responsabilitate editorială”, „editor mass-media” și „redactor-șef”. În forma actuală, proiectul descrie consiliul editorial ca un grup de persoane care îl include pe redactorul-șef, redactori, jurnaliști și alți colaboratori, specificând că, *în situația în care nu există redactori, jurnaliști angajați de editor (...), funcția editorială poate fi exercitată integral de către redactorul-șef, care își asumă responsabilitatea editorială*. În același timp, „decizia editorială” este definită ca acțiunea sau hotărârea **luată de editorul mass-media** în exercitarea responsabilității editoriale, iar „responsabilitatea editorială” este legată de controlul efectiv și supravegherea procesului de selecție, organizare și clasificare a conținutului de către furnizorul de servicii mass-media. Rezultă că proiectul plasează, concomitent, funcția editorială în sarcina consiliului sau redactorului, editorului mass-media, fără a delimita raportul juridic dintre aceste structuri și funcții.

conținut – orice informație sau material, indiferent de forma de exprimare sau de mijlocul de transmitere, creat și pus la dispoziția publicului sau unui grup de persoane, inclusiv comentarii și alte forme de conținut generate de utilizatori, cu excepția comunicărilor private;

Raportul dintre noțiunea generală „conținut” și noțiunile derivate „conținut media”, „conținut ilegal” și *conținut care încalcă drepturile protejate de lege* generează maximă confuzie. Definiția „conținutului” este foarte largă și include orice informație sau material pus la dispoziția publicului sau a unui grup de persoane, inclusiv comentarii și alte forme de conținut generate de utilizatori, cu excepția comunicărilor private. În schimb, „conținutul ilegal” și „conținutul care încalcă drepturile protejate de lege” sunt definite **exclusiv ca forme de „conținut media”**.

Totuși, în art. 9, proiectul **aplică** aceste noțiuni **și conținutului generat de utilizatori**, inclusiv comentariilor publicate pe paginile web și pe platformele online ale furnizorului. Astfel, textul oscilează între tratarea conținutului generat de utilizatori ca simplu „conținut” și tratarea lui ca obiect al noțiunilor „conținut ilegal” sau „conținut care încalcă drepturile protejate de lege”, deși aceste din urmă au fost definite numai prin raportare la „conținut **media**”.

conținut media – conținut creat, organizat și pus la dispoziția publicului prin intermediul unui serviciu mass-media, sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii mass-media;

conținut care încalcă drepturile protejate de lege – conținut **media** care, fără a constitui conținut ilegal, aduce atingere drepturilor personalității garantate de legislația în vigoare, inclusiv dreptului la onoare, demnitate și reputație profesională, dreptului la propria imagine, dreptului la respectarea vieții intime, familiale și private, dreptului la protecția datelor cu caracter personal sau drepturilor minorilor prevăzute de legislația specială, ori drepturilor de autor și drepturilor conexe;

Proiectul definește această noțiune exclusiv ca formă de „conținut media”, adică de conținut aflat sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii mass-media. În schimb, art. 9 alin. (3), (5) și (7) aplică aceeași noțiune și conținutului generat de utilizatori, inclusiv

comentariilor publicate pe paginile web și pe paginile oficiale ale furnizorului de servicii mass-media.

conținut ilegal – conținut media care pune în pericol securitatea națională, cheamă la răsturnarea sau schimbarea prin violență a ordinii constituționale, îndeamnă la agresiune militară sau la conflict armat, precum și conținut media a cărui diseminare constituie, potrivit legii, o infracțiune sau o contravenție, inclusiv instigarea publică la comiterea infracțiunilor cu caracter terorist, a infracțiunilor legate de pornografia infantilă și a faptelor de natură fascistă, rasistă și xenofobă, precum și conținut media care reprezintă discurs de ură;

Proiectul definește această noțiune exclusiv ca formă de „conținut media”, adică de conținut aflat sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii mass-media. În schimb, art. 9 alin. (3), (5) și (7) aplică aceeași noțiune și conținutului generat de utilizatori, inclusiv comentariilor publicate pe paginile web și pe paginile oficiale ale furnizorului de servicii mass-media.

creator de conținut media – persoană fizică sau juridică care creează sau produce conținut mass-media în scop informativ, educativ, cultural, recreativ, comercial sau promoțional, exercitând responsabilitate editorială asupra conținutului realizat, destinat difuzării sau punerii la dispoziția unui public larg;

În cadrul prezentei definiții, dar și în conținutul proiectului, se remarcă utilizarea neuniformă a noțiunilor „conținut media” și „conținut mass-media”.

În plus, „conținutul media” (produs, potrivit definiției de mai sus, de creatorii de conținut) este definit ca fiind pus la dispoziția publicului **prin intermediul unui serviciu mass-media, sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii mass-media**. O altă incertitudine e generată de folosirea neuniformă a reperului „public”/„public larg”. „Conținutul” poate fi pus la dispoziția „publicului sau unui grup de persoane”; „conținutul media” este pus la dispoziția „publicului”; „creatorul de conținut media” produce conținut destinat „unui public larg”; „serviciul mass-media” este destinat „publicului larg”. În lipsa unei delimitări exprese, nu este clar dacă proiectul tratează identic „publicul”, „publicul larg” și „grupul de persoane” sau dacă acestea desemnează sfere diferite. Această variație terminologică este problematică.

decizie editorială – acțiunea sau hotărârea luată în mod periodic de editorul mass-media, în exercitarea responsabilității editoriale, cu privire la selecția, organizarea, clasificarea și prezentarea conținutului media destinat diseminării publice. Decizia editorială se referă la operațiuni zilnice și urmărește respectarea cadrului legal, politicilor editoriale declarate, precum și a normelor deontologice aplicabile;

În comparație cu noțiunea din art. 2 pct. 7 al [Regulamentului european privind libertatea mass-mediei](#), definiția din proiectul de lege dezvoltă noțiunea prin sintagma „cu privire la selecția, organizarea, clasificarea și prezentarea conținutului media destinat diseminării publice”, care este în mare parte redundantă, întrucât aceste elemente țin deja de conținutul noțiunii de „responsabilitate editorială”, definită distinct în proiect. În plus, nu este preluat expres criteriul potrivit căruia decizia editorială este luată „în mod periodic” (*on a regular basis*).

dezinformare – informație al cărei caracter fals sau înșelător poate fi verificat, care este creată, prezentată și răspândită pentru a obține un câștig economic sau pentru a induce, în mod deliberat, publicul în eroare și care poate provoca un prejudiciu public. Prejudiciul public cuprinde

amenințările la adresa proceselor politice, principiilor și valorilor democratice și a proceselor de elaborare a politicilor, precum și amenințările la adresa bunurilor publice, a protecției sănătății cetățenilor, a mediului sau a securității;

editor mass-media – persoana fizică sau juridică care asigură respectarea responsabilității editoriale în procesul de furnizare sau difuzare a unui produs media, selecție, organizare și clasificare a conținutului, inclusiv a programelor furnizate, și care stabilește modul de gestionare a acestei activități în cadrul unui furnizor de servicii mass-media;

Din perspectiva Legii nr. 100/2017, normele trebuie să respecte exigențele de coerență, consecutivitate, stabilitate și predictibilitate, iar proiectul trebuie să se integreze organic în cadrul normativ și să dispună logic instituțiile juridice și titularii de drepturi și obligații. Prima neconcordanță majoră este suprapunerea aproape integrală cu noțiunea de „furnizor de servicii mass-media”. Proiectul definește furnizorul ca persoana fizică sau juridică a cărei activitate profesională constă în furnizarea unui serviciu mass-media, care are responsabilitate editorială pentru alegerea conținutului serviciului și stabilește modul de organizare a acestuia. Aceste două noțiuni diferite descriu, în esență, același nucleu funcțional.

A doua neconcordanță este raportul intern illogic dintre „editor” și „furnizor de servicii mass-media”. Definiția spune că editorul stabilește modul de gestionare a activității editoriale „în cadrul unui furnizor de servicii mass-media”. Asta sugerează că editorul este o entitate distinctă de furnizor. Totuși, editorul este definit tot ca persoană fizică sau juridică, exact ca furnizorul. Dacă editorul este persoană juridică distinctă de furnizor, textul nu explică **în baza cărui raport juridic o persoană juridică exercită sau organizează responsabilitatea editorială „în cadrul” altei persoane juridice**. Dacă, în schimb, editorul este chiar furnizorul, noțiunea devine redundantă.

A treia neconcordanță rezultă din definirea „deciziei editoriale”. Proiectul spune că decizia editorială este luată de „editorul mass-media”, în exercitarea responsabilității editoriale. Dar, în restul proiectului, titularul protejat împotriva ingerințelor în politicile și deciziile editoriale este „furnizorul de servicii mass-media”, nu editorul. Articolul 8 alin. (3) lit. a) interzice influențarea politicilor și deciziilor editoriale ale furnizorilor, iar art. 3 alin. (3) spune că furnizorii exercită responsabilitatea editorială în mod independent. Deci definițiile din art. 2 plasează decizia la editor, iar normele operative plasează independența și protecția juridică la furnizor.

O altă neconcordanță este că definiția „responsabilității editoriale” însăși plasează controlul efectiv și procedurile de supraveghere asupra procesului editorial la nivelul furnizorului de servicii mass-media. Prin urmare, dacă proiectul deja leagă responsabilitatea editorială de furnizor, atunci noțiunea de „editor mass-media” trebuie fie să indice clar o funcție internă desemnată de furnizor, fie să fie eliminată. În forma actuală, ea nu adaugă nimic clar regimului juridic al responsabilității editoriale.

Într-o alta ordine de idei, în proiect, drepturile, obligațiile, protecțiile și mecanismele administrative sunt construite în jurul „furnizorului de servicii mass-media”, al „jurnalistului”, al „redactorului-șef”, al „consiliului editorial” și al „persoanei care exercită responsabilitatea editorială”. „Editorul mass-media” apare practic doar în zona definițiilor și în sintagma privind „decizia editorială”, fără să primească un regim propriu de numire, identificare, răspundere, incompatibilități sau raport cu furnizorul.

educația în domeniul mass-mediei – ansamblul competențelor, cunoștințelor și abilităților care permit cetățenilor să utilizeze mass-media într-un mod eficient, sigur și responsabil. Aceasta

depășește simpla familiarizare cu instrumentele și tehnologiile, având ca obiectiv dezvoltarea gândirii critice necesare pentru a analiza și interpreta realități complexe, a discerne între opinii și fapte și a recunoaște eventualele manipulări sau dezinformări;

furnizor de servicii mass-media – persoană fizică sau juridică a cărei activitate profesională constă în furnizarea unui serviciu mass-media, care are responsabilitate editorială pentru alegerea conținutului serviciului mass-media și care stabilește modul de organizare a acestuia;

jurnalist – persoana fizică care desfășoară, cu titlu principal sau ocazional, activități cu scop jurnalistic constând în colectarea informației de interes public și/sau de interes social-general din orice sursă relevantă, redactarea și editarea acestei informații sub orice formă - text, fotografie, înregistrare video și/sau audio, desen, grafică etc., pentru diseminare publică prin orice mijloc de comunicare, inclusiv prin intermediul mass-media, în scop informativ, educativ, cultural sau recreativ, respectând normele etice și deontologice ale profesiei;

Sintagma „respectând normele etice și deontologice ale profesiei” nu descrie o trăsătură definitorie a noțiunii, ci introduce o exigență de conduită. Din perspectiva tehnicii legislative, definiția trebuie să identifice noțiunea, nu să includă în chiar conținutul ei o obligație profesională.

mass-media - persoane fizice sau juridice implicate în producerea, distribuirea și diseminarea de conținut media destinat unui public larg, care exercită, își asumă sau dețin responsabilitatea editorială asupra conținutului respectiv, în care sunt concepute, produse, distribuite și furnizate servicii de mass-media;

Definiția noțiunii „mass-media” este inutilă, întrucât dublează, în esență, noțiunea deja definită de „furnizor de servicii mass-media”.	
„mass-media”	„furnizor de servicii mass-media”
persoane fizice sau juridice	persoană fizică sau juridică
implicate în producerea, distribuirea și diseminarea de conținut media destinat unui public larg	activitatea profesională constă în furnizarea unui serviciu mass-media
producerea, distribuirea și diseminarea de conținut media	furnizarea unui serviciu mass-media și alegerea conținutului serviciului
destinat unui public larg	implicit, prin noțiunea de „serviciu mass-media”
exercită, își asumă sau dețin responsabilitatea editorială asupra conținutului	are responsabilitate editorială pentru alegerea conținutului serviciului
„organizarea activității” nu e prevăzută	stabilește modul de organizare a acestuia

măsurarea audienței - activitatea de colectare, interpretare sau prelucrare în alt mod a datelor privind numărul și caracteristicile utilizatorilor de servicii mass-media sau ale utilizatorilor de conținut pe platformele online în scopul adoptării deciziilor privind alocarea, prețurile, achizițiile sau vânzările de publicitate sau privind activitățile de planificare a conținutului sau distribuția de conținut;

măsurarea privată a audienței - măsurarea audienței care nu respectă standardele sectoriale și cele mai bune practici convenite prin mecanisme de autoreglementare;

platformă online – serviciu de găzduire care, la cererea unui destinatar al serviciului, stochează și diseminează informații către public, cu excepția cazului în care activitatea respectivă este o caracteristică minoră și pur auxiliară a unui alt serviciu sau o funcție minoră a serviciului principal și, din motive obiective și tehnice, nu poate fi utilizată fără celălalt serviciu, iar integrarea caracteristicii sau a funcției în celălalt serviciu nu este un mijloc de a eluda aplicarea prezentei legi;

pluralism mediatic – stare a spațiului informațional caracterizată prin diversitatea furnizorilor de servicii mass-media și diversitatea serviciilor mass-media (pluralism extern); diversitatea conținuturilor în cadrul serviciilor mass-media (pluralism intern); diversitatea opiniilor politice (pluralismul politic) și a expresiilor culturale (pluralismul cultural), diversitatea mesajelor adresate publicului ținută la nivel local, regional, național sau internațional (pluralismul geografic), diversitatea limbilor în care sunt furnizate serviciile mass-media (pluralism lingvistic) care, în ansamblu, contribuie la realizarea dreptului la libertatea de exprimare și a dreptului la informație;

produs media - unitate editorială finită și autonomă sub formă de text, imagine, audio, video sau o combinație a acestora, destinată publicului larg în scop informativ, educativ sau recreativ, furnizată separat ori în cadrul unui serviciu mass-media;

Delimitarea dintre „produs media” și „conținut media” este neclară. Dacă „conținutul media” este definit ca orice conținut creat, organizat și pus la dispoziția publicului prin intermediul unui serviciu mass-media, „produsul media” apare ca „unitate editorială finită și autonomă”, **furnizată separat ori** în cadrul unui serviciu mass-media. Proiectul însă nu explică explicit raportul dintre cele două noțiuni. Formulele din art. 12 alin. (1) lit. f) („(...)să refuze să realizeze sau să participe la realizarea produselor media **sau** conținuturilor media care contravin principiilor deontologice”) sugerează că legiuitorul le consideră noțiuni distincte, dar fără a stabili criteriul juridic al diferenței. Dacă produsul e furnizat separat atunci nu vorbim de calificarea acestuia drept *conținut media*, iar dacă e furnizat în cadrul serviciului atunci e conținut media?

O altă problemă ține raportarea la responsabilitatea editorială. „Editorul mass-media” este definit prin raportare la furnizarea sau difuzarea unui „produs media”, iar „responsabilitatea editorială” este definită prin raportare atât la „conținutul media”, cât și la „produsul media”. Cu toate acestea, definiția „produsului media” nu face nicio trimitere proprie la responsabilitatea editorială în cazul când furnizarea produsului nu are loc „în cadrul unui serviciu mass-media”.

software de supraveghere intruziv - program spion (spyware) sau orice produs cu elemente digitale special conceput pentru exploatarea vulnerabilităților altor produse cu elemente digitale, care permite supravegherea sub acoperire a persoanelor fizice sau juridice prin monitorizarea, extragerea, colectarea sau analizarea datelor din astfel de produse sau de la persoanele fizice sau juridice care utilizează astfel de produse, în special prin înregistrarea în secret a apelurilor sau prin utilizarea în alt mod a microfonului unui dispozitiv al utilizatorului final, filmarea persoanelor fizice, a mașinilor sau a împrejurimilor acestora, copierea mesajelor, fotografierea, urmărirea activității de navigare, urmărirea geo localizării, colectarea altor date senzoriale sau urmărirea activităților prin intermediul mai multor dispozitive ale utilizatorilor finali, fără ca persoana fizică sau juridică în cauză să fie informată în mod specific și fără să își fi dat în mod expres consimțământul specific în acest sens;

proprietar beneficiar – persoană fizică care, în temeiul legii și/sau al contractului, se află în una dintre următoarele situații:

- a) beneficiază sau poate beneficia de orice tip de venit din activitatea unui furnizor de servicii mass-media sau distribuitor de servicii mass-media și nu are obligația de a preda acest venit unei terțe persoane;
- b) deține, direct sau indirect, prin persoane afiliate, controlul asupra furnizorului de servicii mass-media ori distribuitorului de servicii mass-media;
- c) are calitatea de membru al organului de conducere al unei persoane juridice cu scop necomercial sau al unei persoane juridice în care nicio persoană fizică nu deține o cotă de participare egală cu sau mai mare decât cota substanțială, de asemenea are competența să revoce, singură sau împreună cu alți membri, majoritatea membrilor consiliului, organul executiv sau majoritatea membrilor organului executiv și/sau cenzorul ori majoritatea membrilor comisiei de cenzori a furnizorului de servicii mass-media sau a distribuitorului de servicii mass-media;

Art. 6 alin. (1) lit. (c) [EMFA](#) cere ca furnizorii de servicii mass-media să asigure accesibilitatea numelui proprietarilor direcți sau indirecți care pot influența funcționarea și deciziile strategice, numele **beneficiarilor efectivi așa cum sunt definiți la art. 3 pct. (6) din Directiva (UE) 2015/849**. În legislația națională, echivalentul funcțional și terminologia deja consolidată sunt „beneficiar efectiv” și criteriile din art. 5² din [Legea nr. 308/2017](#).

publicație de presă – publicație tipărită sau online, publicată periodic ori actualizată în mod regulat, sub un titlu unic, alcătuită în principal din conținut media destinate informării publicului prin furnizarea de informații, analize sau opinii privind actualitatea ori alte subiecte de interes public, și publicată sub responsabilitatea editorială a unei persoane fizice sau juridice;

[Directiva \(UE\) 2019/790](#) prevede că „*publicație de presă*” înseamnă o colecție alcătuită în principal din opere literare cu caracter jurnalistic, dar care poate include și alte opere sau alte obiecte protejate, și care: (a) constituie un element individual în cadrul unei publicații periodice sau publicații actualizate regulat sub un singur titlu, cum ar fi un ziar sau o revistă de interes general ori de specialitate; (b) are scopul de a oferi publicului larg informații referitoare la știri sau alte subiecte; și (c) este publicată în orice formă de mass-media la inițiativa, pe răspunderea editorială și sub supravegherea unui prestator de servicii. Publicațiile periodice care sunt publicate în scop științific sau academic, cum ar fi revistele științifice, nu sunt considerate publicații de presă în sensul prezentei directive;”.

- Proiectul operează cu două formulări normative diferite pentru *publicație de presă* (una în art. 2 și alta, mult mai apropiată de Directiva (UE) 2019/790, în art. 6). Așadar, prima neconcordanță majoră este chiar dublarea definiției.

Se recomandă alinierea exactă a definiției la cerințele din Directivă și evitarea dublării în conținutului proiectului.

redactor-șef - persoana fizică responsabilă de selectarea, organizarea sau plasarea temporală (momentul, durata, ordinea cronologică) sau spațială (locul, poziția) a conținutului media în cadrul mijloacelor de comunicare, având și alte atribuții stabilite în actul de constituire a furnizorului de servicii mass-media;

1. Definiția folosește expresia „în cadrul mijloacelor de comunicare”, deși proiectul operează, în rest, cu noțiunile de „furnizor de servicii mass-media”, „serviciu mass-media”, „conținut media”...

2. „Redactorul-șef” este definit ca persoana responsabilă de selectarea, organizarea ori plasarea temporală sau spațială a conținutului media. În același timp, „editorul mass-media” este definit ca persoana fizică sau juridică care asigură respectarea responsabilității editoriale în procesul de selecție, organizare și clasificare a conținutului și stabilește modul de gestionare a acestei activități, iar „decizia editorială” este calificată drept acțiunea sau hotărârea luată de editorul mass-media cu privire la selecția, organizarea, clasificarea și prezentarea conținutului media. În aceste condiții, proiectul atribuie redactorului-șef atribuții care se suprapun, în esență, cu cele deja subsumate editorului mass-media și deciziei editoriale, fără a delimita raportul dintre aceste funcții.

În paralel, definiția „consiliului editorial” îl include pe redactorul-șef ca parte a unei structuri colective, dar prevede că, în lipsa acesteia, funcția editorială poate fi exercitată integral de redactorul-șef, care își asumă responsabilitatea editorială. Prin această redactare, proiectul oscilează între redactorul-șef ca membru al unei structuri colegiale, **redactorul-șef ca titular singular al funcției editoriale și editorul mass-media ca titular al deciziei editoriale**, fără a delimita raportul juridic dintre aceste funcții.

responsabilitate editorială – exercitarea unui control efectiv și aplicarea unor proceduri stricte de supraveghere asupra procesului de selecție, organizare și clasificare a conținutului media și a produsului media furnizate sau difuzate de furnizorul de servicii mass-media. Responsabilitatea editorială include și verificarea continuă a conținutului media generat cu utilizarea instrumentelor de inteligență artificială utilizate pentru adaptarea și generarea automată de conținut relevant pentru diverse audiențe, în conformitate cu politicile editoriale și standardele etice și profesionale;

Art. 2, pct. 8 al *Regulamentului european privind libertatea mass-mediei*: „responsabilitate editorială” înseamnă exercitarea unui control efectiv asupra selecționării programelor sau a publicațiilor de presă și asupra organizării acestora, în scopul furnizării unui serviciu mass-media, indiferent dacă există o răspundere sau nu în conformitate cu dreptul intern pentru serviciul furnizat;

Substituirea sintagmei precise „programe sau publicații de presă” cu noțiunile „conținut media” și „produs media” este nejustificată. Definiția din *Regulamentul european privind libertatea mass-mediei* delimitează în mod expres obiectul responsabilității editoriale prin raportare la categoriile de conținut care structurează însăși noțiunea de „serviciu mass-media”, și anume programele și publicațiile de presă. Citat din preavizul Centrului de Armonizare a Legislației (CAL): „noțiunile „decizie editorială” „responsabilitate editorială” (...) care introduc elemente explicative suplimentare care, pot conduce la abateri de la sensul și domeniul de aplicare al reglementării europene”.

serviciu mass-media – serviciu sau secțiune dissociabilă a acestuia, scopul principal al căruia fiind furnizarea de programe sau publicații de presă, sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii mass-media, către publicul larg, prin orice mijloace, în scop informativ, de divertisment

sau educativ. În funcție de criteriul de clasificare, serviciile mass-media pot fi publice sau private; tipărite, audiovizuale, online sau mixte; locale, regionale, naționale sau internaționale, de știri, generaliste sau tematice (de nișă).

Conform art. 2 pct. 1 al Regulamentului european privind libertatea mass-mediei, „serviciu mass-media” înseamnă un serviciu, astfel cum este definit la articolele 56 și 57 din TFUE, scopul principal al serviciului respectiv sau al unei secțiuni dissociabile a acestuia fiind furnizarea de programe sau publicații de presă, sub responsabilitatea editorială a unui furnizor de servicii mass-media, către publicul larg, prin orice mijloace, în scop informativ, de divertisment sau educativ”. Noțiunea din proiectul de lege analizat omite un element esențial din definiția UE (calificarea „serviciului” în sensul articolelor 56 și 57 din TFUE). Lipsa acestei precizări extinde nejustificat domeniul de aplicare al noțiunii de „serviciu mass-media”, putând include activități care nu au caracter economic și care, potrivit dreptului UE, nu intră în sfera serviciilor.

Important! EMFA definește „serviciul mass-media” prin obiectul principal al serviciului, adică furnizarea de „programe sau publicații de presă”. În loc să păstreze ca obiect principal al serviciului mass-media doar „programele” și „publicațiile de presă”, proiectul introduce și alte categorii cu funcție aproape identică: „conținut media”, „produs media” și, indirect, „conținut”.

- „Conținut media” este definit ca acel conținut pus la dispoziția publicului prin intermediul unui serviciu mass-media. „Serviciul mass-media” este, la rândul său, definit ca serviciul care furnizează programe sau publicații de presă. Iar „publicația de presă” este definită ca fiind alcătuită în principal din „conținut media”.
- Definiția responsabilității editoriale se raportează la selecția, organizarea și clasificarea „conținutului media” și a „produsului media”. Or, dacă definiția de bază a serviciului mass-media are ca obiect „programe sau publicații de presă”, atunci și responsabilitatea editorială ar trebui corelată prioritar cu aceste noțiuni.

Articolul 3. Libertatea de exprimare a mass-mediei

(1) Statul garantează libertatea de exprimare a mass-mediei. Nimeni nu poate interzice sau împiedica mass-media să răspândească informații de interes public decât în condițiile legii.

Preluarea integrală a unei norme aflate deja în vigoare, într-un act normativ de aceeași forță juridică (art. 4 alin. (1) al [Legii nr. 64/2010](#)), creează un paralelism normativ nejustificat și inutil.

(2) Furnizorii de servicii mass-media își desfășoară activitatea în baza principiilor libertății de exprimare, independenței editoriale, pluralismului mediatic, imparțialității, exactității informației, respectării demnității umane și a drepturilor omului, protecției minorilor, nediscriminării, transparenței și responsabilității editoriale

(3) Furnizorii de servicii mass-media exercită responsabilitatea editorială în mod independent și asigură autonomia profesională a jurnaliștilor și altor persoane în producerea conținutului media conform concepțiilor editoriale și normelor deontologice jurnalistice, precum și asumarea responsabilității personale și instituționale pentru consecințele activității desfășurate.

(4) Independența editorială a furnizorilor de servicii mass-mediei este recunoscută și garantată de lege. Cenzura sub orice formă este interzisă.

Art. 5 alin. (1) al [Legii nr. 64/2010](#): „(1) Independența editorială a mass-mediei este recunoscută și garantată de lege. Cenzura este interzisă.”

Articolul 4. Pluralismul mediatic

(1) Pluralismul mediatic reprezintă un principiu fundamental al activității mass-media și contribuie la consolidarea statului de drept, a democrației pluraliste, la respectarea valorilor constituționale ale Republicii Moldova. Pluralismul mediatic include:

- a) asigurarea pluralității surselor de informații și a furnizorilor mass-media, precum și diversitatea conținutului media și a produsului media;
- b) garantarea accesului cetățenilor, inclusiv al minorităților naționale, al comunităților locale, al persoanelor cu dizabilități și al altor grupuri sociale vulnerabile, la informații și conținuturi media relevante în limbile și prin utilizarea tehnologiilor accesibile acestora;
- c) promovarea jurnalismului independent, etic și responsabil, bazat pe respectarea principiilor deontologice și a standardelor profesionale;
- d) reflectarea diversității opiniilor, convingerilor politice, culturale și sociale, precum și susținerea creativității culturale și artistice în mass-media;
- e) facilitarea accesului publicului la conținut media pluralist, independent și diversificat, ca fundament al democrației, al statului de drept și al participării civice active;
- f) susținerea educației în domeniul mass-media și alfabetizarea informațională pentru dezvoltarea capacităților critice și responsabilității consumatorilor/utilizatorilor de servicii mass-media;
- g) asigurarea transparenței proprietății mass-media și a surselor de finanțare pentru prevenirea influențelor ascunse asupra conținutului editorial și pentru protecția pluralismului.

Art. 4 alin. (1) nu stabilește reguli, drepturi, obligații sau consecințe juridice, ci enumeră valori, obiective și direcții de politică publică asociate pluralismului mediatic.

(2) Statul asigură respectarea pluralismului mediatic prin:

- a) elaborarea, promovarea și actualizarea unui cadru legislativ care să prevină concentrarea proprietății în domeniul mass-media și să stimuleze competiția loială între furnizorii de servicii mass-media;
- b) încurajarea producției de conținut media local, regional, cultural și în limbile minorităților naționale;
- c) finanțarea și sprijinirea inițiativelor care contribuie la diversitatea mediatică, în condițiile stabilite de cadrul normativ;
- d) realizarea de studii și rapoarte periodice privind starea pluralismului mediatic și accesibilitatea informațiilor pentru diferite grupuri sociale;
- e) promovarea transparenței proprietății mass-media, prin reglementarea publicării informațiilor despre proprietarii/beneficiari și finanțările furnizorilor de servicii mass-media;
- f) stimularea educației în domeniul mass-media și promovarea alfabetizării media în rândul populației pentru a încuraja gândirea critică față de sursele de informație;
- g) protejarea jurnalismului independent, etic și responsabil și susținerea inițiativelor mass-media care promovează bunele practici deontologice, transparența și responsabilitatea editorială;
- h) asigurarea protecției surselor de informare a jurnaliștilor, în conformitate cu Legea nr.64/2010 cu privire la libertatea de exprimare;
- i) asigurarea protecției și siguranței jurnaliștilor, în special în timpul acțiunilor de război, a conflictelor, protestelor și demonstrațiilor de orice natură.

Formule precum „statul asigură respectarea pluralismului mediatic prin”, urmate de acțiuni precum „încurajarea”, „promovarea”, „stimularea”, „protejarea”, „realizarea de studii și rapoarte” sau „susținerea inițiativelor”, exprimă direcții generale de politică publică, dar nu

identifică subiectul concret al obligației, conduita juridică cerută, procedura de realizare ori consecințele juridice. Se recomandă evitarea principiilor și dispozițiilor generale pur declarative, atunci când acestea nu contribuie substanțial la interpretarea normelor obligatorii.

(3) Statul poate finanța proiecte în domeniul mass-media de la bugetul public prin mecanisme de sprijin public, inclusiv prin Fondul de subvenționare a mass-mediei sau prin publicitate de stat în condițiile cadrului normativ și cu respectarea principiilor transparenței, proporționalității, nediscriminării și neutralității editoriale.

(4) Finanțarea din bugetul public are drept scop încurajarea pluralismului mediatic, dezvoltarea instituțională, cât și, în special, producerea și publicarea de conținuturi media relevante

(5) Publicitatea de stat este reglementată de Legea publicității nr.62/2022.

Alin. (3)–(5) reflectă, în esență, dispoziții normative inutile și redundante. Ele nu stabilesc competențe noi, nu reglementează proceduri, nu fixează condiții de acordare a finanțării și nu definesc drepturi sau obligații distincte. Textul are un caracter predominant declarativ. Materia sprijinului public prin Fondul pentru subvenționarea mass-mediei este deja reglementată prin [Legea nr. 50/2024](#). Din chiar arhitectura acestui act rezultă că el stabilește scopul și principiile subvenționării, mecanismul de constituire și gestionare a Fondului, selectarea beneficiarilor, alocarea subvențiilor etc.

[Legea nr. 62/2022](#) cu privire la publicitate stabilește deja cadrul legal aplicabil publicității de stat, iar aplicarea acestuia nu depinde de reiterarea într-o altă lege. O atare normă de trimitere ar fi necesară decât dacă ar clarifica un raport de competență sau ar soluționa un conflict de norme.

Capitolul II

ORGANIZAREA ȘI EXERCITAREA ACTIVITĂȚII FURNIZORILOR DE SERVICII MASS-MEDIA. DREPTURI ȘI OBLIGAȚII

Articolul 5. Constituirea și înregistrarea furnizorilor de servicii mass-media

(1) Activitatea de furnizare a serviciilor mass-media poate fi desfășurată de persoane juridice constituite și înregistrate în condițiile legii sau persoane fizice care desfășoară activitate de întreprinzător sub orice formă de organizare juridică în domeniul mass-media, în condițiile legii.

(2) Statul și autoritățile publice nu pot fonda, deține sau controla furnizori de servicii mass-media, cu excepția cazurilor prevăzute de actele normative în vigoare, inclusiv a serviciilor publice media audiovizuale reglementate de Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova, nr.174/2018.

(3) Furnizorii de servicii mass-media se constituie și se înregistrează în modul stabilit de legislația privind înregistrarea de stat a persoanelor juridice și a persoanelor fizice care desfășoară activitate de întreprinzător.

(4) Furnizorii de servicii mass-media își pot desfășura activitatea din momentul dobândirii personalității juridice sau, după caz, din momentul înregistrării activității de întreprinzător, cu respectarea prevederilor prezentei legi.

Titlul și soluția normativă confundă subiectul de drept cu o calitate funcțională. Formula „Constituirea și înregistrarea furnizorilor de servicii mass-media” creează impresia că furnizorul de servicii mass-media ar constitui o categorie juridică distinctă care se constituie ori se înregistrează ca atare. În realitate, se constituie persoana juridică și se înregistrează, după caz,

persoana fizică ce desfășoară activitate de întreprinzător. Calitatea de furnizor de servicii mass-media rezultă din activitatea efectiv desfășurată de un subiect deja constituit ori înregistrat.

Alin. (1), (3) și (4) sunt parțial repetitive și insuficient sistematizate. Alin. (1) stabilește deja cine poate desfășura activitatea de furnizare a serviciilor mass-media. Alin. (3) reia ideea înregistrării potrivit legislației generale, iar alin. (4) repetă, în esență, că activitatea poate fi desfășurată după constituire/înregistrare.

În plus, există o disonanță între „activitatea profesională” și „activitatea de întreprinzător”. Definiția furnizorului de servicii mass-media operează cu noțiunea de „activitate profesională”, în timp ce art. 5 alin. (1), (3) și (4) se raportează la „activitatea de întreprinzător”. În această formulare, nu este clar dacă furnizarea serviciilor mass-media trebuie exercitată obligatoriu sub formă de activitate de întreprinzător sau dacă noțiunea de activitate profesională are o sferă mai largă.

Articolul 6. Publicațiile de presă

(1) Publicațiile de presă sunt o colecție alcătuită din opere literare cu caracter jurnalistic, dar care poate include și alte opere sau alte obiecte protejate, și pot fi tipărite și/sau online, publicate sau actualizate periodic, ale căror conținut media este diseminat către public, inclusiv prin intermediul internetului, și întrunește cumulativ următoarele elemente:

- a) constituie un element individual în cadrul unei publicații periodice sau publicații actualizate regulat sub un singur titlu, cum ar fi un ziar sau o revistă de interes general ori de specialitate;
- b) are scopul de a oferi publicului larg informații, analize sau opinii legate de actualitate sau alte subiecte de interes public sau de interes general, inclusiv conținut cultural, educațional, științific, social sau de divertisment, fără a fi limitată doar la știri;
- c) este publicată prin orice mijloc de comunicare (tipărit sau online), la inițiativa, sub responsabilitatea editorială și supravegherea unei persoane fizice sau juridice în calitate de furnizor de servicii mass-media care își asumă răspunderea pentru conținutul media publicat.

(2) Nu constituie publicații de presă, în sensul prezentei legi, materialele sau publicațiile cu caracter exclusiv publicitar ori promoțional, care nu au scop principal informarea publicului, sau publicațiile periodice care sunt publicate în scop științific sau academic, cum ar fi revistele științifice.

Conform art. 2, pct. 5 EMFA, „publicație de presă” înseamnă publicație de presă în sensul definiției de la articolul 2 punctul 4 din Directiva (UE) 2019/790. La rândul său, art. 2, pct. 4. al Directivei (UE) 2019/790 prevede că „publicație de presă” înseamnă o colecție alcătuită în principal din opere literare cu caracter jurnalistic, dar care poate include și alte opere sau alte obiecte protejate, și care: (a) constituie un element individual în cadrul unei publicații periodice sau publicații actualizate regulat sub un singur titlu, cum ar fi un ziar sau o revistă de interes general ori de specialitate; (b) are scopul de a oferi publicului larg informații referitoare la știri sau alte subiecte; și (c) este publicată în orice formă de mass-media la inițiativa, pe răspunderea editorială și sub supravegherea unui prestator de servicii.

Printre disonanțele identificate între textul PL și Directiva (UE) 2019/790 se numără:

- Proiectul definește publicațiile de presă ca fiind „o colecție alcătuită din opere literare cu caracter jurnalistic”, în timp ce Directiva cere ca aceasta să fie alcătuită *în principal* din asemenea opere.
- Proiectul prevede că nu constituie publicații de presă „materialele sau publicațiile cu caracter exclusiv publicitar ori promoțional, care nu au scop principal informarea publicului”. Directiva

nu conține această excludere în textul definiției. Aceasta menționează expres doar publicațiile periodice publicate în scop științific sau academic, precum revistele științifice.

Articolul 7. Evidența furnizorilor de servicii mass-media

(1) Furnizorii de servicii mass-media pot fi înscriși, la cerere, în Registrul furnizorilor de servicii mass-media (în continuare – Registrul), ținut de Ministerul Culturii.

(2) Înscrierea în Registrul are caracter benevol și nu constituie o condiție pentru furnizarea unui serviciu mass-media, pentru crearea, producerea sau diseminarea conținutului media ori pentru exercitarea responsabilității editoriale.

(3) Neînscrierea în Registrul nu poate limita exercitarea drepturilor furnizorilor de servicii mass-media prevăzute de prezenta lege și de alte acte normative și nu îi exonerează de obligațiile prevăzute de acestea.

(4) Accesarea mecanismelor de sprijin public prevăzute de legislația în vigoare, inclusiv prin intermediul Fondului pentru subvenționarea mass-mediei, este condiționată de înscrierea în calitate de furnizor de servicii mass-media în Registrul, precum și de îndeplinirea celorlalte condiții prevăzute de actele normative aplicabile.

(5) În cazul în care se solicită înscrierea în Registrul, cererea poate fi depusă în orice moment pe durata activității furnizorului de servicii mass-media și se însoțește exclusiv de informațiile și documentele disponibile furnizorului, după caz, necesare pentru evidența administrativă, după cum urmează:

- a) actul de constituire a furnizorului de servicii mass-media, în cazul persoanelor juridice;
- b) statutul sau regulamentul de funcționare, dacă acesta există potrivit legii;
- c) denumirea și tipul serviciului mass-media furnizat, inclusiv indicarea caracterului tipărit, online, audiovizual sau mixt, precum și limba sau limbile conținutului media;
- d) după caz, date privind înregistrarea fondatorului sau proprietarului la Agenția Servicii Publice;
- e) informațiile privind structura proprietății, proprietarii beneficiari și categoriile principale ale surselor de finanțare, prezentate în conformitate cu obligațiile prevăzute la art. 14;
- f) informații privind deținerea altor tipuri de publicații mass-media din țară și de peste hotare sau părți deținute în structura proprietății acestora;
- g) persoanele din organele de conducere și, după caz, de supraveghere, precum și funcțiile deținute;
- h) numele și prenumele redactorului-șef sau ale persoanei care exercită responsabilitatea editorială;
- i) datele de contact ale furnizorului de servicii mass-media, inclusiv adresa juridică, adresele pentru corespondență (după caz), adresa poștei electronice și pagina web (după caz);
- j) declarația privind asumarea responsabilității editoriale și, după caz, politica editorială.

(6) În cazul în care informațiile prezentate sunt incomplete, Ministerul Culturii solicită completarea acestora într-un termen de 5 zile.

(7) Ministerul Culturii prelucrează și publică pe pagina web oficială a ministerului informațiile incluse în Registrul, în condițiile legislației privind protecția datelor cu caracter personal, în scopul asigurării transparenței privind funcționarea, administrarea, structura proprietății și sursele de finanțare ale furnizorilor mass-media, astfel încât utilizatorii de servicii mass-media să identifice și să înțeleagă potențialele conflicte de interese, prevenirea și descurajarea interferențelor nejustificate cu independența editorială, reducerea riscurilor de influență asupra conținutului

media, precum și sprijinirea unui mediu concurențial deschis și echitabil, care să sporească responsabilitatea furnizorilor de servicii mass-media față de utilizatori și să contribuie la îmbunătățirea calității și diversității produselor media.

(8) Ministerul Culturii examinează cererea și dispune, după caz, înscrierea în Registru în termen de 10 zile lucrătoare de la depunerea completă a informațiilor prevăzute la alin.(5).

(9) În Registru se înscriu, potrivit datelor declarate de furnizorii de servicii massmedia conform alin.(5), următoarele informații:

- a) denumirea și tipul serviciului mass-media furnizat;
- b) datele de contact ale furnizorului de servicii mass-media;
- c) date privind fondatorul, proprietarul sau fondatorii, cu indicarea datelor de identificare prevăzute de lege;
- d) adresa sediului principal și, după caz, a redacției furnizorului de servicii massmedia;
- e) numele și prenumele conducătorului furnizorului de servicii mass-media;
- f) numele și prenumele redactorului-șef sau ale persoanei care exercită responsabilitatea editorială și, după caz, componența consiliului editorial;
- g) limba sau limbile conținutului media;
- h) informațiile privind proprietarii beneficiari, conform datelor declarate potrivit art.14;
- i) informațiile privind principalele surse de finanțare, conform datelor declarate potrivit art.14;
- j) după caz, date privind tipărirea publicației și tirajul;
- k) modificările intervenite în informațiile înscrise și data actualizării acestora.

(10) Refuzul înscrierii în Registru poate interveni exclusiv în cazul:

- a) depunerii unor informații incomplete sau vădit eronate;
- b) imposibilității identificării furnizorului de servicii mass-media;
- c) necorespunderii solicitării cu cerințele prevăzute la alin.(5).

(11) Refuzul înscrierii în Registru se motivează și poate fi contestat în instanța de contencios administrativ, în condițiile legii.

(12) Furnizorii de servicii mass-media înscrși în Registru au obligația de a notifica Ministerului Culturii orice modificare a informațiilor declarate în termen de 10 zile lucrătoare de la data producerii acesteia.

(13) Radierea din Registru se efectuează:

- a) la cererea furnizorului de servicii mass-media;
- b) în cazul încetării activității furnizorului de servicii mass-media;
- c) în cazul furnizării unor informații false sau înșelătoare, dacă acestea nu sunt rectificate într-un termen de 5 zile, după solicitarea de rectificare a informațiilor de către Ministerul Culturii.

(14) Decizia de radiere se motivează și poate fi contestată în instanța de contencios administrativ.

(15) Obligațiile de transparență privind proprietatea și finanțarea furnizorilor de servicii mass-media se aplică tuturor furnizorilor de servicii mass-media, independent de înscrierea în Registru, și sunt reglementate de art.14 din prezenta lege.

(16) Informațiile din Registru sunt actualizate la zi și se publică pe pagina web oficială a Ministerului Culturii, cu respectarea legislației privind protecția datelor cu caracter personal.

Se recomandă:

- sistematizarea dispozițiilor prin divizarea articolului în mai multe articole distincte, care să reglementeze separat: scopul și natura Registrului, procedura de înscriere, informațiile și documentele necesare, efectele înscrierii, precum și refuzul și radierea (având în vedere supraîncărcarea normativă);
- detalierea procedurii de depunere și examinare a cererii

- revizuirea termenului prevăzut la alin. (6), astfel încât acesta să fie rezonabil (5 zile pentru completarea sau rectificarea informațiilor poate fi insuficient)
- reformularea temeiurilor de refuz de la alin. (10) într-o manieră mai precisă și mai puțin susceptibilă de aplicare discreționară („*informații incomplete*”, „*vădit eronate*”, „*imposibilitatea identificării furnizorului*”)

Articolul 8. Drepturile furnizorilor de servicii mass-media

(1) Furnizorii de servicii mass-media au dreptul de a-și exercita activitatea profesională în mod liber și independent, cu respectarea prevederilor legii.

(2) Statul respectă, protejează și garantează libertatea și independența editorială a furnizorilor de servicii mass-media.

(3) Statul, autoritățile publice și autoritățile naționale de reglementare competente nu pot:

a) interveni sau încerca să influențeze în orice mod, direct sau indirect, politicile și deciziile editoriale ale furnizorilor de servicii mass-media;

b) reține, sancționa, intercepta, supune acțiunilor de supraveghere sau percheziție, punere sub sechestru sau cerceta furnizorii de servicii mass-media, orice persoane care, din cauza relației lor obișnuite sau profesionale cu un furnizor de servicii mass-media sau cu personalul editorial al acestuia, ar putea deține informații privind sursele jurnaliștilor, ori sediile comerciale și private ale acestora exclusiv pentru motivul refuzului de a divulga informații privind sursele jurnaliștilor, cu excepțiile prevăzute de Legea nr. 64/2010 cu privire la libertatea de exprimare.

c) instala sau utilizeze software de supraveghere intruziv asupra dispozitivelor sau echipamentelor utilizate de furnizorii de servicii mass-media, de personalul editorial al acestora sau de orice alte persoane care, din cauza relației lor obișnuite sau profesionale cu un furnizor de servicii mass-media ori cu personalul editorial al acestuia, ar putea deține informații legate de sursele jurnalistice sau de comunicările confidențiale ori capabile să le identifice, cu excepția situațiilor strict excepționale în care instalarea este prevăzută de lege, justificată de motive imperative de securitate națională și realizată în conformitate cu prezenta lege, fiind necesară și proporțională într-o societate democratică, autorizată în prealabil de instanța de judecată și aplicată numai în cazul în care alte măsuri mai puțin intruzive, inclusiv cele prevăzute la lit. (b), sunt insuficiente pentru obținerea informațiilor solicitate, absolut necesare, sau atunci când instalarea se efectuează în cadrul urmăririi penale privind infracțiuni deosebit de grave ori excepțional de grave săvârșite de una dintre persoanele menționate anterior, în condițiile prevăzute de lege.

(4) Orice restrângere a exercitării drepturilor și libertăților recunoscute ale furnizorilor de servicii mass-media trebuie să fie prevăzută de lege și să fie necesară într-o societate democratică pentru securitatea națională, integritatea teritorială sau siguranța publică, pentru a apăra ordinea și a preveni infracțiunile, pentru a proteja sănătatea și morala, reputația sau drepturile altora, pentru a împiedica divulgarea de informații confidențiale sau pentru a garanta autoritatea și imparțialitatea puterii judecătorești, și să facă obiectul unei autorizări prelabile din partea unei instanțe de judecată, iar în cazuri excepționale și urgente justificate în mod corespunzător, să fie ulterior autorizată de o instanță de judecată fără întârzieri.

(5) Încălcarea alin. (3) lit. (b) și (c) atrage răspundere contravențională sau penală, după caz, în condițiile legii.

Regimul derogărilor aplicabile măsurilor de supraveghere nu este preluat fidel, întrucât proiectul comasează într-o formulare generală condițiile și excepțiile pe care *Regulamentul european privind libertatea mass-mediei* le reglementează distinct și exhaustiv, în special în materia utilizării software-ului de supraveghere intruziv.

Lipseasc, de asemenea, garanțiile procedurale prevăzute la art. 4 alin. (4)-(8) al *Regulamentului european privind libertatea mass-mediei*, inclusiv condițiile detaliate ale derogărilor, revizuirea periodică de către o autoritate competentă, dreptul la protecție jurisdicțională efectivă și la asistență din partea unei autorități sau a unui organism independent șa.. În concordanță cu preavizul CAL, textul necesită revizuire pentru asigurarea unei redacții uniforme și fidele normei UE, prin reflectarea distinctă a fiecărui criteriu și a fiecărei derogări prevăzute de art. 4 al *Regulamentului european privind libertatea mass-mediei*.

Articolul 9. Obligații specifice ale unor de furnizori de servicii mass-media

(1) Furnizorii de servicii mass-media care oferă conținuturi de știri și actualități au obligația de a adopta măsuri organizatorice interne pentru garantarea independenței deciziilor editoriale. Aceste măsuri urmăresc în mod special:

- a) garantarea dreptului persoanelor care exercită responsabilitatea editorială de a lua decizii editoriale în mod liber și independent, în conformitate cu standardele profesionale aplicabile activității jurnalistice;
- b) asigurarea transparenței prin dezvăluirea oricărui conflict de interese real sau potențial al oricărei persoane care deține interese sau drepturi în cadrul furnizorului de servicii mass-media, în măsura în care un astfel de conflict ar putea influența furnizarea de conținuturi media de știri și actualități.

Alin. (1) lit. b) se referă la „orice conflict de interese real sau potențial al oricărei persoane care deține interese sau drepturi în cadrul furnizorului”, deși definiția generală a conflictului de interese folosește alte categorii de subiecți și alte criterii. În consecință, noțiunea este utilizată neuniform, iar obligația de dezvăluire devine imprecisă sub aspectul persoanelor vizate și al situațiilor ce trebuie declarate.

(2) Furnizorul de servicii mass-media online are obligația de a stabili și de a pune la dispoziția utilizatorilor reguli aplicabile conținutului generat de aceștia, inclusiv comentariilor și altor forme de interacțiune cu conținuturile media publicate pe paginile sale web și pe paginile sale oficiale de pe platformele online..

(3) Condițiile generale menționate la alin. (2) includ, între altele, o descriere a conținutului considerat vădit ilegal, precum și a conținutului care poate încălca drepturile protejate de lege.

(4) Comentariile menționate la alin. (2) reprezintă conținut generat de utilizatori, publicat ca reacție la conținuturile media ale furnizorului de servicii mass-media și/sau diseminate pe paginile oficiale ale acestuia pe rețelele de socializare.

(5) Furnizorul de servicii mass-media online este obligat să elimine imediat din momentul autosesizării sau sesizării motivate conținutul vădit ilegal generat de utilizator care încălca drepturile protejate de lege, publicat pe paginile web și paginile oficiale de pe platformele online.

(6) În cazurile în care conținutul necesită o analiză suplimentară, furnizorul de servicii mass-media online va elimina conținutul ilegal într-un termen rezonabil, care nu poate depăși 48 de ore din momentul autosesizării sau sesizării motivate

(7) Furnizorul de servicii mass-media online este obligat să dezvolte și instituie mecanisme funcționale și accesibile de notificare și analiză a conținutului generat de utilizator care să permită identificarea și eliminarea conținutului ilegal, inclusiv prin proceduri transparente și criterii clare de moderare, publicat pe paginile web și paginile oficiale de pe platformele online

(8) Furnizorul de servicii mass-media online are obligația să nu publice conținuturi media care:

a) sunt susceptibile de a afecta dezvoltarea fizică, mintală sau morală a minorilor, în special a celor ce conțin imagini cu scene pornografice sau scene de violență explicită sau alte elemente de natură să afecteze dezvoltarea minorilor;

b) au un conținut vădit ilegal.

Alin. (1) instituie, într-o formulare prea generală, obligația furnizorilor de servicii mass-media de a adopta „măsuri organizatorice interne” pentru garantarea independenței deciziilor editoriale, fără a preciza conținutul minim al acestor măsuri, criteriile în funcție de care se apreciază suficiența lor, autoritatea competentă să verifice respectarea obligației și consecințele juridice ale neadoptării acestora. Alin. (7) poate genera sarcini excesive și disproporționate pentru furnizorii de servicii mass-media online, întrucât utilizează noțiuni generale precum „mecanisme funcționale”, „proceduri transparente” și „criterii clare de moderare”, fără a stabili parametri obiectivi de evaluare, standarde minime de conformare, autoritatea competentă de supraveghere și modul de verificare a respectării acestor obligații.

Capitolul III

ORGANIZAREA ȘI EXERCITAREA ACTIVITĂȚII JURNALISTULUI. DREPTURI ȘI OBLIGAȚII

Articolul 10. Organizarea activității jurnalistului

Activitatea jurnalistului poate fi realizată fie în baza unui contract individual de muncă, fie în baza unor contracte civile încheiate în condițiile legii cu un furnizor de servicii mass-media, fie în mod independent, în calitate de jurnalist independent..

Se recomandă reformularea expresiei „poate fi realizată” în „poate fi desfășurată”

Articolul 11. Autonomia profesională a jurnalistului și independența editorială

(1) Jurnaliștii și orice persoană care efectuează o activitate cu caracter jurnalistic în cadrul furnizorilor de servicii mass-media își exercită activitatea profesională în mod liber și independent. Aceștia își desfășoară activitatea în conformitate cu politica editorială a furnizorului de servicii mass-media, respectând deciziile editoriale și normele deontologice.

(2) Jurnalistul are dreptul să refuze să elaboreze un produs media sau alt conținut media în situația în care acesta contravine normelor, criteriilor și standardelor profesionale și etice ale jurnalismului. Aceste norme includ, dar nu se limitează la, imparțialitatea, corectitudinea, respectarea drepturilor persoanelor vizate în materialele jurnalistice, în conformitate cu principiile deontologice ale profesiei. Refuzul jurnalistului se face printr-o explicație scrisă adresată redactorului-șef. Refuzul jurnalistului nu poate atrage sancțiuni exclusiv pentru exercitarea acestui drept, inclusiv prin:

a) încetarea raporturilor de muncă;

b) reducerea salariului sau a remunerației;

c) transferarea într-o funcție care îl dezavantajează profesional.

(3) Jurnalistul nu poate fi concediat, nu i se poate rezilia contractul de muncă, nu i se poate reduce salariul sau altă remunerație, nu i se poate modifica statutul în cadrul redacției și nu poate fi dezavantajat în alt mod pentru opinii exprimate cu bună-credință în exercitarea activității profesionale, cu respectarea normelor deontologice și a politicii editoriale.

Contractele nu se reziliază, ci se rezoluționează (Cod civil). În materia raporturilor de muncă, Codul muncii operează cu noțiunea de *încetare a contractului individual de muncă*:

a) în circumstanțe ce nu depind de voința părților (art. 82 și 310);

a1) prin acordul scris al părților (art. 82/1);

b) la inițiativa uneia dintre părți (art.85 /Demisia/ și 86 /Concedierea/).

Doar *concedierea* reprezintă mecanismul relevant în cazul încetării din inițiativa angajatorului. Prin urmare, în contextul alin. (3), unde este deja prevăzut că jurnalistul „nu poate fi concediat”, menținerea formulei „nu i se poate rezilia contractul de muncă” este atât terminologic inexactă, cât și redundantă.

(4) Orice măsură disciplinară luată împotriva unui jurnalist trebuie să fie justificată și să respecte legislația muncii.

(5) Modificarea produselor media realizate de jurnalist se efectuează sub responsabilitatea editorială a furnizorului de servicii mass-media, cu respectarea integrității profesionale a autorului și a normelor deontologice aplicabile.

(6) Jurnalistul, creatorul de conținut media sau orice persoană care desfășoară activități cu caracter jurnalistice, precum și persoanele care colaborează cu aceștia au dreptul de a nu dezvălui identitatea surselor de informații sau orice informații care ar putea conduce la identificarea acestora, în condițiile Legii nr. 64/2010 cu privire la libertatea de exprimare.

(7) Constrângerea, intimidarea sau exercitarea oricăror presiuni asupra jurnalistului în scopul influențării activității jurnalistice atrage răspundere contravențională sau penală, după caz, în condițiile legii.

Articolul 12. Drepturile și obligațiile jurnalistului

(1) În scopul exercitării atribuțiilor profesionale, jurnalistul are dreptul:

a) să solicite și să primească informații de interes public în condițiile legii, în scopul diseminării publice, respectând standardele de acuratețe și onestitate;

b) să aibă acces liber și nediscriminatoriu la sursele oficiale de informații, inclusiv la cele deținute de autoritățile publice și organismele internaționale;

c) să se exprime liber, fără ingerințe sau cenzură, în conformitate cu principiile libertății de exprimare prevăzute de Legea nr.64/2010 cu privire la libertatea de exprimare;

d) să beneficieze de protecție împotriva oricărei forme de intimidare, hărțuire, sau violențe în exercitarea profesiei;

e) să participe la formări profesionale pentru dezvoltarea competențelor și să adere la organizații profesionale independente;

f) să refuze să realizeze sau să participe la realizarea produselor media sau conținuturilor media care contravin principiilor deontologice și etice sau cerințelor legale, fără a fi sancționat pentru exercitarea acestui drept;

g) să aibă acces în zonele calamităților naturale, dezastrelor tehnogene și sociale, cu respectarea normelor și rigorilor impuse de autorități;

h) să documenteze protestele publice și demonstrațiile, având acces liber la spațiile în care acestea se desfășoară, fără a fi supus intimidărilor sau restricțiilor nejustificate;

i) să fie protejat în timpul desfășurării activităților jurnalistice în zone de conflict sau război, având dreptul la sprijin logistic și juridic din partea angajatorilor și autorităților relevante;

j) să utilizeze echipamente de protecție personală în zone periculoase, inclusiv vestimentație marcată clar pentru identificarea statutului de jurnalist;

k) să beneficieze de acces la informații privind protestele și conflictele armate, cu respectarea normelor de securitate și confidențialitate;

l) să fie acreditat la evenimentele publice;

m) să beneficieze de protecția drepturilor sociale și economice legate de profesia sa, inclusiv dreptul la salarizare sau remunerare echitabilă

- n) să beneficieze de alte drepturi prevăzute de legislație în exercitarea profesiei.
- (2) Jurnalistului nu i se poate refuza acreditarea pentru niciun eveniment organizat de autorități sau instituții publice decât pentru motive obiective, justificate și proporționale. Regulile și procedura de acreditare sunt stabilite conform Regulamentului aprobat de Guvern.
- (3) Înainte de a publica informații despre un anumit eveniment, fenomen sau persoană, jurnalistul este obligat să verifice originea, veridicitatea și caracterul complet al informațiilor, cu diligența profesională rezonabilă.
- (4) Jurnaliștii străini, în exercitarea activității lor profesionale în Republica Moldova, au aceleași drepturi și obligații ca și jurnaliștii din Republica Moldova.
- (5) Jurnaliștii străini sunt acreditați în Republica Moldova de Ministerul Afacerilor Externe, conform Regulamentului aprobat de Guvern.
- (6) Refuzul de acreditare a jurnaliștilor poate fi contestat în instanța de judecată.
- (7) Jurnalistul beneficiază de protecție împotriva oricăror forme de supraveghere, monitorizare tehnică sau ingerințe nejustificate care pot afecta exercitarea activității jurnalistice, independența editorială ori confidențialitatea surselor de informații.
- (8) Orice restrângere a exercitării drepturilor jurnalistului trebuie să fie prevăzută de lege, să urmărească un scop legitim și să fie necesară și proporțională într-o societate democratică, în vederea asigurării securității naționale, integrității teritoriale sau siguranței publice, apărării ordinii și prevenirii infracțiunilor, protejării sănătății ori a moralei, protejării reputației sau a drepturilor altora, prevenirii divulgării informațiilor confidențiale ori garantării autorității și imparțialității puterii judecătorești.
- (9) În scopul exercitării atribuțiilor profesionale, jurnalistul are obligația:
- a) să respecte legislația aplicabilă și normele deontologice ale profesiei jurnalistice;;
 - b) să asigure acuratețea, imparțialitatea și echilibrul informațiilor prezentate, inclusiv verificarea surselor și evitarea distorsionării faptelor;
 - c) să respecte confidențialitatea surselor de informații, cu excepția prevăzută de Legea nr. 64/2010 cu privire la libertatea de exprimare;
 - d) să respecte drepturile fundamentale ale omului, inclusiv dreptul la viață privată, onoare, reputație profesională și demnitate umană;
 - e) să utilizeze doar mijloace legale, transparente și etice pentru obținerea informațiilor, evitând orice formă de manipulare sau presiune nejustificată;
 - f) să prevină și să combată diseminarea discursurilor de ură, rasismului, xenofobiei și altor forme de intoleranță;
 - g) să respecte normele de securitate și să colaboreze cu autoritățile în zone de protest sau conflict pentru protecția proprie și a celorlalți;
 - h) să considere drept abateri profesionale grave: plagiatul, calomnia, defăimarea, acuzațiile nefondate și acceptarea de avantaje materiale sau nepatrimoniale ilicite pentru publicarea sau nepublicarea informațiilor de interes public;
 - i) să respecte regulile de utilizare a instrumentelor de inteligență artificială în mod responsabil, în conformitate cu normele deontologice aplicabile profesiei jurnalistice;
 - j) să exercite activitatea jurnalistică cu respectarea normelor deontologice recunoscute ale profesiei, inclusiv a Codului deontologic al jurnalistului din Republica Moldova.

Art. 12 este supraîncărcat normativ și reunește, în aceeași structură, drepturi profesionale, garanții de protecție, reguli privind acreditarea și obligații profesionale. Din perspectiva tehnicii legislative, aceste materii ar trebui separate cel puțin în trei articole distincte: drepturile jurnalistului, acreditarea și obligațiile profesionale.

Prima problemă este suprapunerea cu legislația deja existentă. Lit. a) și b) reiau, în esență, drepturi care țin de accesul la informațiile de interes public, materie deja reglementată prin Legea nr. 148/2023 privind accesul la informațiile de interes public. Lit. c) reiterează libertatea de exprimare prin trimitere la Legea nr. 64/2010, fără a adăuga o soluție normativă proprie.

A doua problemă este caracterul prea general sau programatic al mai multor drepturi. Lit. d), e), i), j), k), m) și n) folosesc formule largi, precum „să beneficieze de protecție”, „să participe la formări profesionale”, „să beneficieze de sprijin logistic și juridic”, „să beneficieze de acces la informații privind protestele și conflictele armate” ori „să beneficieze de alte drepturi prevăzute de legislație”. În lipsa subiectului concret obligat, a condițiilor de exercitare și a mecanismului de realizare, aceste enunțuri au valoare mai degrabă declarativă decât normativă.

Se recomandă reformularea art. 12 alin. (6) în vederea precizării că refuzul se contestă direct în instanța de judecată, fără parcurgerea procedurii prealabile, conf. art. 208 [Cod Administrativ](#).

CAPITOLUL IV

FINANȚAREA ȘI TRANSPARENȚA FURNIZORILOR DE SERVICII MASS-MEDIA

Articolul 13. Finanțarea furnizorilor de servicii mass-media

(1) Furnizorul de servicii mass-media își desfășoară activitatea în condiții de autonomie economică și autogestiune financiară.

(2) Sursele de finanțare ale furnizorului de servicii mass-media pot fi:

- a) contribuții financiare ale fondatorului sau proprietarului;
- b) publicitate și sponsorizare;
- c) donații și granturi;
- d) vânzarea de produse media, producții și coproducții de conținuturi media; e) prestarea de servicii specializate;
- f) mijloace din Fondul pentru subvenționarea mass-mediei, în condițiile Legii nr. 50/2024 cu privire la Fondul pentru subvenționarea mass-mediei, precum și alte forme de sprijin financiar acordate din fonduri publice, inclusiv publicitate de stat, granturi, subvenții sau contracte finanțate de autoritățile publice;
- g) alte surse de finanțare obținute în condițiile legii.

(3) Sursele de finanțare prevăzute la alin. (2) se declară potrivit art. 14 și nu pot afecta independența editorială a furnizorului de servicii mass-media.

Articolul 14. Transparența proprietății furnizorilor de servicii mass-media

(1) Furnizorii de servicii mass-media au obligația să asigure transparența structurii de proprietate și a surselor de finanțare, în conformitate cu prezenta lege și cu prevederile Codului serviciilor media audiovizuale, în scopul protejării pluralismului mediatic și al interesului public, indiferent de modalitatea de furnizare a serviciului mass-media (tipărit, audiovizual, online sau mixt).

(2) Obligațiile de transparență prevăzute de prezentul articol se aplică cu respectarea principiului proporționalității, ținând cont de dimensiunea, impactul și forma de organizare a furnizorului de servicii mass-media, fără a aduce atingere obiectivului de asigurare a pluralismului mediatic.

(3) Furnizorii de servicii mass-media au obligația de a asigura accesul facil, direct și permanent al utilizatorilor serviciilor mass-media la cel puțin următoarele categorii de informații:

- a) denumirea, forma juridică și sediul furnizorului de servicii mass-media;
 - b) numele reprezentanților legali sau ale persoanelor care exercită funcții de conducere executivă ale furnizorului de servicii mass-media;
 - c) proprietarii beneficiari care dețin, direct sau indirect, controlul asupra furnizorului de servicii mass-media;
 - d) acțiunile, părțile sociale sau cotele de participare deținute de furnizorul de servicii mass-media ori de proprietarii acestuia în alți furnizori de servicii mass-media sau în alte entități din domeniul mass-media, în măsura în care acestea pot influența controlul sau politica editorială;
 - e) lista acționarilor sau a asociațiilor furnizorului de servicii mass-media până la nivel de persoană fizică, potrivit legislației în vigoare, precum și cotele de participare deținute de aceștia;
 - f) persoanele din organul de conducere și, după caz, de supraveghere, precum și funcțiile deținute de acestea;
 - g) politica editorială sau principiile care guvernează exercitarea responsabilității editoriale, precum și persoana sau persoanele responsabile de aceasta;
 - h) numele și prenumele redactorului-șef sau ale persoanei care exercită responsabilitatea editorială;
 - i) datele de contact ale furnizorului de servicii mass-media, inclusiv adresa juridică, adresele pentru corespondență (după caz), adresa poștei electronice și adresa paginii web oficiale, la care acesta poate fi contactat rapid, direct și efectiv;
 - j) conflictele de interese declarate care pot influența activitatea editorială;
 - k) categoriile surselor de finanțare în condițiile art. 13 alin. (2);
 - l) informații privind finanțarea obținută din fonduri publice, inclusiv publicitate de stat, granturi, subvenții, contracte sau alte forme de sprijin financiar acordate de autoritățile publice;
 - m) relațiile de exercitare a controlului, direct sau indirect, cu alți furnizori de servicii mass-media sau cu partide ori organizații social-politice, în măsura în care acestea pot influența deciziile editoriale.
- (4) Furnizorii de servicii mass-media transmit Ministerului Culturii informațiile prevăzute la alin. (3) la inițierea activității sau la intrarea în vigoare a prezentei legi, după caz, precum și orice modificare a acestora în termen de 10 zile lucrătoare de la data producerii modificării, în scopul asigurării evidenței publice privind proprietatea și finanțarea mass-media. Această obligație se aplică tuturor furnizorilor de servicii mass-media, independent de înscrierea în Registrul prevăzut la articolul 7, și nu constituie o condiție pentru exercitarea activității mass-media.
- (5) Furnizorii de servicii mass-media care furnizează servicii mass-media online publică informațiile prevăzute la alin. (3) într-o secțiune distinctă a paginii web oficiale, ușor accesibilă de pe pagina principală. Informațiile prevăzute la alin. (3) se actualizează în termen de 10 zile lucrătoare de la data survenirii modificării, cu indicarea datei ultimei 14 actualizări. Obligațiile prevăzute la prezentul articol nu aduc atingere protecției datelor cu caracter personal, secretului comercial sau protecției surselor jurnalistice, în condițiile legii.
- (6) În cazul furnizorilor de servicii mass-media aflați sub incidența Codului serviciilor media audiovizuale, monitorizarea respectării obligațiilor de transparență prevăzute de prezentul articol se realizează de Consiliul Audiovizualului, în limitele competențelor stabilite de lege.
- (7) În cazul furnizorilor de servicii mass-media care nu intră sub incidența Codului serviciilor media audiovizuale, nr.174/2018, Ministerul Culturii asigură evidența și publicarea informațiilor privind transparența proprietății și a finanțării, pe baza datelor declarate de furnizorii de servicii mass-media potrivit alin. (3), inclusiv prin raportare la informațiile înscrise în Registrul mass-media și la registrele publice oficiale relevante.

(8) Exercițarea atribuțiilor prevăzute la alin. (6) are caracter exclusiv administrativ și se limitează la verificarea exactității, caracterului complet și actualizării informațiilor declarate de furnizorii de servicii mass-media. Aceste atribuții nu pot implica evaluarea conținutului editorial, controlul politicii editoriale sau orice altă formă de ingerință în activitatea editorială a furnizorilor de servicii mass-media.

(9) În cazul constatării unor informații incomplete, neactualizate sau vădit eronate, Ministerul Culturii solicită furnizorului de servicii mass-media remedierea situației într-un termen rezonabil, care nu poate depăși 10 zile lucrătoare de la notificare.

(10) În cazul neconformării în termenul prevăzut la alin. (9), încălcarea obligațiilor prevăzute de prezentul articol atrage răspundere contravențională, în condițiile legii.

Textul nu reproduce fidel criteriile prevăzute la art. 6 alin. (1) lit. b)-d) din actul UE. În special: -nu este preluată într-o formulare identică obligația referitoare la proprietarii direcți sau indirecti care exercită influență asupra funcționării și procesului decizional strategic, inclusiv proprietatea directă sau indirectă a unui stat ori a unei autorități sau entități publice;

- nu este făcută trimitere expresă la noțiunea de beneficiar real în sensul legislației relevante (art. 3, pct. 6 din Directiva (UE) sau art. 5, indice 2 al Legii nr. 308/2017 cu privire la prevenirea și combaterea spălării banilor și finanțării terorismului);

- nu este transpusă obligația privind indicarea valorii anuale totale a fondurilor publice pentru publicitatea de stat și a veniturilor din publicitate provenite de la autorități sau entități publice din țări terțe, proiectul limitându-se la o formulare generală privind finanțarea din fonduri publice.

În concordanță cu observațiile formulate în preavizul Centrului de Armonizare Legislativă, transpunerea integrală a art. 6 impune utilizarea unei formulări fidele normei UE, inclusiv prin trimitere directă la legislația națională relevantă privind beneficiarii reali și prin reglementarea explicită a obligației de deținere a unei baze de date cu informațiile prevăzute de actul UE.

Articolul 15. Concentrările pe piața serviciilor mass-media

(1) Concentrările pe piața serviciilor mass-media, inclusiv concentrările orizontale, verticale sau încrucișate, pot avea loc în măsura, în care acestea nu au impact semnificativ asupra pluralismului mediatic sau a independenței editoriale.

(2) Pentru **furnizorii de publicații de presă** Consiliul Concurenței stabilește norme și proceduri transparente, obiective, proporționale și nediscriminatorii care se referă, cel puțin, la:

a) obligația furnizorului de publicații de presă să notifice în prealabil Consiliul Concurenței despre intenția de a fi parte la o eventuală concentrare;

Sintagma „furnizorii de publicații de presă” este terminologic necorelată cu aparatul noțional al proiectului și urmează a fi revizuită. Proiectul definește „furnizorul de servicii mass-media” ca persoana fizică sau juridică a cărei activitate profesională constă în furnizarea unui serviciu mass-media, iar „serviciul mass-media” include, în mod expres, furnizarea de programe sau publicații de presă. În aceste condiții, categoria juridică relevantă este „furnizorul de servicii mass-media”, iar publicația de presă reprezintă obiectul ori tipul serviciului furnizat, nu suportul pentru o nouă categorie distinctă de subiecți de drept.

Propunere de reformulare: „pentru furnizorii de servicii mass-media având ca obiect furnizarea publicațiilor de presă”.

b) evaluarea de către Consiliul Concurenței a impactului unei concentrări care face obiectul notificării asupra pluralismului mediatic și a independenței editoriale, cât și termenii procedurali pentru finalizarea a evaluării;

c) criteriile obiective pentru evaluarea impactului concentrărilor pe piața mass-media asupra pluralismului mediatic și a independenței editoriale.

(3) La evaluarea menționată în alin. (2) al acestui articol, care este distinctă de evaluările legislației în materie de concurență, inclusiv de cele prevăzute de normele privind controlul concentrărilor economice, trebuie să se țină cont de următoarele elemente:

a) impactul concentrării asupra pluralismului mediatic, inclusiv efectele sale asupra formării opiniei publice și asupra diversității actorilor de pe piața mass-mediei, ținând seama de interesele, legăturile sau activitățile părților în cadrul altor activități din domeniul mass-mediei sau din afara acesteia;

b) garanțiile pentru independența editorială, inclusiv impactul concentrării asupra funcționării echipelor editoriale și existența unor măsuri luate de furnizorii de servicii mass-media în vederea garantării independenței deciziilor editoriale individuale;

c) dacă, în absența concentrării, entitatea care dobândește și cea dobândită și-ar menține sustenabilitatea din punct de vedere economic și dacă există alternative posibile pentru a asigura sustenabilitatea sa economică;

d) după caz, angajamentele pe care oricare dintre părțile implicate în concentrarea pieței mass-mediei le-ar putea oferi pentru a proteja pluralismul mass-mediei și independența editorială.

(4) Procedurile de notificare și evaluare a concentrărilor pe piața mass-media se aprobă prin regulament al Consiliului Concurenței, elaborat în consultare cu autoritățile competente din domeniul mass-media.

(5) În procesul aplicării criteriilor de evaluare a impactului concentrărilor pieței mass-media asupra pluralismului mediatic și a independenței editoriale, Consiliul Concurenței, consultă în prealabil autoritățile relevante cu privire la orice aviz sau decizie pe care intenționează să o adopte, evaluând impactul unei concentrări a pieței mass-media care face obiectul notificării asupra pluralismului mediatic și a independenței editoriale, în cazul în care astfel de concentrări pot afecta funcționarea pieței interne.

(6) Deciziile motivate ale Consiliului Concurenței adoptate în urma evaluării notificărilor privind concentrările pe piața mass-media sunt făcute publice, cu respectarea legislației privind protecția secretului comercial și a altor informații protejate de lege.

Articolul 16. Măsurarea audienței

(1) Furnizorii de sisteme de măsurare a audienței se asigură că sistemele lor de măsurare a audienței și metodologia utilizată de sistemele lor de măsurare a audienței respectă principiile transparenței, imparțialității, incluziunii, proporționalității, nediscriminării, comparabilității și caracterului verificabil.

(2) Fără a aduce atingere protecției secretelor comerciale, furnizorii sistemelor private de măsurare a audienței furnizează, fără întârzieri nejustificate și în mod gratuit, furnizorilor de servicii mass-media, agențiilor de publicitate și părților terțe autorizate de furnizorii de servicii mass-media și de agențiile de publicitate informații exacte, detaliate, cuprinzătoare, inteligibile și actualizate cu privire la metodologia utilizată de sistemele lor de măsurare a audienței.

(3) Furnizorii de sisteme private de măsurare a audienței se asigură că metodologia utilizată de sistemele lor de măsurare a audienței și modul în care aceasta este aplicată fac obiectul unui audit independent o dată pe an.

(4) Cu respectarea legislației în vigoare privind protecția datelor și a vieții private, la cererea unui furnizor de servicii mass-media sau agenții de publicitate, un furnizor al unui sistem privat de măsurare a audienței îi furnizează informații cu privire la rezultatele măsurării audienței, inclusiv

date neagregate, care se referă la conținutul mediatic și la serviciile mass-media ale respectivului furnizor de servicii mass-media.

(5) Furnizorii de sisteme de măsurare a audienței funcționează în baza unor coduri de conduită elaborate sau convenite prin mecanisme de autoreglementare cu furnizorii de servicii mass-media, organizațiile lor reprezentative și orice alte părți interesate, menite să promoveze monitorizarea periodică, independentă și transparentă a îndeplinirii eficace a obiectivelor lor și a respectării principiilor menționate la alineatul (1), inclusiv prin audituri independente și transparente.

Art. 15 asigură o transpunere parțială a art. 22 al *Regulamentului european privind libertatea mass-mediilor*. Alin.(2) restrânge nejustificat domeniul de aplicare al mecanismului de evaluare la furnizorii de publicații de presă, în timp ce art. 22 al *Regulamentului european privind libertatea mass-mediilor* vizează, în mod general, concentrările pieței mass-mediilor susceptibile să afecteze pluralismul sau independența editorială. Proiectul nu stabilește expres termenul pentru finalizarea evaluării, astfel cum impune art. 22 alin. (1) lit. (e) al *Regulamentului european privind libertatea mass-mediilor*, ci pune această chestiune pe seama unui regulament subsecvent (care urmează să fie aprobat de CC). Criteriile prevăzute la art. 15 alin. (3) nu reproduc integral elementele de evaluare prevăzute la art. 22 alin. (2) al *Regulamentului european privind libertatea mass-mediilor* și necesită revizuire prin utilizarea terminologiei actului UE și prin includerea tuturor factorilor relevanți.

Sub aspect sectorial, [CSMA](#) conține anumite mecanisme relevante pentru protecția pluralismului audiovizual, în special prin art. 29 privind limitarea cotei de audiență și evaluarea situației dominante în formarea opiniei publice, precum și prin art. 30 privind măsurarea cotelor de audiență. Aceste dispoziții corespund obiectivelor art. 22 al *Regulamentului european privind libertatea mass-mediilor*, întrucât urmăresc prevenirea concentrării excesive a influenței în spațiul audiovizual și instituie instrumente de evaluare bazate pe audiență. Totuși, ele au un caracter strict sectorial, fiind limitate la serviciile media audiovizuale, în special la serviciile liniare și la piața semnificativă definită de CSMA, și nu consacră un mecanism general de evaluare a concentrărilor pieței mass-mediilor în sensul larg prevăzut de *Regulamentului european privind libertatea mass-mediilor*. În context, proiectul legii privind mass-media nu instituie norme de corelare sau de trimitere expresă la dispozițiile relevante ale CSMA, care să permită funcționarea complementară a celor două reglementări în vederea realizării unei evaluări unitare și coerente a concentrărilor pieței mass-mediilor.

Capitolul V

POLITICILE ȘI AUTOREGLEMENTAREA ÎN DOMENIUL MASS-MEDIA

Articolul 17. Autoritatea responsabilă de promovarea politicilor în domeniul mass-media

(1) Ministerul Culturii este autoritatea administrației publice centrale responsabilă de elaborarea și promovarea politicilor publice în domeniul mass-media, precum și de asigurarea implementării politicilor publice stabilite prin prezenta lege, în limitele competențelor stabilite de cadrul normativ.

(2) În exercitarea atribuțiilor prevăzute de prezenta lege, Ministerul Culturii cooperează cu autoritățile publice naționale competente, cu organizațiile internaționale relevante, cu organizațiile societății civile din domeniul mass-media, inclusiv cu Consiliul de Presă din Republica Moldova, precum și cu alte entități relevante.

(3) În exercitarea atribuțiilor stabilite de prezenta lege, Ministerul Culturii examinează petițiile și sesizările ce țin de domeniul său de competență administrativă, poate solicita, la necesitate, opinii

sau expertize independente și dispune măsuri administrative, inclusiv solicitarea completării informațiilor, emiterea notificărilor de conformare și sesizarea autorităților competente, fără aplicarea de sancțiuni și fără exercitarea atribuțiilor de reglementare sectorială, în limitele competențelor stabilite de lege, fără exercitarea atribuțiilor de reglementare, supraveghere sectorială sau control asupra conținutului media ori a deciziilor editoriale.

(4) Ministerul Culturii nu poate interveni în exercitarea responsabilității editoriale.

Articolul 17 atribuie Ministerului Culturii un rol mixt: pe de o parte, de elaborare și promovare a politicilor publice în domeniul mass-media, iar pe de altă parte, de intervenție administrativă în raport cu furnizorii de servicii mass-media. Deși alin. (3) precizează că Ministerul nu aplică sancțiuni și nu exercită atribuții de reglementare sectorială sau control asupra conținutului media, aceeași normă îi permite să examineze petiții și sesizări, să solicite opinii sau expertize independente, să ceară completarea informațiilor, să emită notificări de conformare și să sesizeze autoritățile competente. Aceste atribuții pot produce efecte administrative importante asupra furnizorilor și pot genera presiune instituțională, chiar în lipsa sancțiunilor directe. Formulări precum „la necesitate”, „opinii sau expertize independente”, „măsuri administrative” și „notificări de conformare” sunt neclare. Nu este stabilit cine apreciază necesitatea, ce statut juridic au expertizele, ce efect produce notificarea de conformare și ce consecințe apar dacă furnizorul nu se conformează. Se recomandă delimitarea strictă a rolului Ministerului la elaborarea politicilor publice și administrarea evidenței, cu excluderea oricăror atribuții care pot fi interpretate ca supraveghere, control sau influență asupra activității editoriale.

Articolul 18. Consiliul de Presă

(1) Consiliul de Presă este o organizație necomercială independentă, constituită în conformitate cu Legea nr. 86/2020 privind organizațiile necomerciale, care exercită funcții de autoreglementare în domeniul mass-media, în baza principiilor independenței, imparțialității și transparenței.

(2) Consiliul de Presă este un mecanism de autoreglementare a activității furnizorilor de servicii mass-media și a jurnaliștilor și funcționează în temeiul Codului deontologic al jurnalistului din Republica Moldova, al statutului și regulamentelor sale.

(3) Consiliul de Presă examinează plângeri și autosesizări privind respectarea normelor deontologice, adoptă decizii privind constatarea unor abateri deontologice și formulează recomandări. Deciziile Consiliului de Presă au caracter consultativ și etic și nu produc efecte juridice obligatorii, inclusiv de natură sancționatorie.

(4) Activitatea Consiliului de Presă nu poate conduce la restrângerea libertății editoriale, nu substituie și nu afectează competențele autorităților publice prevăzute de lege.

(5) Persoanele care consideră că printr-o decizie a Consiliului de Presă le-au fost afectate drepturile sau interesele legitime se pot adresa instanței de judecată competente, în condițiile legii, instanța examinând cauza potrivit competenței sale.

Alin.(3) precizează că deciziile Consiliului de Presă au caracter consultativ și etic și nu produc efecte juridice obligatorii, inclusiv de natură sancționatorie. În schimb, alin. (5) prevede că persoanele care consideră că, printr-o decizie a Consiliului de Presă, le-au fost afectate drepturile sau interesele legitime se pot adresa instanței de judecată competente. Dacă decizia nu produce efecte juridice obligatorii, articolul nu explică suficient în ce constă atingerea juridică directă a drepturilor ori intereselor legitime și nici care este temeiul procesual concret al acțiunii. Care instanță? Care e dreptul vătămat?

Articolul 19. Răspunderea

(1) Încălcarea prevederilor prezentei legi atrage răspundere civilă, contravențională sau penală, după caz, în condițiile legislației în vigoare, inclusiv ale Codului serviciilor media audiovizuale nr. 174/2018, atunci când acesta este aplicabil.

(2) Nerespectarea obligațiilor prevăzute la art. 9 alin. (5) - (8) atrage, după caz, răspundere contravențională sau penală, în condițiile legii, cu respectarea garanțiilor prevăzute de Legea nr. 64/2010 cu privire la libertatea de exprimare.

Capitolul VI

DISPOZIȚII FINALE ȘI TRANZITORII

Articolul 20. Intrarea în vigoare și organizarea executării legii

(1) Prezenta lege intră în vigoare la expirarea termenului de 6 luni de la data publicării în Monitorul Oficial al Republicii Moldova.

(2) În termen de 6 luni de la data publicării prezentei legi, Guvernul:

a) va prezenta Parlamentului propuneri privind aducerea legislației în vigoare în concordanță cu prezenta lege;

b) va aduce actele sale normative în concordanță cu prezenta lege;

c) va asigura aducerea actelor normative ale autorităților administrației publice centrale de specialitate în concordanță cu prezenta lege.

(3) La data intrării în vigoare a prezentei legi, Legea presei nr. 243/1994 se abrogă.

PREȘEDINTELE PARLAMENTULUI