

Expertiza

Statutului instituției publice naționale a audiovizualului- Compania „Teleradio-Moldova”

Dr. Katrin Nyman-Metcalf
Iulie 2007

Informație generală

Această expertiză este făcută pe marginea statutului instituției publice naționale a audiovizualului, Teleradio-Moldova, elaborat în conformitate cu Codul Audiovizualului al Republicii Moldova. Analiza a fost făcută în baza traducerii în limba engleză pusă la dispoziție de către Misiunea OSCE în Moldova în iulie 2007.

În prealabil, expertul a examinat proiectul și versiunea finală a Codului Audiovizualului al Republicii Moldova și a făcut unele sugestii în acest sens. În unele cazuri comentariile din acest raport se referă la analizele și sugestiile făcute anterior. Acest raport constă din observații generale și din comentariile făcute capitol cu capitol. Ținând cont de faptul că analiza este bazată pe traducerea engleză, nu s-au făcut comentarii referitor la limbaj și terminologie. Astfel de comentarii sunt făcute doar în cazul când ele sunt foarte relevante sau când este necesar de menționat că traducerea nu redă clar conținutul.

Observații generale

Statutul corespunde, în mare parte, standardelor europene și celor internaționale. El creează o bază bună pentru un radiodifuzor public independent. Ar trebui de adăugat unele detalii cu privire la organizarea internă a radiodifuzorului public și cele cu privire la delegarea atribuțiilor de la Consiliul de observatori la director și respectiv de la director la alți funcționari. Codul Audiovizualului stipulează independența radiodifuzorului public, ilustrat, de exemplu, de faptul că radiodifuzorul are un consiliu independent, fapt care este de asemenea reflectat în Statut. Necesitatea unui astfel de consiliu independent constituie un aspect important în comentariile făcute pe marginea diferitor proiecte ale Codului Audiovizualului. Ca rezultat, un astfel de consiliu, Consiliu de Observatori, a fost inclus în mod adecvat în versiunea finală a Codului Audiovizualului. În general, statutul accentuează independența editorială și de alte genuri a radiodifuzorului public, ceea ce este un lucru foarte bun.

În versiunea finală a Codului Audiovizualului, relația dintre radiodifuzorul public și organul de reglementare par a corespunde standardelor europene. Deși această relație nu este direct analizată în statut, statutul nu conține nimic ce ar contrazice corectitudinea acestei relații. Radiodifuzorul public va avea o licență eliberată de către organul de reglementare și în careva măsură va cădea sub competența acestuia, chiar dacă unele chestiuni trebuie să fie reglementate diferit pentru radiodifuzorii publici și cei privați, după cum se specifică în continuare.

Un comentariu făcut în analiza Codului Audiovizualului a fost că statutul juridic al radiodifuzorului public existent și transformarea acestuia într-o altă persoană juridică nu a fost clară. Statutul nu abordează acest subiect și e posibil că această entitate nouă este cu adevărat nouă sau dacă este aceeași persoană juridică ca și cea precedentă, referitor la transferul proprietății, al bunurilor (așa ca emițătoare), la statutul personalului și multe alte aspecte similare. În unele cazuri, poate apărea necesitatea de a avea unele prevederi speciale temporare în sau în legătură cu statutul, sau cel puțin de a avea o trimitere la acte normative separate care reglementează aceste aspecte.

Scopurile și sarcinile radiodifuzorului public

Radiodifuzorii publici din statele democratice europene cu o mass-media liberă au un rol special, recunoscut în toate statele europene, chiar dacă unele elemente diferă de la o țară la alta. Radiodifuzorii publici nu sunt radiodifuzori de stat și de aceea ei trebuie să satisfacă toate interesele societății, indiferent de situația politică curentă a țării, și să-și păstreze independența editorială față de orice organ politic. Ei trebuie să difere de radiodifuzorii comerciali în ceea ce privește scopul lor de bază care este, nu de a obține profit sau un rating înalt, ci de a pune la dispoziție programe care ar corespunde interesului public în cel mai larg sens – inclusiv diferitor grupuri minoritare. Este important de subliniat faptul că radiodifuzorii trebuie să aibă diferite tipuri de emisiuni care ar satisface diferite grupuri ale societății, precum este stipulat în statut. Documente recente, precum Convenția UNESCO din octombrie 2005 cu privire la protecția și promovarea diversității expresiei culturale și recomandarea Consiliului Europei Rec(2006)3 care aprobă Convenția, subliniază importanța diversității culturale. O altă sarcină importantă a radiodifuzorului public este de a pune la dispoziție emisiuni pentru copii și emisiuni de ordin educativ.

Scopurile și sarcinile stabilite în statut corespund standardelor europene. Comentariile făcute capitol cu capitol sugerează unele clarificări, dar, în general, se pare că elaboratorii statutului au folosit drept bază cele mai bune practici europene. Un alt aspect pozitiv al statutului este că există cerința pentru un sistem adecvat de plângeri.

În ceea ce privește prevederile ce vizează conținutul emisiunilor, statutul reflectă, iarăși, cele mai bune practici europene care conțin așa elemente ca interzicerea instigării la ură și violență, defăimarea și altele. Astfel de standarde de realizare a emisiunilor trebuie să fie bazate pe legislație și să fie reflectate în **codurile de conținut** care trebuie aplicate tuturor radiodifuzorilor (publici sau privați). Este important ca prevederile statutului să corespundă altor acte normative de acest fel. **Ar fi util de repetat prevederile în calitate de standarde nemijlocit pentru radiodifuzorul public, precum este făcut în statut.** Radiodifuzorul public poate îndeplini o varietate de sarcini ce țin de funcția sa de bază, dar este foarte important ca acestea să nu atenueze funcția sa de bază: de audiovizual public de înaltă calitate. Radiodifuzorul public nu trebuie să producă publicitate.

Consiliul de observatori și personalul

Este necesară adăugarea unor reguli suplimentare (dar nu prea stricte sau detaliate) în ceea ce privește principiile practice de activitate ale Consiliului de Observatori, cum ar fi periodicitatea întrunirilor Consiliului (numărul minim de întruniri), și principiile pentru delegarea atribuțiilor directorului și/sau personalului. După cum s-a menționat în analiza statutului organului de reglementare, ar fi bine ca regulile detaliate cu privire la orele de lucru să fie incluse nu în statut, ci în documente mai flexibile. În același timp, unele detalii cu privire la practicile de lucru ar putea fi incluse în statut. Conform standardelor europene ordinare (și recomandărilor Uniunii Europene în domeniul Radiodifuziunii (EBU) statutul ar trebui să stabilească reguli cu privire la organizarea internă și să definească responsabilitățile **personalului de creație și** ale altor funcționari. Delegarea trebuie să fie stabilită în statut pentru a garanta siguranța juridică. Consiliul trebuie să-și stabilească propriile reguli de procedură, care trebuie să fie menționate.

Este bine că principiile etice sunt menționate în statut. Ar trebui de elaborat un Cod Deontologic aparte care ar oferi alte detalii și accente asupra acestor principii.

Finanțarea și publicitatea

Majoritatea radiodifuzorilor publici europeni sunt finanțați parțial din plata de abonament, după cum a fost comentat în legătură cu Codul Audiovizualului. În comparație cu finanțarea directă de către stat, aceste mijloace de finanțare permit un grad mai mare de independență financiară și altele. **Întrucât sugestiile pentru Cod nu au fost adoptate, Statutul reflectă și trebuie să reflecte conținutul codului.**

În comentariile făcute pe marginea Codului Audiovizualului s-a sugerat limitarea difuzării publicității și teleshoppingului de către radiodifuzorul public, cu scopul de a nu crea un avantaj competitiv prea mare pe piața de publicitate pentru radiodifuzorul public – care are și alte surse de finanțare – față de radiodifuzorii privați. Aceste sugestii nu au fost incluse în cod și prin urmare, după cum se știe, radiodifuzorul public se conduce după aceleași reguli ca și radiodifuzorii privați în ceea ce privește volumul de publicitate difuzată. Totuși, radiodifuzorul public, luând în considerare caracterul sarcinilor și emisiunilor sale, trebuie să impună restricții și să adopte principii mai stricte în ceea ce privește modul de plasare a publicității. Astfel de reguli nu sunt menționate în statut, dar pot fi elaborate separat.

Licențierea

Este foarte bine că radiodifuzorul public are licență deoarece aceasta îi oferă organului de reglementare dreptul de control asupra radiodifuzorului public, dar trebuie de reamintit faptul că relația dintre radiodifuzorul public și organul de reglementare trebuie să fie diferită de cea dintre organul de reglementare și alți radiodifuzori, deoarece radiodifuzorul public este instituit în baza legii. Licențierea unui astfel de radiodifuzor se efectuează, în special, pentru a asigura îndeplinirea criteriilor de bază, inclusiv criteriile tehnice și standardele de realizare a emisiunilor, și pentru a evita bruiatul. Organul de reglementare este obligat să ofere licență radiodifuzorului public fără dreptul de a o retrage, ceea ce înseamnă că organul de reglementare trebuie să folosească alte mijloace de sancționare a radiodifuzorului public în caz dacă acesta încalcă unele prevederi ale legislației, și că licența acestuia trebuie să difere puțin de o licență de emisie ordinară. Detaliile de bază în acest sens vor fi incluse în licență și posibil în regulile organului de reglementare – acest lucru este menționat aici doar din cauza că unele referințe la problemele de licențiere din acest statut par a nu-l lua în considerare.

Sumar al sugestiilor

În mare parte, Statutul corespunde cerințelor celor mai bune practici europene și sugestiile făcute se referă mai mult la completări decât la amendamente.

Statutul juridic al radiodifuzorului public existent și transformarea acestuia într-o entitate nouă trebuie să fie formulat clar în statut sau în orice alt document la care statutul poate face trimitere.

Sarcinile suplimentare ale radiodifuzorului public nu trebuie să atenueze sarcina sa principală de a oferi un audiovizual divers de înaltă calitate servind interesul public. În acest context, sarcina de a satisface interesele minorităților ar trebui menționată într-un mod mai clar.

Sarcina de a menține o arhivă a materialelor difuzate trebuie stabilită expres.

Ar trebui de elaborat un Cod Deontologic separat.

Ar trebui de elaborat unele principii și reguli practice de lucru pentru Consiliul de Observatori, așa ca numărul minim de întruniri, principiile de delegare și alte lucruri similare.

Statutul trebuie să conțină unele reguli cu privire la structura internă a organizației și să definească responsabilitățile personalului de creație și altor funcționari – reguli care trebuie să fie mai clare decât cele menționate în prezentul statut și care ar servi drept garanții împotriva destituirii din funcție.

Radiodifuzorul public nu trebuie să producă publicitate și ar trebui să impună unele restricții asupra volumului și tipului de publicitate difuzată, astfel încât să nu-și compromită rolul serviciului public.

Referitor la licență, trebuie de luat în considerare faptul că licența radiodifuzorului public diferă de cea a radiodifuzorilor privați deoarece radiodifuzorul public este instituit în baza legii pentru a îndeplini o sarcină specifică, acordându-i licență în acest scop.

Sarcina principală de monitorizare și de decizie asupra sancțiunilor ține de competența organului de reglementare, așadar rolul Consiliului de Observatori este de a implementa astfel de decizii și nu de a decide asupra sancțiunilor în mod independent. Regulile principiilor de realizare a emisiunilor și alte reguli similare sau Codul Audiovizualului de asemenea se aplică radiodifuzorului public, care ar trebui să fie formulate clar în unele puncte, de exemplu făcând trimitere la cod.

Comentarii articol cu articol

STATUTUL

instituției publice naționale a audiovizualului

Compania "Teleradio-Moldova"

Prezentul statut este elaborat în conformitate cu Codul Audiovizualului al Republicii Moldova nr. 260 din 27.07.2006 (Monitor Oficial nr.131 din 18.08.2006 articolul 679), care stabilește modul de organizare și de funcționare a radiodifuzorilor ce activează pe teritoriul Republicii Moldova (publici și privați), inclusiv a instituției publice naționale a audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova” (denumită în continuare Companie), sarcinile, drepturile și obligațiile ei, precum și alte aspecte privind asigurarea activității Companiei.

Capitolul I. Dispoziții generale

1. Instituția publică națională a audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova” se constituie și funcționează în conformitate cu legislația Republicii Moldova, cu actele internaționale, la care țara noastră sau Compania este parte, cu prezentul statut, precum și cu actele normative de uz intern.

2. Compania are statut de persoană juridică, este un serviciu public de radiodifuziune și televiziune independent editorial, precum și în activitatea sa de creație, autonom instituțional, constituit în baza capitalului financiar public, asigurând, în spiritul pluralismului de opinii, realizarea dreptului cetățenilor la comunicarea completă, veridică și operativă a informației. Ea difuzează pe întreg teritoriul Republicii Moldova, precum și peste hotarele ei.

Nu este clar menționat cum și în ce măsură radiodifuzorul public difuzează peste hotarele țării. În mod normal, un radiodifuzor public difuzează doar în limitele teritoriului țării, separat de difuzările prin satelit

destinate diasporelor sau altor grupuri similare. Dacă anume aceasta se are în vedere, atunci acest lucru necesită să fie mai clar. De altfel această afirmație clară cu privire la independența radiodifuzorului este bună și foarte importantă. La fel, ar fi bine de accentuat pluralismul chiar de la începutul statutului. Pentru un radiodifuzor care difuzează pe întreg teritoriul republicii este important ca toată populația să aibă acces la difuzări (adică acoperirea populației în loc de acoperirea teritorială), dar în acest caz efectul poate fi același.

3. Compania dispune de denumire în limba de stat, de ștampilă și antet cu Stema de Stat, de conturi bancare, de balanță proprie, de sigle, simboluri și alte atribute de logotip, precum și de semnale audiovizuale distincte.

4. Compania nu poate fi privatizată sau supusă acțiunii. Termenul ei de activitate nu este limitat.

5. Compania își sistează activitatea în caz de lichidare, de suspendare, de retragere a licenței de emisie sau când funcționarea ei devine imposibilă din cauza unor calamități naturale.

Diferă de la țară la țară dacă radiodifuzorii publici dețin sau nu licență. În unele țări radiodifuzorul public nu cade sub competența organului de reglementare, dar are propria sa funcție de control, cu toate că în prezent există tendința de a avea un sistem unic al organelor independente de reglementare în domeniul audiovizualului cu unele competențe asupra radiodifuzorilor publici. Beneficiul acestora este că, luând în considerare faptul că multe chestiuni se referă în același mod atât la radiodifuzorii locali cât și la cei privați, organul de reglementare poate examina toate aceste chestiuni și forma o opinie generală asupra domeniului audiovizualului. Deci, este bine (după cum a și fost menționat în comentariile făcute cu privire la Codul Audiovizualului) că Moldova a ales un sistem cu un organ de reglementare autonom care verifică activitatea radiodifuzorilor publici și privați. În același timp, unele lucruri sunt caracteristice doar radiodifuzorului public.

Dat fiind faptul că radiodifuzorul public este instituit în baza legii, nu ar fi logic de a retrage licența acestuia, deoarece acest fapt ar nega efectul legii. Așadar, chiar dacă organul de reglementare eliberează licența și exercită careva control asupra radiodifuzorului public prin intermediul monitorizării, acțiunile întreprinse față de radiodifuzorul public vor fi diferite de cele pe care organul de reglementare le poate întreprinde față de radiodifuzorii privați: una dintre diferențe fiind că licența radiodifuzorului public trebuie să fie eliberată (chiar dacă organul de reglementare poate cere respectarea unor condiții înainte de eliberarea acesteia) și nu poate fi retrasă ca mijloc de sancționare. În consecință, este greu de înțeles situația la care se referă acest articol. De asemenea, el pare a fi în contradicție cu articolul anterior, care stipulează că termenul de activitate este nelimitat. În fond, radiodifuzorul public își va sista activitatea doar în cazul când legea, conform căreia el a fost instituit, este schimbată și baza legală a acesteia va fi retrasă. Atât lichidarea, cât și suspendarea sau retragerea licenței nu trebuie să aibă loc. În caz dacă activitatea radiodifuzorului este imposibilă datorită unor calamități naturale, sistarea acesteia va fi, probabil, temporară.

6. Compania utilizează oficial următoarele denumiri și sigle:

a) Instituția publică națională a audiovizualului Compania "Teleradio-Moldova" – IPNA CTRM;

b) Compania "Teleradio-Moldova" - CTRM, TRM;

c) Televiziunea:

"Televiziunea Republicii Moldova"; "Televiziunea Națională";

„Moldova Cultural”

"Televiziunea moldovenească";

„TV Moldova-1";

„Moldova – 2”;

"TV Moldova-2";

"TV Moldova Internațional";

„Moldova Internațional”

d) Radiodifuziunea:

"Radiodifuziunea Republicii Moldova";

"Radiodifuziunea Națională";

"Radiodifuziunea moldovenească";

"Radioul Național";

"Radio Moldova";

„Radio Moldova Cultural”;

„Radio Moldova Muzical”;

„Radio Moldova Tineret”

"Radio Luceafărul";

"Radio Moldova Internațional" – RMI;

7. Adresa juridică a Companiei: MD-2028, Republica Moldova, municipiul Chișinău, strada Miorița, 1.

Capitolul II. Scopurile, sarcinile și obiectivele Companiei

8. Compania activează în interesele telespectatorilor, ascultătorilor, precum și ale altor categorii de utilizatori ai producției sale, soluționând, în mod independent, chestiunile ce vizează grila de emisie, conținutul și forma programelor sale, durata, periodicitatea și costul lor, politica editorială și modul de implementare a ei.

9. Compania are, în principal, următoarele scopuri și sarcini:

a) să asigure accesul liber al societății la informație, reflectând, în programele sale televizate și radiofonice, interesele publicului;

b) să informeze echidistant publicul despre evenimente politice, economice, culturale, sociale, de interes comun etc. atât din țară, cât și de peste hotare;

c) să reflecte echidistant activitatea autorităților publice centrale, ale administrației publice locale de toate nivelurile, ale structurilor societății civile, procesele și fenomenele cele mai relevante, ce au loc în societate;

d) să opteze pentru ideile păcii, umanismului și pentru valorile democratice, promovate de către ONU, OSCE, Consiliul Europei, de alte organizații internaționale, la care Republica Moldova este parte;

e) să asigure dreptul omului la libera exprimare a ideilor politice, religioase, naționale, sociale, ținând cont și de interesele generale ale societății;

f) să asigure păstrarea și promovarea valorilor culturale și tradițiilor istorice ale poporului Republicii Moldova;

g) să contribuie la dezvoltarea spirituală și estetică a societății.

În fond, este o enumerare bună a scopurilor și sarcinilor radiodifuzorului public, reflectând obligațiile sale publice. Ceea ce ar trebui de adăugat în acest context este obligația de a satisface necesitățile diferitor grupuri, inclusiv grupurile minorităților. Acest lucru este menționat mai jos, dar încât aceasta este o sarcină importantă a radiodifuzorului public, ar fi bine ca ea să fie inclusă în această listă. Cerința este nu doar cu privire la limbă (care, de asemenea este foarte importantă, menționată în punctul următor), dar și la prezentarea culturii grupurilor minorităților naționale. O altă sarcină importantă a radiodifuzorului public este furnizarea emisiunilor pentru copii. Orientarea spre copii este menționată în articolul 47, dar ar fi bine ca acest lucru să fie inclus, de asemenea, în această enumerare de scopuri și sarcini.

10. Compania produce și difuzează în limba de stat, în limbile minorităților naționale și în alte limbi, conform obiectivelor sale, emisiuni informative, social-politice, instructiv-educative, cognitive,

distractive, de propagare a modului sănătos de viață etc.

11. În procesul activității sale Compania:

a) produce, realizează și difuzează, independent, cu parteneri interni sau externi, programe televizate și radiofonice, filme artistice, documentare, spectacole, concerte, înregistrări muzicale pe casete video și audio, CD-uri, publicații, precum și alte tipuri de purtători de informație;

b) editează și difuzează tipărituri privind programele proprii sau problemele de difuzare în ansamblu;

c) utilizează materiale din arhiva sa atât pentru difuzare, cât și în alte scopuri;

d) face schimb, oferă, acceptă spre difuzare, achiziționează sau vinde programe televizate și radiofonice, alte materiale informative din țară și de peste hotare;

e) organizează, produce, prezintă, susține informațional, subvenționează emisiuni distractive, concerte, spectacole, show-uri (în transmisiune directă, în înregistrare sau în reluare);

f) elaborează, produce, utilizează, cumpără, arendează sau vinde utilaj și aparataj divers, în scopul realizării sarcinilor stabilite;

g) desfășoară activități de impresariat pentru propriile colective artistice, efectuând încasări conform legislației în vigoare;

h) organizează ajutorarea angajaților și a foștilor săi salariați, alte acțiuni de binefacere sau social-utile, în scopuri ce nu contravin legislației.

Scopul principal al radiodifuzorului public trebuie să fie oferirea unui audiovizual public de înaltă calitate. Alte sarcini trebuie să fie secundare și pot fi suplimente importante. Articolul (și alte articole ale statutului) se referă la arhivă fără a stabili clar (acest lucru e stabilit dar nu foarte clar în articolul 13) sarcina că radiodifuzorul public ar trebui într-adevăr să întrețină o astfel de arhivă, ceea ce este o parte importantă a obligațiilor sale. Referitor la alte sarcini putem spune că ele corespund criteriilor doar dacă ele vor fi interpretate corect și dacă executarea acestora nu va sustrage radiodifuzorul public de la îndeplinirea sarcinii sale principale de audiovizual public.

Capitolul III. Drepturile și obligațiile Companiei

12. Compania are dreptul:

a) să stabilească structura organizatorică și editorială internă, statele de personal, să aprobe regulamentele subdiviziunilor sale și alte acte normative de uz intern;

b) să dispună de o rețea proprie de emițătoare;

c) să beneficieze, în mod prioritar, de rețelele de stat de difuzare și recepționare a emisiunilor televizate și radiofonice, inclusiv, prin satelit;

d) să exercite controlul asupra calității tehnice a semnalului și a instalațiilor arendate;

e) să realizeze, cu mijloace proprii sau arendate, difuzarea publică a emisiunilor televizate și radiofonice, transmiterea teletextului, a informației codificate și a altei informații suplimentare pe cale terestră, prin cablu, prin satelit și/sau prin utilizarea altor mijloace tehnice, în conformitate cu necesitățile societății;

f) să filmeze, să înregistreze și să difuzeze, în direct sau în imprimare, subiecte despre activitatea autorităților publice centrale, ale organelor administrației publice locale de toate nivelurile, ale structurilor societății civile, despre manifestările publice, cultural-artistice, sportive precum și despre alte evenimente de interes comun;

g) să opereze modificări în grila de program a zilei, în dependență de importanța evenimentelor ce au loc sau urmează să se desfășoare;

h) să stabilească modalități de remunerare a muncii angajaților, prețuri și tarife la producția proprie și la serviciile prestate în domeniul televiziunii și radiodifuziunii;

i) să fondeze studiouri de radio și televiziune teritoriale separate sau mixte, alte unități autonome funcțional;

j) să dispună de o rețea proprie de corespondenți (filiale și reprezentanțe) în Republica Moldova în corespundere cu legislația în vigoare, iar peste hotare, în corespundere cu legislația țării respective, dacă acordurile internaționale semnate de Republica Moldova nu stipulează alte prevederi;

k) să înființeze structuri și întreprinderi specializate în domeniu, inclusiv de protecție a drepturilor de autor și conexe, precum și a proprietății intelectuale a Companiei și a salariaților săi;

l) să negocieze și să încheie acorduri de colaborare cu alte instituții ale audiovizualului din Republica Moldova și de peste hotare;

m) să practice alte activități ce nu contravin legislației în vigoare.

Nu este clar ce fel de taxe și servicii pot fi prestate de către radiodifuzorul public (punctul h) dar probabil aceasta se referă la chestiunile menționate în alte articole ale statutului. În ceea ce privește punctul i), este important de evitat atenuarea resurselor radiodifuzorului public. Nu ar trebui să fie prea multe unități diferite în așa țară mică ca Moldova.

13. Compania este obligată:

a) să ofere publicului emisiuni televizate și radiofonice, diverse ca formă și conținut, ce ar corespunde celor mai largi interese ale societății;

b) să asigure cetățenilor dreptul la informație, reflectând, obiectiv și imparțial, viața social-politică, internă și internațională prin intermediul exprimării libere a diverselor idei și opinii, precum și a circulației libere a informației;

c) să propage valorile autentice ale culturii naționale, inclusiv ale minorităților naționale ce locuiesc pe teritoriul republicii, precum și cele ale culturii universale;

d) să difuzeze în mod operativ informații despre catastrofe și calamități naturale sau despre periclitarea securității naționale;

e) să păstreze, pentru beneficiul comun, înregistrări audio și video, documente ce prezintă valoare istorică și să completeze fonoteca, videoteca și arhiva proprie cu opere și materiale executate la un înalt nivel estetic și artistic, asigurându-se o evidență transparentă și accesibilă;

f) să folosească judicios bunurile de stat, transmise spre administrare.

Capitolul IV. Conducerea Companiei

Secțiunea 1. Dispoziții introductive

14. Organele de conducere ale Companiei sînt:

a) Consiliul de Observatori;

b) președintele companiei;

c) directorul radiodifuziunii și directorul televiziunii.

Aceasta reprezintă o structură bună și adecvată a conducerii radiodifuzorului public. De asemenea, ar fi foarte util să fie prezentate mai multe detalii despre structura companiei în formă de organigramă.

Secțiunea 2. Consiliul de Observatori

15. Consiliul de observatori al Companiei este un organ de conducere autonom, ce are menirea să asigure, prin intermediul mijloacelor audiovizuale ale Companiei, realizarea dreptului cetățenilor și al societății de a obține informații veridice, complete și operative, fiind abilitat, în acest scop, să monitorizeze respectarea de către Companie a prevederilor legale și statutare.

Consiliul de Observatori își desfășoară activitatea în baza legislației în vigoare, a prezentului statut și a propriului regulament.

Consiliul de Observatori autonom reprezintă o instituție deosebit de importantă pentru audiovizualul public.

16. Consiliul de Observatori are următoarele atribuții:

- a) aprobă statutul companiei și modificările la el;***
- b) aprobă Caietul de sarcini al companiei, care include planul financiar și declarația politicii editoriale a companiei;***
- c) evaluează performanța companiei și conducerii ei, publicînd rapoarte anuale și recomandări;***
- d) aprobă instituirea, reorganizarea sau încetarea activităților subdiviziunilor companiei, inclusiv ale birourilor ei teritoriale;***
- e) organizează întâlniri publice cu reprezentanți ai diferitelor categorii ale auditoriului din Republica Moldova pentru a efectua studii de audiență;***
- f) confirmă în funcție, în bază de concurs, președintele companiei, directorul radiodifuziunii și directorul televiziunii;***
- g) sesizează, din oficiu și la solicitare, asupra încălcării Codului Audiovizualului și a altor legi în vigoare, comise de Companie, înaintînd președintelui ei demersuri de intrare în legalitate.***

Radiodifuzorul public și Consiliul de Observatori vor conlucra cu organul de reglementare, care este principalul supraveghetor al Codului Audiovizualului, pentru a examina chestiunea menționată în punctul g). Consiliul poate sesiza asupra încălcărilor observate, iar organul de reglementare va fi (probabil) organul de bază pentru examinarea acestora, în contextul căruia Consiliul de Observatori va juca un rol important în examinarea plîngerilor și în procesul de remediere a potențialelor încălcări ale Codului Audiovizualului. Dacă radiodifuzorul public cade sub competența organului regulator, ceea ce se pare a fi în conformitate cu Codul Audiovizualului, decizia cu privire la măsurile de corectare vor fi luate de către organul de reglementare și organul de reglementare va decide ce fel de acțiuni acesta cere de la radiodifuzorul public. În așa mod, Consiliul de Observatori nu adoptă decizii cu privire la măsurile de corectare, deși consiliul poate decide modul de implementare a deciziilor organului de reglementare.

Secțiunea 3. Președintele Companiei

17. Președintele Companiei este numit în funcție de către Consiliul de Observatori pe un termen de 5 ani. La expirarea termenului, el poate candida pentru un nou mandat. Președintele își exercită atribuțiile pînă la numirea succesorului său.

Ar trebui de specificat (ceea ce probabil este în limba de origine) că președintele poate candida pentru un mandat suplimentar.

18. În absența președintelui Companiei, atribuțiile lui sînt exercitate de către persoana împuternicită de către președinte.

19. Președintele Companiei poate fi eliberat din funcție înainte de termen de către Consiliul de Observatori cu votul a cel puțin 6 membri:

- a) în cazurile cînd președintele Consiliului de Observatori sau un grup de inițiativă, alcătuit din cel puțin 1/3 din membrii Consiliului, înaintează o sesizare prin care se argumentează că acesta nu-și exercită în modul convenit funcțiile și atribuțiile de serviciu, încălcînd prevederile legislației în vigoare;***
- b) la recomandarea organelor abilitate cu dreptul de a controla activitatea financiară a companiei – pentru încălcări în activitatea financiară, care au adus prejudicii considerabile;***
- c) în caz de demisie;***
- d) dacă a pierdut cetățenia Republicii Moldova***

Președintele companiei nu trebuie să fie demis din funcție prea ușor, deoarece el/ea trebuie să fie sigur de postul său, fără a avea temeri ca va fi destituit atunci când, de exemplu, radiodifuzorul are de a face cu chestii delicate. De aceea e mai bine de a impune restricții cu privire la cazurile când președintele poate fi demis din funcție, cu toate că acest lucru se poate realiza printr-o interpretare corectă a criteriilor menționate în acest articol. Pierderea cetățeniei într-un stat democratic condus conform principiul supremației legii poate avea loc doar la cererea persoanei, deci aceasta va servi drept motiv de demitere în cazuri extrem de rare.

20. În acest caz, pînă la numirea unui nou președinte al Companiei, atribuțiile lui sînt exercitate de persoana desemnată în baza hotărârii Consiliului de Observatori.

21. Președintele Companiei are următoarele atribuții:

a) exercită conducerea continuă și eficientă a Companiei, asigurînd executarea prevederilor legale naționale și internaționale, a actelor normative cu caracter intern precum și a deciziilor Consiliului de Observatori al Companiei;

b) reprezintă Compania în relațiile cu autoritățile publice, cu instituțiile și organizațiile republicane sau de peste hotare, cu alte persoane juridice sau fizice, precum și reprezintă interesele Companiei în instanțele de judecată;

c) aprobă, la propunerea directorului radiodifuziunii și a directorului televiziunii, ordine cu privire la efectuarea operațiunilor economice, comerciale și financiare, recrutarea, perfecționarea, angajarea și concedierea personalului ei;

d) de comun acord cu directorul radiodifuziunii și directorul televiziunii, cu șefii subdiviziunilor Companiei, elaborează și propune spre adoptare Consiliului de Observatori Statutul Companiei, Caietul de sarcini, acțiunile de instituire, reorganizare a subdiviziunilor companiei și încetare a activității acestora;

e) adoptă decizii de competență generală;

Sună destul de vag (în engleză)

f) elaborează, în comun cu subdiviziunile companiei, proiectele statutului, structurii, programului de activitate al Companiei, precum și proiectele de modificare a acestor acte, înaintîndu-le Consiliului de Observatori spre aprobare;

g) elaborează proiectele cu privire la statele de personal, categoriile de salarizare, procedurile și criteriile de selectare a personalului Companiei.

h) determină bazele politicii financiare, bugetare și investiționale, bilanțul conturilor de profit și de pierderi al acesteia, politica de difuzare, de producție, de publicitate și tehnică a Companiei;

i) este ordonatorul de finanțare al Companiei, asigurînd gestionarea eficientă și conform destinației a mijloacelor bugetare și extrabugetare și creînd condiții adecvate de activitate a Companiei și a angajaților acesteia;

j) semnează documente financiare, referitoare la activitatea Companiei, asigurînd transparența activității ei financiare;

k) emite ordine, dispoziții și alte documente de uz intern (inclusiv de angajare, numire, deplasare, eliberare etc), în limitele prevederilor legale;

l) semnează în numele Companiei contracte, acorduri și alte documente, consultînd, după caz, Consiliul de Observatori ;

Trebuie de menționat clar situația când apare necesitatea de a consulta Consiliul de Observatori, fie în contextele specificate, fie în cazul unor acorduri și alte acte similare privind sume mai mari decît cele preconizate. Aceste reguli pot fi incluse într-un act normativ separat de statut, dar totuși ele trebuie să existe. În caz contrar, există riscul unei birocrății prea mari dacă Consiliul va fi consultat în privința multor probleme.

m) inițiază participarea Companiei la fondarea asociațiilor de creație, de producție, și a altor asociații, în interesele Companiei și în scopul realizării sarcinilor acesteia;

n) este responsabil pentru formarea grilei de emisie și respectarea ei, pentru pregătirea emisiunilor și asigurarea corespunderii lor normelor legislației, precum și pentru calitatea programelor difuzate;

Acest tip de sarcini va fi, în mare parte, delegat **personalului de creație**. Trebuie de stabilit regulile și principiile de organizare ale acestora.

o) aplică în practică strategia și tactica de realizare a obiectivelor Companiei, a normelor privind structura programelor;

p) își asumă responsabilitatea pentru executarea strictă de către toți colaboratorii Companiei a Codului Audiovizualului al Republicii Moldova nr. 260 din 27.07.2006 (Monitor Oficial nr.131 din 18.08.2006 articolul 679)

Ar fi bine de menționat doar legile importante fără a oferi detalii exacte sau de a numi aceste legi și de adăugat cuvintele „și alte legi aplicabile” sau ceva similar, deoarece statutul poate rămâne, într-o mare măsură, același chiar dacă legislația se schimbă. În așa mod va fi posibilă aplicarea multor altor legi – celor existente și celor care urmează a fi adoptate.

r) deleghează, după caz, atribuțiile sale sau alte împuterniciri persoanelor cu funcții de răspundere din cadrul Companiei;

Acest punct necesită unele detalii.

s) exercită alte atribuții ce nu contravin legislației în vigoare.

Secțiunea 4. Directorul Televiziunii

22. Directorul executiv al Televiziunii este numit în funcție și eliberat din funcție de către Consiliul de observatori. Directorul executiv al Televiziunii este destituit din funcție de către Consiliul de Observatori cu cel puțin 2/3 din voturile membrilor Consiliului de Observatori la propunerea președintelui Companiei.

Siguranța muncii pentru acest post de asemenea este importantă, de aceea este necesar de introdus unele restricții sau reguli referitor la demiterea din funcție.

23. Directorul executiv al Televiziunii are, în principal, următoarele atribuții:

a) exercită conducerea activității tuturor subdiviziunilor Televiziunii;

b) este responsabil pentru organizarea procesului de realizare a producției televizate și pentru difuzarea acesteia;

c) poartă negocieri prealabile, inclusiv cu terți, privind spectrul de probleme ce țin de producția televizată și de difuzarea acesteia;

d) participă la elaborarea și aprobarea deciziilor privind problemele de producere și difuzare a programelor și emisiunilor televizate, precum și la elaborarea deciziilor de competență generală;

e) elaborează programul de activitate al Televiziunii, înaintând propuneri pentru modificarea lui;

f) participă la elaborarea principiilor de bază de producere a programelor televizate, la realizarea unor proiecte de proporții, în limitele mijloacelor financiare și tehnice ale Companiei, precum și în comun cu alte companii și organizații;

g) asigură coordonarea activității serviciilor și departamentelor Televiziunii, cu subdiviziunile tehnice și administrative ale Companiei în activitatea curentă și în perioada desfășurării unor acțiuni în comun;

h) elaborează și propune spre aprobare strategia de program și grila de emisie a Televiziunii, planul de lucru, volumul de emisie și alte proiecte necesare serviciului public de televiziune;

i) asigură realizarea programelor televizate la un înalt nivel profesional și artistic;

j) adoptă decizii, dispoziții și alte documente privind problemele curente, în limita competențelor sale;

k) înaintează propuneri privind politica de cadre a Televiziunii, contribuind la perfecționarea profesională a angajaților ei;

l) este responsabil pentru respectarea eticii profesionale, a codului deontologic, a disciplinei de serviciu de către personalul Televiziunii, conform regulamentelor interne;

m) execută indicațiile date de către Președintele Companiei în limitele legii;

n) exercită alte atribuții ce nu contravin legislației în vigoare.

Secțiunea 5. Directorul Radiodifuziunii

24. Directorul executiv al Radiodifuziunii este numit în funcție și eliberat din funcție de către Consiliul de Observatori. Directorul executiv al Televiziunii este destituit din funcție de către Consiliul de Observatori cu cel puțin 2/3 din voturile membrilor Consiliului de Observatori la propunerea președintelui Companiei.

Vezi comentariile de mai sus.

25. Directorul executiv al Radiodifuziunii are, în principal, următoarele atribuții:

a) exercită conducerea operativă a activității tuturor serviciilor și departamentelor Radiodifuziunii;

b) este responsabil pentru organizarea procesului de realizare a producției radiofonice și pentru difuzarea acesteia;

c) poartă negocieri prealabile, inclusiv cu terții, privind spectrul de probleme ce țin de producția radiofonică și de difuzarea acesteia;

d) participă la elaborarea și aprobarea deciziilor privind problemele de producere și difuzare a programelor și emisiunilor radiofonice, precum și la elaborarea deciziilor de competență generală;

e) elaborează programul de activitate al Radiodifuziunii, înaintează propuneri pentru modificarea lui;

f) participă la elaborarea principiilor de bază de producere a programelor radiofonice, la realizarea unor proiecte de proporții, în limitele mijloacelor financiare și tehnice ale Companiei, precum și în comun cu alte companii și organizații;

g) asigură coordonarea activității serviciilor și departamentelor Radiodifuziunii cu subdiviziunile tehnice și administrative ale Companiei în activitatea curentă și în perioada desfășurării unor acțiuni în comun;

h) elaborează și propune spre aprobare strategia de program și grila de emisie a Radiodifuziunii, planul de lucru, volumul de emisie și alte proiecte necesare serviciului public de radiodifuziune;

i) asigură realizarea programelor radiofonice la un înalt nivel profesional și artistic;

j) adoptă decizii, dispoziții și alte documente privind problemele curente, în limita competențelor sale;

k) înaintează propuneri privind politica de cadre a Radiodifuziunii, contribuind la perfecționarea profesională a angajaților ei;

l) este responsabil pentru respectarea eticii profesionale și de serviciu de către personalul

Radiodifuziunii;

m) exercită alte atribuții ce nu contravin legislației în vigoare sau delegate de către președintele Companiei.

Capitolul V. Subdiviziunile și salariații Companiei

Secțiunea 1. Dispoziții introductive

26. Subdiviziuni de bază ale Companiei sînt Televiziunea și Radiodifuziunea, în cadrul cărora activează departamente, direcții, redacții, servicii, secții, echipe de creație, specializate în diferite domenii, precum și alte structuri.

Acest lucru poate fi ilustrat printr-o organigramă însoțită de regulile cu privire la ce fel de decizii pot fi adoptate și la ce nivel.

27. Compania poate înființa colective artistice.

28. Compania instituie consilii artistice și alte organe consultative.

Sensul consiliilor artistice nu se cunoaște.

29. Regulamentele privind activitatea subdiviziunilor și a altor structuri ale Companiei se elaborează de către conducătorii subdiviziunilor și se aprobă de către președintele Companiei.

Statele de personal, categoriile de salarizare, procedurile și criteriile de selectare a personalului se aprobă de către președintele Companiei.

30. Relațiile de muncă din Companie se stabilesc în contractul colectiv de muncă, încheiat între angajator (reprezentantul oficial al Companiei) și salariați (reprezentantul oficial al salariaților), precum și în alte acte normative de uz intern.

Secțiunea 2. Angajarea personalului

31. Personalul Companiei este angajat la serviciu conform legislației muncii în vigoare, a procedurilor și criteriilor de selectare aprobate de Companie.

Compania încheie cu fiecare salariat un contract individual de muncă, în care se stabilesc drepturile și obligațiile părților.

32. Angajarea personalului de creație se face, de regulă, prin concurs. Contractele individuale de muncă ale salariaților angajați prin concurs se perfectează pe termen determinat.

33. Personalul de creație, angajat în cadrul unor proiecte, perfectează contracte individuale de muncă pe durata proiectului.

Președintele Companiei încheie, în interesele Companiei, contracte de colaborare cu autori netitulari, precum și contracte privind prestarea unor servicii cu specialiștii necesari.

34. Salariații Companiei pot practica, în afara orelor de program, activități cu caracter științific, didactic sau de creație, dar nu pot fi angajați ai altor mijloace de informare în masă, ce nu fac parte din structura Companiei.

Astfel de activități nu trebuie să deranjeze activitatea radiodifuzorului public, nici prin conținutul său și nici prin durată.

35. Salariații Companiei nu pot fi membri de partid sau ai organizațiilor social-politice. În cazurile

cînd ei candidează în alegeri, ei sînt obligați să-și sisteze activitatea în cadrul Companiei.

Interdicția impusă cu privire la afilierea politică este bună. Expresia „organizații social-politice” este vagă în limba engleză, dar se înțelege că această expresie are un sens clar în limba de origine, bazată pe legea cu privire la astfel de organizații. Important este faptul că funcționarii nu activează în partide politice și nu sunt afiliați acestor partide sau organizații similare, în caz contrar, aceasta ar putea afecta obiectivitatea sau impresia de obiectivitate a radiodifuzorului public. Astfel de prevederi nu trebuie utilizate cu scopul de a limita drepturile funcționarilor de a participa la activități sociale atît timp cît acestea nu afectează activitatea lor.

36. *Neîndeplinirea condițiilor de calitate, a prevederilor fișei de post sau a altor obligații stipulate în contractul individual de muncă pot conduce la sancționarea salariatului, la modificarea sau rezilierea contractului individual de muncă, conform legislației în vigoare.*

Secțiunea 3. Norme etice și incompatibilități

37. *Salariații Companiei activează în conformitate cu normele eticii profesionale.*

Un Cod Deontologic special ar fi foarte util și binevenit referitor la acest punct. Un astfel de cod ar oferi mai multe detalii referitor la aspectele menționate în articolul următor.

38. *Salariaților Companiei le este interzis:*

a) *să primească bani, cadouri, servicii sau alte semne de atenție ce ar putea fi considerate drept recompensă pentru executarea sau neexecutarea unor acțiuni legate de obligațiile de serviciu;*

b) *să accepte cadouri, recompense, comisioane, servicii sau alte semne de atenție ce ar putea fi considerate drept recompensă din partea structurilor și organizațiilor din Republica Moldova sau externe pentru încheierea sau rezilierea unor contracte, pentru includerea, neinclusiunea, tănuirea sau excluderea unor informații, pentru invitarea unor persoane la emisiuni, precum și pentru alte acțiuni legate de activitatea profesională;*

c) *să facă publicitate ascunsă;*

d) *să facă partizanat politic;*

Această formulare este la fel vagă, deoarece funcționarii nu pot fi împiedicați să-și exprime votul sau să participe la alte activități politice ordinare.

e) *să comită acțiuni și fapte incompatibile cu normele eticii jurnalistului.*

39. *Încălcarea normelor etice de către colaboratorii Companiei trebuie să fie confirmată prin probe.*

Această propoziție este vagă, dar aceasta poate ține de traducere. În caz contrar, nu este clar ce fel de probe sunt necesare și cum ele sunt obținute.

40. *Președintele Companiei creează o comisie pentru etică, ce examinează problemele încălcării normelor etice de către colaboratorii Companiei.*

Componența și regulamentul comisiei pentru etică se aprobă de Președintele Companiei.

41. *Comisia pentru etică elaborează codul deontologic al angajatului Companiei, pe care îl propune spre aprobare Consiliului de Observatori, norme și recomandări speciale pentru colaboratorii Companiei privind respectarea eticii profesionale în procesul de producere și difuzare a programelor televizate și radiofonice, publicațiilor, Internet-site-urilor, precum și în alte domenii ale activității lor profesionale.*

Este bine, dar e important de reținut **codurile generale de conduită pentru creație (nota: trebuie revazut)** și regulile din legea care se aplică tuturor radiodifuzorilor.

Capitolul VI. Activitatea de programare și organizare a emisiiei

42. Compania asigură o diversitate de emisiuni care să corespundă intereselor diferitor grupuri sociale, naționale, religioase, politice etc, realizate în spiritul respectării principiilor imparțialității și obiectivității. Compania poate produce emisiuni cu caracter comercial, care să nu fie în discordanță cu propriul statut.

43. Emisiunile Companiei și activitatea ei privind producerea programelor televizate și radiofonice trebuie să corespundă standardelor profesionale, adoptate de către organele de conducere ale Companiei (ca formă, conținut, integritate conceptuală etc). Aceste cerințe sînt obligatorii pentru toți colaboratorii Companiei.

44. Grila de emisie, durata, strategia și structura programelor Companiei, standardele profesionale și cerințele față de programele televizate și radiofonice se elaborează de către directorul televiziunii, Radiodifuziunii, și departamentului TV Moldova Internațional, și se examinează, după caz, de către Consiliul de Observatori.

Consiliul de Observatori trebuie să examineze doar cele mai de bază principii. Acest punct este din nou legat de ce s-a spus anterior referitor la necesitatea unei delegări adecvate.

45. Emisiunile informative trebuie să fie prezentate cu imparțialitate, comentariile fiind separate de știri. Informațiile trebuie să fie verificate.

46. Emisiunile a căror conținut ar putea prejudicia dezvoltarea morală a copiilor pot fi difuzate între orele 23.00 și 6.00.

Programele televizate, producția cinematografică și alte categorii de producție audiovizuală a Companiei, ce nu sînt recomandate utilizatorilor cu vîrsta mai mică de 12 sau, respectiv, 16 ani vor fi marcate cu sigle de identificare corespunzătoare pe toată durata lor, fiind anticipate de un anunț. Modul de aplicare a acestor condiții speciale se stabilește de către Companie.

Principiile trebuie să corespundă principiilor generale de realizare a emisiunilor aplicabile tuturor radiodifuzorilor. Esența acestor reguli este bună.

47. Emisiunile Companiei trebuie să corespundă următoarelor rigori:

- a) să asigure informarea publicului, servind intereselor cetățeanului și societății;*
- b) să fie credibile, contribuind activ la formarea opiniilor libere, inclusiv prin intermediul discuțiilor;*
- c) să propage valorile culturii naționale în întreaga lor diversitate și bogăție, contribuind creativ la dezvoltarea procesului cultural;*
- d) să fie diverse ca gen (informative, documentare, investigative, artistice, muzicale, dramatice, talk-show-uri, de divertisment etc.) și orientare (instructiv-educative, profesionale, sportive, pentru copii, tineret, oameni de vîrsta a treia, categorii speciale de utilizatori);*
- e) să fie realizate în proporții rezonabile ca gen și diapazon tematic, precum și în limbile minorităților naționale;*
- f) să cultive principiul toleranței față de alte opinii și convingeri;*
- g) să asigure dezbateri imparțiale, echitabile și competente pe marginea problemelor discutate;*
- h) să excludă posibilitatea apariției mesajelor ce conțin îndemn la război, de agresiune, de propagare la violență, intoleranța rasială, națională, de clasă sau religioasă, nesupunerea civică sau instigă la săvîrșirea de infracțiuni și dezordine publică;*

i) să nu prejudicieze securitatea statului, să nu defăimeze denumirea, poporul și limba lui, să nu incite la separatism teritorial;

j) să nu aducă atingere onoarei, demnității, dreptului la propria imagine și vieții particulare a persoanei, conform prevederilor legislației naționale și normelor internaționale, la care Republica Moldova este parte;

k) să nu conțină idei, opinii și manifestări ce contravin normelor moralei;

l) să nu aibă un caracter indecent, inclusiv pornografic;

r) să respecte întocmai prevederile legale.

Vedeți comentariile de mai sus referitor la principiile generale. Esența este foarte bună și este bine de repetat aceste principii în special pentru radiodifuzorul public – este important să se asigure coordonarea pentru a nu crea confuzii.

48. Compania are dreptul să folosească, în mod prioritar, rețeaua națională de emiter și recepționare pentru a asigura transmisiunea în direct a manifestărilor sociale, politice, culturale, sportive, a altor evenimente de interes social și de mare importanță pentru Republica Moldova, precum și pentru promovarea imaginii statului și a Companiei.

Compania poate organiza transmisiuni în direct, în imprimare și pe baze comerciale.

De exemplu, sunt prevederi acceptate în EBU cu privire la difuzarea de către radiodifuzori publici a unor evenimente de importanță majoră pentru segmente mari de populație. Astfel de prevederi plus alte detalii – cum ar fi scopul acestor evenimente – ar putea fi incluse în Cod sau să se facă trimitere la Cod. Codul conține prevederi referitor la evenimente de importanță majoră și referitor la ședințele Parlamentului și ale Guvernului precum și la alte evenimente de ordin politic, dar aceste prevederi par a fi subînțelese aici, fără a fi menționate.

49. Programele televizate și radiofonice pot fi puse pe post și suspendate din emisie doar cu autorizația președintelui sau persoanelor cu funcții abilitate.

Puterea de decizie asupra materialului difuzat constitui o parte nemijlocită în activitatea diferitor **membri ai personalului**. Acest punct permite acest lucru, considerînd faptul că se referă la persoanele împuternicite, dar motivul acestui articol e greu de înțeles și dă o impresie de centralizare.

50. Acceptarea sau sistarea programelor televizate și radiofonice pot fi determinate de motive de creație, de rating și/sau financiare.

Sistarea programelor se face doar în cazurilor extreme. Acest articol se poate referi la seriale sau alte emisiuni care se difuzează în mod regulat. Scopul acestui punct este greu de înțeles; se pare ca acest punct se referă la ceea ce ar fi o decizie editorială ordinară, ce reiese din independența editorială.

51. Înregistrarea integrală a emisiunilor audio și video transmise în eter de către Companie se păstrează cel puțin 30 zile de la data difuzării lor.

Această perioadă trebuie să corespundă cu perioada menționată în Cod (sau mai lungă).

52. Emisiunile realizate de Companie constituie proprietatea acesteia și sînt protejate în conformitate cu legislația privind drepturile de autor și drepturile conexe.

Capitolul VII. Acordarea timpilor de antenă. Relațiile cu publicul

Secțiunea 1. Acordarea timpilor de antenă

53. Compania acordă timp de antenă concurenților electorali în perioada campaniilor electorale în conformitate cu legislația.

54. Compania poate acorda, la solicitare, timp de antenă pentru transmisiunile de la oficierea celor mai importante servicii divine.

Acest articol nu explică clar dacă compania trebuie să ofere astfel de timp de antenă. Radiodifuzorii publici ar trebui să difuzeze serviciile divine ale principalelor religii din țară. Difuzarea acestor servicii de obicei se face gratuit (vezi punctul următor).

55. Compania are dreptul la recuperarea cheltuielilor legate de acordarea, în conformitate cu punctele 53 și 54, a timpilor de antenă.

56. Compania este în drept să refuze difuzarea emisiunilor al căror conținut contravine prevederilor legislației.

57. Compania nu-și asumă responsabilitatea pentru conținutul emisiunilor difuzate în conformitate cu punctele 53 și 54.

Acest punct este discutabil. Radiodifuzorul public, la fel ca și cel privat, poartă responsabilitate pentru conținutul tuturor emisiunilor difuzate, indiferent de sursă. Radiodifuzorul este responsabil de faptul ca emisiunile difuzate să corespundă rigorilor de realizare a emisiunilor menționate în Codul Audiovizualului sau în alte coduri speciale. Altceva este când radiodifuzorul nu influențează conținutul emisiunilor, cum ar fi în cazul emisiunilor de ordin politic sau religios. Totuși, radiodifuzorul este responsabil de difuzare și trebuie să elaboreze o modalitate pentru a asigura că, conținutul este adecvat și nu încalcă nici o regulă. Acest lucru se poate face contactînd creatorii conținutului emisiuni sau prin alte metode similare (metode speciale aplicate la difuzarea în direct etc).

Secțiunea 2. Dreptul la replică

58. Conducerea Companiei acordă dreptul la replică oricărei persoane fizice sau juridice, conform legislației în vigoare. În acest caz, toate probele materiale se păstrează pînă la soluționarea problemei.

59. Dreptul la replică se acordă în cadrul aceluiași program sau ciclul de emisiuni, în termen de 5 zile de la data înaintării cererii întemeiate, dar nu mai târziu de 25 zile de la data difuzării emisiunii, în cazul în care persoana și-a exercitat dreptul la replică în termen de 20 de zile de la transmiterea emisiunii la care se referă cererea. Replica nu se difuzează în emisie directă.

60. Realizarea dreptului la replică poate fi substituită, cu acordul solicitantului, prin rectificarea, de către Companie sau de către prezentatorul emisiunii, a erorii comise, precum și prin exprimarea oficială a scuzelor de rigoare. De asemenea, problemă poate fi soluționată prin executarea deciziei organelor abilitate cu acest drept.

61. Timpul acordat pentru dreptul la replică nu îl va depăși pe cel utilizat pentru difuzarea informației considerate ca fiind eronată.

62. Responsabilitatea pentru difuzarea rectificării și pentru acordarea dreptului la replică le revine, respectiv, directorilor executivi ai Televiziunii și Radiodifuziunii sau directorului departamentului TV Moldova Internațional și RMI.

63. Dreptul la replică nu se acordă dacă:

- a) persoana interesată solicită neîntemeiat acordarea acestui drept;**
- b) replica prezentată are un caracter indecent, poate implica răspundere penală sau genera un alt drept la replică;**
- c) în calitate de temei pentru acordarea dreptului la replică se invocă un material documentar care**

este un fragment al unei înregistrări video sau audio de la o ședință a organului legislativ sau a instanței de judecată;

d) solicitarea a fost înaintată după expirarea a 20 de zile din data difuzării emisiunii.

Iarăși, lucrurile oferite de către Radiodifuzorul public trebuie să corespundă cerințelor generale legale sau unor cerințe mai generoase decât acestea. Dat fiind faptul că, Codul Audiovizualului conține reguli detaliate, ar fi bine să se facă o trimitere la Cod, de dorit fără repetarea cerințelor, cu excepția cazului când radiodifuzorul public dorește să ofere ceva ce este mai generos.

Secțiunea 3. Relații cu publicul

64. Compania este obligată să înregistreze și să analizeze petițiile, scrisorile și adresările cetățenilor cu privire la activitatea ei, asigurând, în limita competențelor, realizarea drepturilor și libertăților constituționale ale cetățenilor, și să le comunice, în termen de o lună de la primire, rezultatele examinării scrisorilor și adresărilor acestora.

Acest articol este foarte bun și important.

65. Compania poate avea relații cu diverse organizații profesionale (naționale și internaționale), structuri guvernamentale și nonguvernamentale, poate fonda asociații și participa la activitatea lor cu drept de membru.

Compania nu poate fi membru al partidelor, organizațiilor social-politice sau blocurilor electorale.

66. Compania este reprezentată în relațiile și contactele cu publicul și cu mass-media de către președinte, de directorii executivi ai Televiziunii sau Radiodifuziunii, precum și de către un salariat al Companiei, numit prin ordin.

Secțiunea 4. Accesul la informație. Confidențialitatea surselor de informație

67. Compania e în drept să reflecte activitatea autorităților publice. Statul asigură accesul Companiei la arhivele de stat, la informația și documentele aflate la dispoziția autorităților publice, în conformitate cu legislația.

În țările europene moderne, accesul la informația cu privire la legislație trebuie garantat oricărei persoane, nu doar jurnaliștilor și nici doar radiodifuzorului public. Este altceva faptul că radiodifuzorii publici pot difuza unele activități ale autorităților publice, avînd drepturi speciale în acest sens. Acest articol poate fi considerat ca o afirmație generală, în timp ce regulile cu privire la accesul la informație se regăsesc în alte acte normative. Totuși, acest statut nu poate obliga legal statul să asigure accesul.

68. Compania asigură confidențialitatea surselor sale de informație în condițiile legii. Divulgarea surselor de informație se permite doar în cazuri excepționale sau în legătură cu o eventuală prejudiciere a intereselor societății, dar în strictă conformitate cu prevederile legale.

69. Salariații Companiei semnează la angajare, după caz, o clauză de confidențialitate, ce se păstrează în dosarul personal.

Capitolul VIII. Publicitatea

Secțiunea 1. Dispoziții introductive

70. Publicitatea se plasează pe mijloacele audiovizuale ale Companiei în conformitate cu legislația în vigoare. Ea trebuie să fie clar identificabilă și separată prin mijloace audiovizuale distincte și inserată între / în emisiuni.

71. Compania este în drept să producă toate tipurile de publicitate.

Radiodifuzorul public nu trebuie să producă publicitate, aceasta sarcină nu corespunde radiodifuzorului public.

Se interzic anunțurile publicitare, ce acționează asupra subconștientului.

72. Timpul, spațiul, suprafața de publicitate ale Companiei sînt proprietatea exclusivă a acesteia. Compania nu oferă drepturi exclusive asupra timpului, spațiului, suprafeței de publicitate nici unei persoane juridice sau fizice.

Timpul de transmisiune consacrat publicității nu trebuie să depășească 12 la sută din timpul cotidian de emisie.

Nu este bine înțeles ce se are în vedere în prima propoziție: în cazul vinderii timpului de publicitate, acest timp este vîndut cu drepturi exclusive unei persoane fizice sau juridice specifice. Se presupune că articolul se referă la o interdicție de a vinde timp de publicitate **în bază permanentă** doar unei entități. Cît privește timpul de publicitate aceasta reiese din lege. Ar fi preferabil ca radiodifuzorul public să aibă timp de publicitate mai limitat decît radiodifuzorii privați (după cum a fost menționat în comentariile cu privire la Codul Audiovizualului), dar aceasta este o chestiune ce ține de lege, și statutul, la rîndul său, trebuie să reflecte ceea ce stipulează legea. Totuși, radiodifuzorul public trebuie să se limiteze în ceea ce privește plasarea publicității și a altor lucruri similare, și trebuie să se stabilească unele reguli cu privire la aceasta.

73. Emisiunile de știri ale Companiei nu pot fi întrerupte de publicitate și nu pot avea sponsori, coproducători sau parteneri informaționali. În emisiunile de știri se interzice plasarea materialelor cu caracter comercial, indiferent de genul acestora.

Publicitatea nu trebuie să implice persoane care prezintă cu regularitate emisiuni informative.

74. Salariații Companiei pot participa la antrenarea furnizorilor de publicitate, cu respectarea prevederilor actelor normative de uz intern. Furnizorul de publicitate nu este în drept să influențeze conținutul programelor Companiei.

Sensul primei propoziții este foarte greu de înțeles. Probabil ține de traducere.

Secțiunea 2. Publicitatea politică și publicitatea ascunsă

75. Publicitatea cu privire la partide, alianțe politice, a candidaților independenți, precum și alte tipuri de publicitate politică se plasează în structurile mass-media ale Companiei exclusiv în perioada campaniilor electorale, conform Codului Electoral și actelor aprobate de Comisia Electorală Centrală și de Consiliul Coordonator al Audiovizualului.

76. Publicitatea politică, ce depășește limita timpului gratuit, aprobat de Comisia Electorală Centrală și de normele legislative, se plasează cu achitarea plății în avans 100%), conform tarifelor aprobate de președintele Companiei.

Conform legislației cu privire la alegeri și alte lucruri similare, radiodifuzorul public trebuie să analizeze dacă, și în ce măsură, acesta va difuza publicitate electorală. Ar putea fi bine astfel de publicitate să fie limitată doar la timpul gratuit oferit de lege și/sau decis de către comisia electorală.

77. Emisiunile Companiei nu trebuie să conțină publicitate ascunsă. Ea se depistează conform unui regulament special, elaborat și aprobat de către președintele Companiei.

78. Emisiunile ce conțin publicitate ascunsă sînt scoase din emisie. Persoanele care au admis punerea pe post a emisiunii ce conține publicitate ascunsă, au încălcat punctele 75, 76 și 77 sau au admis încălcări ale legislației cu privire la publicitate sînt supuse unei anchete profesionale cu aplicarea sancțiunilor disciplinare conform legislației muncii.

Capitolul IX. Mijloacele financiare ale Companiei

79. Sursele de finanțare a Companiei sînt:

- a) bugetul de stat;**
- b) veniturile din prestarea serviciilor de publicitate;**
- c) veniturile din vînzarea dreptului de difuzare și a altor drepturi asupra producției proprii;**
- d) mijloacele provenite din sponsorizări și donații;**

Sunt necesare reguli stricte pentru sponsorizare.

d) alte venituri legale.

Majoritatea radiodifuzorilor publici sunt finanțați, cel puțin într-o oarecare măsură, de taxele de abonament, ceea ce le permite un grad mai mare de independență în comparație cu finanțarea făcută direct de către stat (după cum este menționat în comentariile făcute la Cod). Acest lucru, totuși, diferă între țări. Statutul trebuie să urmeze legea.

80. Direcțiile de utilizare a mijloacelor financiare (bugetare și extrabugetare) ale Companiei sînt:

- a) producerea sau procurarea emisiunilor televizate și radiofonice;**
- b) modernizarea bazei tehnico-materiale și a utilajului special al Companiei;**
- c) completarea și modernizarea fondurilor fixe ale Companiei;**
- d) promovarea și susținerea financiară a proiectelor cu statut de proiecte naționale și internaționale;**

Acest punct este vag, radiodifuzorul public trebuie să susțină financiar doar proiectele care corespund activității sale ordinare.

- e) producerea și prezentarea în premieră a filmelor artistice, documentare, de popularizare a științei, muzicale, de animație, a înscenărilor literar-dramatice, inclusiv radiofonice;**
- h) organizarea și desfășurarea pentru personalul Companiei a lecțiilor, cursurilor de instruire, de perfecționare, speciale și tematice, a trainingurilor, inclusiv cu antrenarea specialiștilor de peste hotare;**
- i) organizarea concertelor, expozițiilor, competițiilor sportive, a altor acțiuni de ordin cultural;**
- j) producerea și prezentarea în premieră a emisiunilor și programelor de autor, a talk show-urilor;**
- k) extinderea structurilor mass-media ale Companiei prin achiziționarea altor publicații, Internet site-uri, companii și posturi de radio;**

Radiodifuzorul public trebuie să fie capabil să-și îndeplinească eficient funcțiile sale de bază. Nu este necesar ca acesta să se extindă spre alte domenii mass-media sau să-și extindă rețelele în mod substanțial.

- l) achiziționarea de la deținătorii dreptului de autor a filmelor artistice, documentare, de popularizare a științei, muzicale, de animație, pentru a fi demonstrate în programele Companiei;**
- m) asigurarea financiară a deplasărilor în străinătate ale angajaților Companiei în scopuri de serviciu, schimb de experiență, negocieri de afaceri, semnarea de contracte și acorduri;**
- n) abonarea la publicații, la buletine ale agențiilor de presă, inclusiv și ale celor din străinătate;**
- o) crearea și finanțarea parțială a rețelei unice interne de telefonie mobilă pentru administrație, jurnaliști și personalul tehnic de la Companie;**

Apare întrebarea dacă această rețea este într-adevăr necesară și nu implică doar cheltuieli și lucru

suplimentar.

- p) încheierea contractelor individuale de muncă cu lucrătorii netitulari ai Companiei întru executarea unor lucrări urgente și specifice;*
- r) efectuarea unor sondaje sociologice speciale;*
- s) acoperirea cheltuielilor de protocol;*

Nu este clar.

t) alte scopuri ce contribuie la obținerea profitului și sporirea potențialului de creație al Companiei ce ar influența pozitiv imaginea și reputația acesteia.

81. În cazuri excepționale, președintele Companiei poate decide asupra utilizării veniturilor extrabugetare pentru acoperirea cheltuielilor prevăzute din bugetul de stat, cu recuperarea ulterioară a acestora.

82. Compania are dreptul să deschidă conturi în lei MDL, valută.

83. Compania poate crea fonduri speciale, care se formează din venitul lunar general provenit din activitatea extrabugetară a Companiei. Numărul și destinația fondurilor speciale se aprobă de președintele Companiei. Fondurile se distribuie de președintele Companiei, conform unui regulament aprobat.

84. Pentru a asigura finanțarea extrabugetară a activității sale, Compania poate vinde, în cadrul licitațiilor interne și externe, bunurile sale învechite sau inutilizabile.

Licitările interne și externe se efectuează în conformitate cu legislația în vigoare.

85. Președintele Companiei, dispune efectuarea licitațiilor și aprobă componența comisiei de licitație.

Capitolul X. Supravegherea și controlul activității Companiei

86. Activitatea Companiei este supravegheată de Consiliul de Observatori în conformitate cu Codul Audiovizualului.

87. Controlul asupra activității comerciale a Companiei este exercitat, în conformitate cu legislația, de către organele abilitate cu acest drept.

88. Orice măsuri luate în vederea executării prevederilor prezentului capitol nu trebuie să încalce dreptul Companiei la libertatea informației și libertatea exprimării.

