

|                                            |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |                |
|--------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| Development and structure of media markets | <p>Snelle ontwikkeling van veel en diverse mediakanalen: 625 radiostations, 571 printmedia and 387 televisiekanalen. Geen exacte cijfers beschikbaar voor online media.</p> <p>Maar niet alle kranten verschijnen dagelijks en veel kranten hebben sowieso beperkte oplages. Print is in Congo eerder een onderontwikkelde markt met veel financiële moeilijkheden. Ook radiostations en televisiekanalen hebben veelal een beperkt, lokaal bereik. Slechts enkele opereren nationaal.</p>                                                                                                                          | Laag<br>Medium |
| Political parallelism                      | <p>De publieke media berichten alleen over regering en publieke instellingen. Er is geen ruimte voor oppositie of kritiek. Medewerkers zijn vaak ook overheidspersoneel.</p> <p>Op het eerste gezicht is er een groot aanbod aan private media, maar veel mediakanalen zijn in handen van politieke, economische en sociale prominenten. Die zetten de kanalen in voor hun <i>personal branding</i>, vaak als gevolg van uitsluiting op publieke media. Er is slechts één onafhankelijk mediakanaal: Radio Okapi (gesubsidieerd door VN).</p>                                                                       | Hoog           |
| Professionalism                            | <p>Professionalisme om verschillende reden zwak.</p> <p>Mediakanalen hebben een gebrek aan middelen door financiële moeilijkheden, materiële armoede... Bovendien vragen ook veel amateurs licenties aan en krijgen ze die.</p> <p>Veel journalisten hebben geen kennis van journalistieke principes (meerdere bronnen, fair play, objectiviteit) en vallen daarom terug op aantrekkelijke/betalende bronnen. Journalisten doen ook aan zelfcensuur (uit angst) en worden gemanipuleerd door elite (vaak eigenaars).</p>                                                                                            | Laag           |
| State intervention                         | <p>De staat heeft binnen het medialandschap de touwtjes stevig in handen.</p> <p>Er is een sterke invloed op wat de publieke omroep brengt, net als op wat andere (private) media brengen. Die rapporteren niet over onderwerpen die gevoelig liggen bij de regering of lokale autoriteiten zoals verkiezingsproces, fraude, corruptie... Ook al zijn die van belang voor het brede publiek.</p> <p>De publieke instanties die verantwoordelijk zijn voor het reguleren van de media en de bescherming van de pers(vrijheid) handelen niet onafhankelijk, maar net vanuit een sterke politieke afhankelijkheid.</p> | Hoog           |