

**Постоянному бюро
Парламента Республики Молдова**

В соответствии с положениями статьи 73 Конституции Республики Молдова и статьи 47 Регламента Парламента представляется в порядке законодательной инициативы проект Закона о Национальной концепции развития средств массовой информации.

Прилагаются:

- 1) проект закона – 1 стр.;
- 2) пояснительная записка,
- 3) ходатайство рабочей группы по улучшению законодательства в области средств массовой информации в Республике Молдова.

Депутаты Парламента:

А. Канду
К. Михалаке
В. Хотиняну

SECRETARIATUL PARLAMENTULUI	
REPUBLICII MOLDOVA	
D.D.P. Nr.	108
"21"	04 2018
Ora	

ЗАКОН**об утверждении Национальной концепции развития средств массовой информации в Республике Молдова**

Парламент принимает настоящий ординарный закон.

Ст.1. – Утвердить Национальную концепцию развития средств массовой информации в Республике Молдова (прилагается).

Ст.2. – Возложить на Правительство ответственность за реализацию указанной Концепции, за исключением мероприятий по саморегулированию.

Ст.3. – Правительству ежегодно рассматривать отчеты о результатах реализации задач указанной Концепции.

Ст.4. – Настоящий закон вступает в силу со дня принятия.

ПРЕДСЕДАТЕЛЬ ПАРЛАМЕНТА

Национальная концепция развития средств массовой информации в Республике Молдова

Преамбула

Парламент Республики Молдова,

Осознавая главенствующую роль средств массовой информации в информировании граждан по вопросам, представляющих общественный интерес, в формировании общественного мнения и в развитии демократического общества;

Высоко оценивая важность редакционной независимости средств массовой информации, равно как и юридической и моральной ответственности СМИ по отношению к гражданам и обществом в целом;

Будучи убежденными, что свобода слова и обеспечение беспрепятственного доступа к любой информации, представляющей общественный интерес, являются важнейшим фундаментом демократического общества;

Подчеркивая, что медийные услуги являются в равной степени образовательными, культурными и экономическими услугами;

Оправдывая применение специфических норм для медийных услуг, исходя из их возрастающей важности для общества и демократии, для образования и культуры, в частности путем обеспечения свободы информирования, плюрализма мнений и медийного плюрализма;

Подчеркивая важности справедливой конкурентной среды на рынке средств массовой информации;

Понимая, что появление средств массовой информации с доминирующим положением создает ограничения для плюрализма и свободы информации, а также всей сферы СМИ;

Будучи уверенными, что нормативная политика в сфере средств массовой информации должна укреплять право на информирование, культурное разнообразие, плюрализм мнений, защиту несовершеннолетних и защиту прав потребителей и так далее, как основополагающих общественных ценностей;

Выделяя важность средств массовой информации в укреплении национального информационного суверенитета;

Отмечая значимость всеобъемлющего применения конституционных норм в области свободы прессы и свободы слова через СМИ,

принимает Национальную концепцию развития средств массовой информации в Республике Молдова.

Основные понятия и их значение:

Медиапространство - пространство, в котором действуют местные, региональные, национальные и международные традиционные СМИ (печатные издания, радио и телевидение) и new media (онлайновые СМИ).

Национальная политика - пакет публичных политик, направленных на достижение единой цели, представляющей национальный интерес, путем гармонизации отношений между всеми сторонами, участвующими в достижении цели.

Медийный плюрализм (внутренний и внешний) – состояние сферы СМИ, объединяющее в совокупности следующие характеристики: а) разнообразие медийных учреждений; б) разнообразие медийных продуктов, производимых одним медийным учреждением; в) отражение в медийных продуктах взглядов широкой общественности; г) свободные, автономные, независимые с экономической и редакционной точек зрения медийные учреждения; д) доступ широкой общественности ко всей гамме взглядов, присутствующих в медийных продуктах;

Медийное учреждение – составной элемент медийной системы, созданный в соответствии с законодательством, цель которого заключается в реализации и распространении в общественном пространстве медийных продуктов, предназначенных преимущественно для информирования, образования и развлечения бенефициаров медийных продуктов.

Медийная система - совокупность печатных, аудиовизуальных, онлайновых медийных учреждений, призванных удовлетворять информационные потребности каждого гражданина в частности и общества в целом.

Глава I. Описание ситуации в области средств массовой информации и определение существующих проблем

Общее состояние СМИ можно диагностировать путем проведения анализа основных факторов, влияющих на их деятельность, а именно:

- а) правовая основа регулирования сферы СМИ;
- б) управление сферой СМИ и медийными учреждениями;

с) профессионализм и ответственность СМИ.
 Эти три фактора находятся в прямой взаимосвязи и оказывают взаимное влияние. Соотнесенные с реалиями Республики Молдова, они способны дать полную картину ситуации в СМИ, высветить существующие в данной области недостатки и подсказать возможные пути улучшения ситуации.

1.1 Юридическая основа регулирования сферы СМИ

Правовую основу деятельности СМИ можно оценить по нескольким линиям:

- наличие надлежащего регулирования сферы СМИ;
- качество регулирования;
- соответствие международному законодательству.

Оценка национальной правовой основы свидетельствует о наличии двух основных прав: право гражданина на объективное информирование и право СМИ на свободу выражения.

Правовая основа регулирования деятельности СМИ развивается в основном по двум направлениям: разработка и принятие новых законов, соответствующих европейским стандартам, и приведение ранее принятых законов в соответствие с требованиями европейского законодательства.

Национальное регламентирование деятельности СМИ в общих чертах соответствует лучшим международным практикам. Однако оно не является ни надлежащим, ни эффективным.

Ретроспектива ряда проведенных в последнее время исследований позволила нам выявить нуждающиеся исправления недостатки, в числе которых:

- отсутствие общего видения или общей концепции развития СМИ согласно демократическими принципам и ценностям, которые могут стать отправной точкой для разработки/дополнения/приведения в соответствие законодательных документов, призванных обеспечить развитие сферы СМИ;
- нехватка юридических норм, призванных обеспечить защиту национального информационного пространства в целом и медиaprостранства в частности от медийных продуктов пропагандистского и манипулятивного толка, подрывающих информационный суверенитет государства;
- отсутствие юридических механизмов, обеспечивающих реальную независимость СМИ, а также органов по регулированию и надзору в соответствующей области;

- отсутствие юридических механизмов защиты СМИ от подрывных акций как внутренних, так и внешних;
- отсутствие в действующем законодательстве понятий и определений, касающихся плюрализма СМИ, а также нехватка законодательных норм, стимулирующих медийный плюрализм;
- отсутствие в действующем законодательстве понятий и определений, связанных с онлайн-СМИ, отсутствие минимального регулирования, необходимого для их деятельности;
- отсутствие отдельного или особого регулирования для местных/региональных СМИ;
- систематическое и порой неадекватное вмешательство в текст действующих законов, что подрывает необходимую для правовой основы стабильность.

Вопреки определенному прогрессу в области законотворчества необходимы совместные усилия для обеспечения беспрепятственного функционирования прессы в соответствии с международными традициями в сфере СМИ.

1.2 Управление сферой СМИ

Управление сферой СМИ нацелено на освоение его потенциала общественной пользы, в котором заинтересована демократическая социальная структура.

СМИ являются специфическим хозяйствующим субъектом, который действует на двух рынках – как товаров, так и услуг. На рынок товаров они поставляют контент, который формирует определенную аудиторию. На рынке услуг СМИ предоставляют поставщикам рекламы доступ к уже сформированной аудитории. Именно «производство» аудитории, а не воспроизведение идеологии является центральной задачей СМИ в условиях рыночной экономики.

Управление СМИ как сферой (макроуровень) обеспечивает беспрепятственный оборот информационных потоков в обществе с помощью необходимой инфраструктуры. Используемые для этого инструменты – регулирование режима собственности, лояльной конкуренции на рынке СМИ и коммерческой рекламы, предупреждение и пресечение доминирующих позиций в формировании общественного мнения, политика менеджерских кадров, механизмы экономической поддержки СМИ и др.

Управление СМИ как отдельным учреждением (микроуровень) преследует цель повышения эффективности и прибыльности, что подчеркивает прежде всего экономическую мотивацию медийного учреждения.

Для управления отечественной медиа-отрасли созданы юридические, организационные и экономические механизмы деятельности СМИ. Приняты коррелятивные меры, нацеленные на развитие медийной сферы. Но вследствие политической нестабильности и экономического кризиса последних лет, намеченные на этом сегменте задачи либо были проигнорированы, либо выполнены частично. Ситуация усложнилась также в связи с острым дефицитом квалифицированных менеджеров как на микроуровне, так и на макроуровне. В результате этого, отечественные медийные оферты можно условно разделить на две категории: контент, преследующий достижение идеологического эффекта и контент, нацеленный на получение экономического эффекта. Экономическая ситуация учреждений первой категории зависит не от рынка, а от политического фактора, в то время как менеджмент учреждений, стремящихся соблюдать стандарты демократической журналистики и ориентироваться на интересы аудитории, сталкивается с двумя серьезными проблемами: недостаточно развитый рекламный рынок и ненадлежащие навыки менеджеров.

Анализ качества управления сферой, проводящийся время от времени и чаще всего негосударственными организациями, указывает на наличие на этом сегменте таких уязвимых зон как:

- недостатки экономико-правовой основы управления СМИ и, в частности, печатных изданий и онлайн-СМИ;
- недостаточные институциональные мощности управления данной сферой, что приводит к ее хаотичному развитию, в том числе к чрезмерной доле медийных учреждений в столице страны по сравнению с сельской местностью;
- неадекватные условия для надлежащего управления общественными вещательными организациями и, как следствие, частичное выполнение ими своей социальной миссии;
- нехватка компетенции в деятельности органов управления медийной сферой;
- отсутствие последовательной политики подготовки менеджерских кадров для медийной сферы;
- несовершенство законодательства, что создало условия для появления антиконкурентной практики;
- отсутствие политики поощрения внутренних и внешних инвестиций в развитие медийной сферы;
- дефицит транспарентности в управлении отраслью и ее экономической деятельности;
- отсутствие законодательных норм по поддержке СМИ, в частности местных/региональных, что в условиях кризиса приводит к исчезновению медийных учреждений, следовательно, к сокращению возможностей по информированию граждан;

- отсутствие механизмов институциональной и/или личной ответственности за управление медийной сферой;
- затягивание перехода к наземному цифровому телевидению и череда неудач в данном процессе;
- отсутствие ресурсов и интереса к научным исследованиям как предварительного условия для реализации политик управления медийной сферой;
- острый дефицит достоверных статистических данных о реальной ситуации относительно рынка СМИ, рекламного рынка, юридического режима собственности и др., без которых невозможно разработать и внедрить эффективные политики государственной поддержки наиболее проблематичных сегментов соответствующей сферы;
- низкое влияние механизмов саморегулирования в управлении медийной сферой;
- отсутствие национального органа по координированию политик управления всей медийной сферой.

Выделенные пробелы могут послужить для идентификации и применения мер по разрешению реальной ситуации.

1.3 Процесс профессионализации

Профессия – сфера занятости населения, которая содержит общие для всех профессий элементы: объем знаний, образовательные учреждения, кодексы профессиональной этики, профессиональные объединения и др.

В Республике Молдова процесс перепрофессионализации отечественной журналистики в настоящее время имеет следующие основные характеристики:

- неоднородный свод знаний, образованный из широкой гаммы теоретических правил о роли и задачи профессии и специалистов;
- многочисленная и разнообразная система подготовки специалистов;
- кодексы профессиональной этики на уровне отрасли, типа СМИ и на уровне медийных учреждений;
- органы надзора за соблюдением профессиональной этики;
- профессиональные объединения, действующие на национальном, региональном и отраслевом уровне.

Вместе с тем процессе профессионализации нуждается в совершенствовании, особенно по двум направлениям: подготовки и саморегулирования.

По первому направлению наблюдается:

- отсутствие учебных учреждений, готовящих менеджеров в области СМИ;

- отсутствие центра непрерывной подготовки кадров, работающих в СМИ;
- дефицит прикладных научно-исследовательских работ в соответствующей области, в том числе в плоскости медийного плюрализма и повышения безопасности медиапространства;
- разрыв между реальным спросом медиарынке и предложением, вызванный неспособностью образовательных учреждений оперативно реагировать на потребности рынка;
- недостаточные компетенции и навыки применения новых технологий;
- неэффективная система непрерывной подготовки педагогических кадров и вызовы системы СМИ;
- неэффективная система непрерывной подготовки педагогических кадров на профильных факультетах.

По второму направлению наблюдается:

- отсутствие самостоятельно установленных правил поведения в онлайн-пространстве;
- отсутствие национального органа по надзору за соблюдением Кодекса поведения вещательных организаций;
- отсутствие сотрудничества между пресс-омбудсменами нашей страны с аналогичными зарубежными структурами, в том числе Международной организацией новостных омбудсменов (Organization of News Ombudsmen).

Функциональная и эффективная система профессионального саморегулирования может и должна стать дополнительной гарантией свободы и независимости прессы.

Препятствия в деятельности СМИ имеют в своей основе те же причины: несовершенство правовой базы, малоэффективность управления сферой СМИ и недостатки процесса профессионализации.

Борьба с препятствиями требует усилий и времени для глубокого системного реформирования. Настоящая Концепция содержит как долгосрочные, так и краткосрочные цели, призванные минимизировать последствия препятствий. Адекватное достижение целей Концепции может существенно способствовать укреплению сферы СМИ на благо всего общества.

Глава II. Цели и задачи Концепции

2.1. Цель Концепции

Цель Концепции заключается в том, чтобы стать отправной точкой для разработки последовательных публичных политик в области СМИ, призванных в свою очередь укрепить медийную систему с целью обеспечения конституционного права граждан на информацию и консолидации демократического общества.

2.2 Задачи Концепции

Концепция направлена на достижение основных задач:

1. Эффективная и надлежащая нормативная основа для регулирования деятельности СМИ, способная обеспечить их функционирование на принципах демократии и в защищенном медиапространстве.
2. Эффективная и надлежащая экономическо-правовая основа для обеспечения управления сферой СМИ как специфического хозяйствующего субъекта в условиях рыночной экономики и лояльной конкуренции, призванная **укрепить** финансово-экономическую устойчивость СМИ и их редакционной независимости.
3. Процесс профессионализации сферы в целях ее соответствия как требованиям СМИ, так и стоящим перед ней вызовам в новых реалиях.

Глава III. Инструменты и пути решения выявленных проблем

Выявленные проблемы можно решить путем:

- непрерывного совершенствования национальной правовой основы сферы СМИ и смежных с ней сфер (рекламной, налоговой, образовательной и др.) с учетом положений настоящей Концепции, норм, стандартов и лучших европейских и международных практик, направленных на создание благоприятной среды и развития медийной системы, адекватно отвечающей информационным, образовательным и развлекательным потребностям общества в целом;
- разработки и введения в действие стратегии, программы и плана действий для реализации задач Концепции и достижения ее целей;
- принятия во внимание предусмотренных Концепцией задач при разработке и выполнении национальных, региональных и местных программ социально-экономического развития;
- принятия во внимание предусмотренных Концепцией задач при разработке национальных и местных публичных бюджетов, при формировании бюджетов внебюджетных фондов;
- обеспечения материальных и финансовых ресурсов, привлечения дополнительных внебюджетных средств для достижения цели Концепции;

- постоянного мониторинга и анализа процесса реализации Концепции и корректировки, при необходимости, стратегии, программы или плана действий в целях надлежащего выполнения задач Концепции;
- развития исследований в области СМИ.

Глава IV. Нормативные акты по регулированию и саморегулированию сферы СМИ, подлежащие разработке или внесению изменений для решения выявленных проблем

4.1. Выполнение задачи №1 - Для обеспечения *эффективной и надлежащей нормативной основы для регулирования деятельности СМИ, способной обеспечить их функционирование на принципах демократии и в защищенном медиaprостранстве*, необходимы:

4.1.1. Разработка и принятие в соответствии с настоящей Концепцией новых законов, которые:

- a) соответствуют всем общеевропейским нормам и международным практикам в области СМИ;
- b) гарантируют и обеспечивают редакционную независимость и институциональную автономию всех регулируемых субъектов, в том числе общественных организаций радиовещания и телевидения;
- c) обеспечивает реальную независимость регулирующего органа сферы СМИ и органов по надзору за общественными организациями радиовещания и телевидения;
- d) обеспечивают соблюдение всеми регулируемыми субъектами принципов аудиовизуальной коммуникации и коммерческой аудиовизуальной коммуникации;
- e) закрепляют юридически и обеспечивают действительный внутренний и внешний плюрализм СМИ;
- f) обеспечивают создание и функционирование медийных учреждений в географических зонах, где они отсутствуют, а также сравнительное численное равновесие между видами СМИ (местные, региональные, национальные, международные; информационные, образовательные, развлекательные; общие и тематические);
- g) предусматривают эффективную систему санкций, демотивирующих нарушение законодательства регулируемыми субъектами;
- h) закрепляет понятие и определение «онлайновое СМИ» и предусматривает минимальные регулирующие положения для деятельности таковых.
- i) закрепляют юридически понятия и определения «медиапространство» и «обеспечение защищенного медиапространства»;
- j) предусматривают эффективные механизмы регулирования местных/региональных, национальных и международных СМИ;

- k) предусматривают дифференцированные нормы регулирования местных/региональных, национальных и международных СМИ.
- l) обязывают должностных лиц оценивать и отражать в годовом отчете о своей деятельности ситуацию относительно медиапространства, медийных учреждений и работников СМИ с точки зрения их безопасности.

4.1.2. Внесение изменений и дополнений в национальное законодательство по регулированию СМИ с в него включением норм, соответствующих общеевропейскому законодательству и лучшим международным практикам в соответствующей области.

4.1.4. Внесение в нормативную основу структур, ответственных за реализацию положений Концепции дополнений, которые:

- a) обеспечат разработку и введение в действие стратегии, программы и плана мер в целях выполнения задач Концепции;
- b) обеспечат мониторинг, оценку и систематический отчет о проведенной деятельности;
- c) обеспечат прозрачность выполнения задачи Концепции;

4.2. Выполнение задачи №2 - В целях обеспечения *эффективной и надлежащей экономическо-правовой основы для обеспечения управления сферой СМИ как специфичного хозяйствующего субъекта в условиях рыночной экономики и лояльной конкуренции, призванной укрепить финансово-экономическую устойчивость СМИ и их редакционной независимости*, необходимы:

4.2.1. Приведение законодательства в соответствие с настоящей Концепцией с тем, чтобы:

- a) обеспечить прозрачность собственности, финансирования и экономической деятельности регулируемых субъектов;
- b) обеспечить соблюдения всеми регулируемыми субъектами правового режима собственности;
- c) обеспечить достоверное измерение аудитории служб программ радиовещания и телевидения, транслируемых на территории Республики Молдова;
- d) предусмотреть нормы взаимодействия между органом по регулированию в области телевидения и радиовещания и органом по защите конкуренции, с целью предупреждения/борьбы с доминирующим положением в сфере формирования общественного мнения.

4.2.2. Разработка и принятие проекта закона о внесении в Закон о конкуренции дополнений, предусматривающих:

а) прямой запрет появления в СМИ доминирующего положения в сфере формирования общественного мнения путем учреждения специальных лимитов либо в долях аудитории, либо в оборотных средствах, либо в доступе к коммерческой рекламе (не более 25-35 процентов на одного конечного выгодоприобретателя);

б) нормы для медийных учреждений, находящихся в сложном положении, которые могут претендовать на поддержку от государства;

с) обязанность органа по защите конкуренции включать в годовой отчет о деятельности раздел по оценке рынка с точки зрения конкуренции на рынке СМИ и на рынке коммерческой рекламы;

4.2.3. Разработка и принятие проекта закона о внесении в Налоговый кодекс дополнений в соответствии с настоящей Концепцией, предусматривающих:

а) временные налоговые льготы (на первые 3 года деятельности) для вновь созданных медийных учреждений;

б) налоговые льготы для **СМИ, которые** бесплатно производят и/или публикуют/распространяют материалы, представляющие общественный интерес;

с) временные налоговые льготы (на 1-3 года) для вещательных организаций, составляющих так называемый «социальный пакет» каналов, транслируемых через национальную цифровую мультиплексную систему А и региональные цифровые мультиплексные системы;

д) налоговые льготы для отечественных и зарубежных инвесторов, делающих вложения в СМИ;

е) налоговые льготы для совместных производств, для независимых продюсеров и для спонсоров медиа-продукции;

ф) таможенные льготы на импорт оборудования и техники для медиаиндустрии.

4.2.4. Разработка и принятие проекта закона о внесении в Закон о почтовой связи дополнений в соответствии с настоящей Концепцией, предусматривающих:

а) прямую обязанность национального почтового оператора ГП «Poșta Moldovei» содействовать процессу подписки на периодические издания, распространения и розничной продажи периодических изданий на равных условиях и на основании договоров, подписанных в результате переговоров с издателями периодических изданий и/или их представителями.

4.2.5. Разработка и принятие проекта закона о внесении в Закон о государственной помощи дополнений в соответствии с настоящей Концепцией, предусматривающих:

а) не прямое субсидирование распространения периодических изданий социального значения (все издания за исключением эротических и тех, в

которых коммерческая реклама превышает 50% содержания), путем предоставления государственной помощи распространителям периодических изданий на покрытие предполагаемого повышения тарифов на распространение.

4.2.6. Разработка и принятие проекта закона о внесении дополнений в Закон о государственной помощи в соответствии с настоящей Концепцией, предусматривающих:

а) меры прямой или непрямой финансовой поддержки средств массовой коммуникации, в частности печатной онлайн-прессе, особенно на региональном и местном уровнях, в соответствии с Рекомендацией № К (99) 1 Комитета министров Совета Европы о мерах по продвижению плюрализма средств массовой коммуникации.

б) предоставление субсидий из специального автономного фонда, частично финансируемого из государственного бюджета и управляемого советом, выбранным представительными медийными учреждениями, для специфической деятельности по экономическому развитию периодических и онлайн-изданий, стимулированию конкуренции, подготовке и модернизации в данной сфере и др.

4.2.7. Разработка и принятие в соответствии с настоящей Концепцией нового Закона о рекламе, который:

а) приведен в соответствие с международными стандартами и лучшими практиками;

б) обеспечивает лояльную конкуренцию на рынках рекламы;

в) предусматривает права и обязанности всех сторон, участвующих в рекламной индустрии: поставщики, производители, дистрибьютеры и распространители;

г) юридически закрепляет понятия и определения видов рекламы, отсутствующих в действующем законодательстве, такие как «политическая реклама», «государственная реклама», «материалы, представляющие общественный интерес» и другие подобные, а также нормы их регулирования;

д) предусматривает право государства покупать рекламную площадь в СМИ, особенно в местных, как один из способов непрямои финансовой поддержки;

е) стимулирует саморегулирование области.

4.2.8. Разработка и принятие проектов законов о внесении дополнений в другие законы в соответствии с настоящей Концепцией, которые:

а) определяют национальный орган по координированию политик для управления всей сферой СМИ;

б) предусматривают эффективный механизм генерирования и актуализации статистических данных по ситуации в СМИ;

с) предусматривают механизмы поощрения научных исследований в сфере управления сферой СМИ;

д) нацелены на укрепление финансово-экономической устойчивости СМИ, в частности местных.

4.3. Выполнение задачи №3. – Для процесса профессионализации сферы в целях ее соответствия как требованиям СМИ, так и стоящим перед ней вызовам в новых реалиях необходимы:

4.3.1. Приведение учебных программ образовательных учреждений в соответствие с настоящей Концепцией с тем, чтобы они:

а) предусматривали подготовку менеджеров для всех видов СМИ (печатных, аудиовизуальных, онлайн-овых);

б) устраняли существующее несоответствие между спросом и предложением компетенций на медиарынке;

с) предоставляли надлежащие компетенции и навыки для использования новых технологий.

4.3.2. Разработка, принятие и реализация в соответствии с настоящей концепцией образовательных политик, предусматривающих:

а) создание и функционирование центров непрерывной подготовки для всех категорий работников системы СМИ;

б) создание и эффективное функционирование центра непрерывной подготовки педагогических кадров на профильных факультетах.

4.3.3. Разработка, принятие и реализация в соответствии с настоящей Концепцией образовательных политик, которые:

а) предусматривают введение обязательного учебного курса по медийному образованию в доуниверситетских учебных заведениях;

б) предусматривают введение обязательного учебного курса по медийному образованию в высших учебных заведениях, за исключением профильных факультетов,

с) обеспечивают адекватную подготовку педагогических кадров для разработки соответствующих курсов и ведения соответствующих курсов;

4.3.4. Приведение исследовательских программ в соответствие с настоящей Концепцией с тем, чтобы они:

а) восполнили нехватку прикладных научно-исследовательских работ в сфере СМИ;

б) стимулировали взаимодействие между отечественными и зарубежными структурами, занимающимися исследованиями в сфере СМИ.

4.3.5. Разработка, принятие и внедрение в соответствии с настоящей Концепцией политик, которые:

- а) дополняют, приводят в соответствие и актуализируют нормы журналистской этики;
- б) обеспечивают надзор за соблюдением норм журналистской этики и применение санкций за каждое допущенное нарушение путем доведения их до сведения публики;
- в) предусматривают действия по поощрению качественной журналистики и порицанию пропагандистской журналистики;
- г) поощряют создание и функционирование служб пресс-омбудсменов;
- д) поддерживают создание и функционирование профессиональных объединений в соответствующей отрасли, в том числе патронатов;
- е) предусматривают эффективные действия по пресечению негативных явлений в сфере СМИ, в том числе: внутреннюю и внешнюю пропаганду, дезинформацию и манипулирование, отдаление от общепринятых профессиональных стандартов;
- ж) стимулируют участие профессиональных объединений в разработке, реализации и мониторинге реализации публичных политик в сфере СМИ.

Глава V. Оценка влияния

Соответствующая реализация Концепции должна иметь следующие эффекты:

- надлежащая правовая основа, которая эффективно внедряется;
- лояльная, честная, справедливая конкуренция на рынках СМИ и коммерческой рекламы;
- компетентные менеджерские кадры, обеспечивающие адекватное управление медийными учреждениями;
- высокая степень экономической и редакционной независимости медийных учреждений;
- открытость и предсказуемость в деятельности СМИ и органов публичной власти, ответственных за развитие СМИ;
- осязаемая защищенность национального медиапространства;
- реальный плюрализм СМИ;
- эффективная система саморегулирования СМИ;
- налаженная система медийного образования в доуниверситетских и высших учебных заведениях;
- исследовательские, аналитические, экспертные работы, диагностирующие состояние медийной отрасли;
- достаточное количество статистических данных, способных упростить адекватное управление сферой СМИ;
- оптимальные условия для обеспечения устойчивого развития СМИ на принципах демократии.

Если выявленные проблемы не найдут своего решения, СМИ Республики Молдова рискуют войти в фазу застоя или даже деградации, учитывая стремительное развитие информационных технологий, применяемых в СМИ. Вот основные вероятные риски:

- систематичный выход СМИ из правового поля, в случае ненадлежащей и малоэффективной правовой основы;
- неконкурентные практики и, как следствие, исчезновение медийных учреждений, особенно на местном/региональном уровне;
- утеря доверия и в итоге лишение легитимности СМИ как социального института.

VIII. Заключительные положения

7.1. Настоящая концепция утверждается постановлением Парламента и публикуется в Официальном мониторе Республики Молдова.

7.2. Ответственность за реализацию настоящей Концепции, за исключением положений по саморегулированию, возлагается на Правительство Республики Молдова.

7.3. Правительство рассматривает на своем заседании годовые отчеты о ходе выполнения задач Концепции.