



DEPUTAT ÎN PARLAMENTUL REPUBLICII MOLDOVA

MD-2073, Chișinău, bd. Ștefan cel Mare și Sfint 105

www.parlament.md

03 / 04 / 2018

PP nr. 6

Biroului Permanent al Parlamentului Republicii Moldova

În temeiul prevederilor art. 73 din Constituția Republicii Moldova și art. 47 din Regulamentul Parlamentului Republicii Moldova, se înaintează Parlamentului spre examinare proiectul de Hotărâre privind Concepția națională de dezvoltare a mass-media.

Anexe:

1. Proiectul de Hotărâre;
2. Nota informativă;
3. Demersul Grupului de lucru pentru îmbunătățirea legislației mass-media din Republica Moldova, nr. 632 din 21.03.2018.

Deputați în Parlament:

A. Căciulescu
C. Mihalache
V. Hofincă

SECRETARIATUL PARLAMENTULUI REPUBLICII MOLDOVA	
D.D.F. Nr. <u>108</u>	
<u>03</u>	<u>04</u> 2018
Ora	

la nr. 108 din 03.04.2018

Proiect

LEGE

privind aprobarea Concepției naționale de dezvoltare a mass-media în Republica Moldova

Parlamentul adoptă prezenta lege ordinară.

Art. 1. – Se aprobă Concepția națională de dezvoltare a mass-media în Republica Moldova (se anexează).

Art. 2. – Responsabilitatea implementării Concepției menționate, cu excepția acțiunilor de autoreglementare, revine Guvernului.

Art. 3. – Guvernul, anual, va examina rapoarte privind rezultatele implementării obiectivelor Concepției menționate.

Art. 3. – Prezenta lege intră în vigoare la data adoptării.

PREȘEDINTELE PARLAMENTULUI

Concepția națională de dezvoltare a mass-media din Republica Moldova

Preambul

Parlamentul Republicii Moldova,

Conștientizând rolul major al mass-media în a informa publicul asupra problemelor de interes public, în formarea opiniei publice și în dezvoltarea societății democratice;

Apreciind importanța independenței editoriale a mass-media și, concomitent, a responsabilității juridice și etice a acesteia față de cetățeni și față de societate în ansamblu;

Având convingerea că libertatea de exprimare și asigurarea accesului neîngrădit la orice informație de interes public constituie fundamente esențiale ale unei societăți democratice;

Accentuând că serviciile mass-media sunt în egală măsură servicii educative, culturale și servicii economice;

Justificând aplicarea unor norme specifice serviciilor mass-media, pornind de la importanța lor crescândă pentru societate și democrație, pentru educație și cultură, în special prin asigurarea libertății de informare, a diversității de opinie și a pluralismului mediatic;

Evidențiind importanța unui mediu concurențial echitabil pe piața serviciilor mass-media;

Înțelegând că apariția de poziții dominante în mass-media creează restricții impuse pluralismului și libertății informației, precum și întregului domeniu mediatic;

Subliniind importanța competenței și profesionalismului corpului de jurnaliști și al managerilor media pentru gestionarea și funcționarea domeniului pe principii democratice;

Având certitudinea că politica normativă în domeniul mediatic trebuie să fortifice dreptul la informare, diversitatea culturală, pluralismul de opinii, protecția minorilor și protecția consumatorilor etc. ca valori sociale esențiale;

Reliefând importanța rolului mass-media în fortificarea suveranității informaționale naționale;

Remarcând importanța transpunerii plenare în practică a normelor constituționale în domeniul libertății presei și al libertății de exprimare prin intermediul mass-media,

adoptă Concepția națională de dezvoltare a mass-media din Republica Moldova.

Noțiuni principale utilizate și semnificația lor

Spațiu mediatic – spațiu în care operează mass-media tradiționale (presă scrisă, radio și TV) și new media (on-line) locale, regionale, naționale și internaționale.

Politică națională – set de politici publice ce urmăresc realizarea unui scop de interes național prin armonizarea relațiilor tuturor părților implicate în atingerea scopului.

Pluralism mediatic (intern și extern) – stare a domeniului mass-media care întrunește, cumulativ, următoarele caracteristici: a) diversitate de instituții mediatică; b) diversitate de produse mediatică oferite de aceiași instituție mediatică; c) prezența în produsele mediatică a opiniilor publicului larg; d) instituții mediatică libere, autonome, independente economic și editorial; e) acces al majorității publicului la gama de opinii prezente în produsele mediatică.

Instituție mediatică – element constitutiv al sistemului mediatic, creat în condițiile legii cu scopul declarat de a realiza și a disemina în spațiul public produse mediatică menite, preponderent, să informeze, să educe și să distreze beneficiarii produselor mediatică.

Sistem mediatic – totalitatea instituțiilor mass-media, scrise, audiovizuale, on-line, având menirea să satisfacă necesitățile informaționale ale fiecărui cetățean și ale societății în întregime.

Capitolul I. Descrierea situației din domeniul mass-media și identificarea problemelor existente

Starea generală a mass-media poate fi diagnosticată prin analiza factorilor dominanți ce-i influențează activitatea, și anume:

- a) Cadrul juridic de reglementare a domeniului mediatic;
- b) Gestionarea domeniului și a instituțiilor mediatică;
- c) Profesionalismul și responsabilitatea mass-media.

Acești trei factori sunt în corelație directă și se influențează reciproc. Raportați la realitățile Republicii Moldova, ei pot oferi o imagine de ansamblu a mass-media, pot scoate în relief constrângerile domeniului și pot indica asupra unor posibile soluții pentru asanarea situației.

1.1. Cadrul juridic de reglementare a domeniului mediatic

Cadrul juridic vizând mass-media poate fi evaluat pe câteva filiere:

- existența și suficiența reglementărilor în domeniul mediatic;
- calitatea reglementărilor;
- concordanța cu legislația internațională.

O evaluare a cadrului juridic național relevă accentuarea a două drepturi fundamentale: dreptul cetățeanului de a fi informat obiectiv și dreptul mass-media la libertatea de exprimare.

Cadrul juridic de reglementare a activității mass-media se dezvoltă, în mare, pe două căi: elaborarea și adoptarea de noi legi conforme standardelor europene și ajustarea conținutului legilor adoptate anterior la rigorile legislației europene.

Reglementările naționale ale activității mass-media în bună parte răspund celor mai bune practici internaționale. Totuși, ele nu sunt nici suficiente, nici eficiente.

O retrospectivă a mai multor studii și cercetări efectuate în ultimii ani permit a scoate în relief lacune ce necesită remediere, între care:

- lipsa unei viziuni de ansamblu sau a unei concepții generale de dezvoltare a mass-media pe principii și valori democratice și care ar servi drept punct de referință pentru crearea/completarea/ajustarea legislației menite să asigure evoluția domeniului mediatic;
- insuficiența normelor juridice pe măsură să asigure protecția spațiului informațional național, în general, și a spațiului mediatic, în particular, de produsele mediatică cu caracter propagandistic și manipulator, care generează surparea suveranității informaționale a statului;
- lipsa de mecanisme juridice care ar asigura independența reală a mass-media, precum și a autorităților de reglementare și de supraveghere din domeniu;
- lipsa mecanismelor juridice de protecție a mass-media de acțiuni subversive din interior sau din exterior;
- lipsa în legislația în vigoare a noțiunilor și definițiilor cu referire la pluralismul mass-media, precum și insuficiența normelor legale ce ar stimula pluralismul mediatic;
- lipsa în legislația în vigoare a noțiunilor și definițiilor cu referire la media online, lipsa reglementărilor minime necesare de funcționare a acesteia;
- lipsa unor reglementări separate sau diferențiate pentru mass-media locală/regională;
- intervenția frecventă și, uneori, inadecvată în conținutul legilor în vigoare, fapt ce dinamitează stabilitatea necesară cadrului juridic.

În pofida unor realizări pe segmentul creației legislative, sunt necesare eforturi conjugate pentru asigurarea funcționării nestingherite a presei în conformitate cu uzanțele internaționale în domeniul mass-media.

1.2. Gestionarea domeniului mediatic

Gestionarea domeniului mediatic urmărește scopul de a valoriza potențialul de utilitate publică al acestuia, potențial de care este interesat un sistem social democratic.

Mass-media reprezintă un agent economic specific, care acționează pe o piață dublă – de mărfuri și de servicii. Pe piața mărfurilor oferă conținut, care formează un anumit auditoriu. Pe piața serviciilor oferă acces furnizorilor de publicitate către auditoriul format. Anume „producerea” auditoriului și nu reproducerea ideologiei este sarcina centrală a mass-media în condițiile economiei de piață.

Gestionarea mass-media ca domeniu (macronivel) asigură, prin infrastructura necesară, circuitul nestingherit al fluxurilor informaționale în societate. Instrumentele utilizate sunt reglementările vizând regimul de proprietate, concurența loială pe piața media și pe cea a publicității comerciale, prevenirea sau contracararea pozițiilor dominante în formarea opiniei publice, politica de cadre manageriale, mecanismele de susținere economică a mass-media etc.

Gestionarea mass-media ca instituție separată (micronivel) urmărește sporirea eficienței și profitului, fapt ce reliefează, mai întâi de toate, motivația economică a instituției mediaticice.

Pentru gestionarea domeniului mediatic autohton au fost create mecanisme juridice, organizatorice și economice de activitate ale mass-media. Au fost întreprinse acțiuni corelative menite să dezvolte domeniul mediatic. Dar, urmare a instabilității politice și a crizei economice din ultimii ani, obiectivele trasate pe acest segment fie au fost ignorate, fie – implementate parțial. Situația s-a agravat și din motivul deficitului acut de manageri mediatici calificați fie la macronivel, fie la micronivel. Drept consecință, ofertele mediaticice autohtone sunt divizate, convențional, în două categorii: conținuturi ce urmăresc obținerea efectului ideologic și conținuturi orientate la obținerea efectului economic. Condiția economică a instituțiilor din prima categorie depinde nu de piață, ci de factorul politic. În același rând, managementul instituțiilor care încearcă să aplice standardele jurnalismului democratic și să se orienteze către interesele auditoriului se confruntă cu două mari handicapuri: piața subdezvoltată de publicitate și abilitățile reduse ale managerilor.

Analiza modului de gestionare a domeniului, făcută sporadic și de cele mai dese ori de organisme non-statale, indică asupra zonelor vulnerabile pe acest segment, inclusiv:

- insuficiența cadrului juridico-economic pentru gestionarea mass-media și, în special, pentru presa scrisă și on-line;
- capacități instituționale reduse de gestionare a domeniului, soldate cu o dezvoltare haotică a lui, inclusiv o pondere exagerată de instituții mediaticice în capitala țării în raport cu cea din mediul rural;

- condiții inadecvate pentru gestionarea corespunzătoare a radiodifuzorilor publici și, drept consecință, exercitarea parțială a misiunii sociale ce le revine;
- deficit de competență în activitatea autorităților de gestionare a domeniului mediatic;
- lipsa unei politici coerente de pregătire a cadrelor manageriale pentru domeniul mediatic;
- imperfecțiunea prevederilor legislației care a generat precondiții pentru apariția practicilor anticoncurențiale;
- lipsa unui cadru legislativ adecvat și a unui cadru instituțional funcțional care ar asigura o concurență onestă și ar elimina pozițiile dominante în formarea opiniei publice;
- lipsa politicilor de încurajare a investițiilor interne și externe în dezvoltarea domeniului mediatic;
- deficit de transparență în gestionarea domeniului, precum și în activitatea economică a acestuia;
- lipsa unor prevederi legale de susținere a mass-media, mai cu seamă, a celei locale/regionale, fapt care, în condiții de criză, generează dispariția unor instituții mediatice și, deci, diminuează posibilitățile de informare a cetățenilor;
- lipsa mecanismelor de răspundere instituțională și/sau personală pentru gestionarea domeniului mediatic;
- tergiversări și eșecuri în lanț în gestionarea procesului de tranziție la televiziunea digitală terestră;
- lipsa de resurse și de interes pentru cercetări științifice ca o condiție preliminară pentru elaborarea și implementarea politicilor de gestionare a domeniului mediatic;
- deficitul acut de date statistice pertinente vizând situația reală cu referire la piața mass-media, la piața publicității, la regimul juridic de proprietate etc., date fără de care este imposibil a elabora și a implementa politici judicioase de intervenție pe segmente problematice ale domeniului;
- impactul redus al mecanismelor de autoreglementare în gestionarea domeniului mediatic;
- lipsa unui organism național care ar coordona politicile de gestionare a întregului domeniu mediatic.

Lacunele reliefate pot servi la identificarea și aplicarea măsurilor de remediere a situației constatate.

1.3. Procesul de profesionalizare

Profesia constituie un câmp ocupațional în interiorul căruia se regăsesc elementele comune tuturor profesiilor: corp de cunoștințe, instituții de formare, coduri deontologice, asociații profesionale, etc.

În Republica Moldova procesul de reprofesionalizare a jurnalismului autohton are, actualmente, următoarele caracteristici de bază:

- corp eterogen de cunoștințe format dintr-o gamă largă de precepte teoretice asupra rolului și rostului profesiei și profesioniștilor;
- un sistem numeros și diversificat de instituții de formare a profesioniștilor;
- coduri deontologice la nivel de breaslă, de tip de mass-media și la nivel de instituții mediatic;
- organe de supraveghere a respectării deontologiei profesionale;
- asociații profesionale, constituite la nivel național, regional și ramural.

Totuși, în procesul de profesionalizare sunt necesare îmbunătățiri, mai ales, pe două filiere: cea formativă și cea de autoreglementare.

Pe prima filiera atestăm:

- lipsa de instituții formative care ar pregăti manageri mediatici;
- lipsa unui centru de instruire continuă a cadrelor angajate în domeniul mass-media;
- deficit de elaborări științifice cu aplicabilitate practică în domeniu, inclusiv pe dimensiunea pluralismului mediatic și pe cea a securizării spațiului mediatic;
- decalaj între cererea reală pe piața media și oferta de competențe, generat de incapacitatea instituțiilor formative de a reacționa operativ la nevoile pieței;
- competențe și abilități insuficiente de utilizare a noilor tehnologii;
- disonanță între competențele cadrelor didactice și provocările sistemului mass-media;
- sistem ineficient de formare continuă a cadrelor didactice din facultățile de profil.

Pe filiera a doua atestăm:

- lipsa de norme autoasumate de conduită profesională în spațiul on-line;
- lipsa unui organism național care ar supraveghea respectarea Codului de conduită al radiodifuzorilor;
- lipsa unui organism funcțional care ar supraveghea respectarea normelor profesionale de către radiodifuzorii publici;
- lipsa cooperării între ombudsmanii de presă din țară și lipsa cooperării cu organisme similare de peste hotare, inclusiv cu Asociația Internațională a Ombudsmanilor de Știri (Organization of News Ombudsmen (ONO)).

Un sistem de autoreglementare profesională funcțional și eficient poate și trebuie să devină o garanție suplimentară a libertății și independenței presei.

Constrângerile ce vizează mass-media au la temelie aceleași cauze: imperfecțiunea cadrului juridic, ineficiența gestionării domeniului mediatic și carențe în procesul de profesionalizare.

Eradicarea constrângerilor necesită efort și timp pentru reforme sistemice profunde. Prezenta Concepție conține deziderate pe termen mediu și lung, menite să minimizeze efectele constrângerilor. Implementarea adecvată a dezideratelor Concepției poate contribui semnificativ la consolidarea domeniului mediatic spre beneficiul întregii societăți.

Capitolul II. Scopul și obiectivele Concepției

2.1. Scopul Concepției

Concepția are scopul să servească drept punct de referință pentru politici publice coerente în domeniul mass-media, politici menite să fortifice rolul sistemului mediatic în asigurarea dreptului constituțional la informație al cetățenilor și în consolidarea unei societăți democratice.

2.2. Obiectivele Concepției

Concepția are drept obiective principale:

1. Un cadru normativ suficient și eficient de reglementare a activității mass-media care să asigure funcționarea acesteia pe principii democratice și într-un spațiu mediatic securizat.
2. Un cadru juridico-economic suficient și eficient care să asigure gestionarea domeniului mass-media ca agent economic specific în condițiile economiei de piață și concurenței loiale, menit să fortifice sustenabilitatea economico-financiară a mass-media și, drept consecință firească, independența ei editorială.
3. Un proces de profesionalizare a domeniului, care să răspundă necesităților mass-media, dar și provocărilor la care este supusă în noile condiții și realități.

Capitolul III. Instrumente și căi de soluționare a problemelor identificate

Problemele identificate pot fi soluționate prin:

- Perfecționarea continuă a cadrului juridic național în domeniul mass-media și în domenii conexe (al publicității, al fiscalității, al educației etc.), luând în calcul prevederile prezentei Concepții, normele, standardele și bunele practici europene și internaționale, îndreptate către crearea unui mediu propice pentru dezvoltarea sistemului mass-media care să răspundă adecvat la nevoile informaționale, educaționale și de recreere ale întregii societăți;
- Elaborarea și punerea în aplicare a strategiei, programului și planului de acțiuni în vederea realizării obiectivelor Concepției și atingerii scopului ei;
- Luarea în considerație a obiectivelor prevăzute de Concepție la elaborarea și implementarea de programe naționale, regionale, locale de dezvoltare social-economică;

- Luarea în considerație a obiectivelor prevăzute de Concepție la elaborarea bugetelor publice național și locale, la formarea bugetelor fondurilor extrabugetare;
- Asigurarea surselor financiare și materiale, atragerea resurselor suplimentare extrabugetare pentru atingerea scopului Concepției;
- Sprijin corespunzător activității organelor publice de toate nivelele îndreptate spre realizarea obiectivelor Concepției;
- Monitorizarea și analiza permanentă a procesului de implementare a Concepției și, la necesitate, ajustarea strategiei, programului sau planului de acțiuni în scopul realizării corespunzătoare a obiectivelor Concepției;
- Dezvoltarea cercetării domeniului mass-media;
- Dezvoltarea și actualizarea permanentă a statisticii referitoare la domeniul mass-media.

Capitolul IV. Acte normative de reglementare și de autoreglementare a domeniului mass-media ce urmează a fi elaborate/modificate pentru soluționarea problemelor identificate

4.1. Realizarea obiectivului nr. 1 - *Un cadru normativ suficient și eficient de reglementare a activității mass-media care să asigure funcționarea acesteia pe principii democratice și într-un spațiu mediatic securizat, necesită:*

4.1.1. Elaborarea și adoptarea de noi legi în conformitate cu prezenta Concepție, care:

- a) să corespundă normelor comunitare și bunelor practici internaționale în domeniul mass-media;
- b) să garanteze și să asigure independența editorială și autonomia instituțională a tuturor subiecților reglementați, inclusiv a serviciilor publice de radio și tv, în primul rând, printr-o finanțare garantată și suficientă;
- c) să asigure independența reală a autorității de reglementare a domeniului audiovizualului și a autorităților de supraveghere a serviciilor publice de radio și tv;
- d) să asigure respectarea de către toți subiecții reglementați a principiilor de comunicare audiovizuală și de comunicare comercială audiovizuală;
- e) să consacre juridic și să asigure realmente pluralismul mediatic intern și extern;
- f) să asigure crearea și funcționarea instituțiilor mass-media în zonele geografice în care acestea sunt lipsă, precum și un echilibru relativ numeric între tipurile de instituții mediatice (locale, regionale, naționale, internaționale; informative, educative, distractive; generaliste și tematice);
- g) să prevadă un sistem eficient de sancțiuni care să demotiveze încălcarea legislației de către subiecții reglementați;
- h) să consacre noțiunea și definiția de „mass-media on-line” și să prevadă reglementări minime pentru activitatea acesteia;
- i) să consacre juridic noțiunile și definițiile de „spațiu mediatic” și „securizare a spațiului mediatic”;

- j) să prevadă mecanisme eficiente de securizare a spațiului mediatic care să fortifice suveranitatea informațională a Republicii Moldova;
- k) să prevadă norme diferențiate de reglementare a mass-media locale/regionale, naționale și internaționale;
- l) să prevadă în atribuțiile factorilor decidenți obligațiunea de a evalua și a reflecta în raportul anual de activitate situația cu referire la spațiul mediatic, la instituțiile și la angajații din mass-media din perspectiva securității lor.

4.1.2. Completarea și ajustarea legislației naționale de reglementare a mass-media cu norme care să fie conforme legislației comunitare și bunelor practici internaționale în domeniu.

4.1.3. Completarea cadrului normativ al instituțiilor responsabile de implementarea prevederilor Concepției, care:

- a) să asigure elaborarea și punerea în aplicare a strategiei, programului și planului de acțiuni în vederea realizării obiectivului Concepției;
- b) să asigure monitorizarea, evaluarea și raportarea sistematică a activităților realizate;
- c) să asigure transparența modului de implementare a obiectivului Concepției.

4.2. Realizarea obiectivului nr. 2 - *Un cadru juridico-economic suficient și eficient care să asigure gestionarea domeniului mass-media, ca agent economic specific, în condițiile economiei de piață și concurenței loiale, menit să fortifice sustenabilitatea economico-financiară a mass-media și, drept consecință firească, independența ei editorială, necesită:*

4.2.1. Ajustarea legislației în conformitate cu prezenta Concepție, astfel, încât:

- a) să asigure transparența proprietății, finanțării și activității economice a subiecților reglementați;
- b) să asigure respectarea de către toți subiecții reglementați a regimului juridic de proprietate;
- c) să asigure o măsurare credibilă a audienței serviciilor de programe radio/tv transmise pe teritoriul Republicii Moldova;
- d) să prevadă norme de cooperare între autoritatea de reglementare în audiovizual și autoritatea în domeniul concurenței în vederea prevenirii/contracării pozițiilor dominante în formarea opiniei publice.

4.2.2. Elaborarea și adoptarea proiectului de lege privind completarea Legii concurenței, care:

- a) să interzică expres, în mass-media, apariția pozițiilor dominante în formarea opiniei publice, prin instituirea limitelor speciale fie în cotele de audiență, fie în cifrele de afaceri, fie în accesarea publicității comerciale (nu mai mult de 25-35% pentru un proprietar beneficiar final);
- b) să prevadă norme pentru instituțiile mass-media, aflate în dificultate, care ar putea beneficia de ajutoare de stat;
- c) să prevadă atribuția autorității în domeniul concurenței de a include în raportul anual de activitate un compartiment în care să fie evaluată piața

mass-media din perspectiva concurenței pe piața media și pe piața publicității comerciale.

4.2.3. Elaborarea și adoptarea proiectului de lege privind completarea Codului fiscal în conformitate cu prezenta Concepție, care:

- a) să prevadă facilități fiscale temporare (în primii 3 ani de activitate) pentru instituțiile mediatice nou create;
- b) să prevadă facilități fiscale pentru mass-media care produce și/sau publică/difuzează gratuit mesaje de interes public;
- c) să prevadă facilități fiscale temporare (1-3 ani) pentru radiodifuzorii care constituie așa-zisul „pachet social” de canale difuzate prin multiplexul digital național A și prin multiplexurile digitale regionale;
- d) să prevadă facilități fiscale pentru investitorii din țară și de peste hotare care investesc în mass-media;
- e) să prevadă facilități fiscale pentru co-producții, pentru producătorii independenți și pentru sponsorii produselor mass-media;
- f) să prevadă facilități vamale la importul de utilaje și echipamente pentru industria mass-media.

4.2.4. Elaborarea și adoptarea proiectului de lege privind completarea Legii comunicațiilor poștale, în conformitate cu prezenta Concepție, care:

- a) să prevadă expres obligația operatorului poștal național ÎS „Poșta Moldovei” de a contribui la desfășurarea procesului de abonare la publicațiile periodice, de distribuție și vânzare cu amănuntul a publicațiilor periodice, în condiții egale și în baza unor contracte elaborate după negocieri cu editorii publicațiilor periodice și/sau reprezentanții acestora.

4.2.5. Elaborarea și adoptarea proiectului de lege privind completarea Legii cu privire la ajutorul de stat, în conformitate cu prezenta Concepție, care:

- a) să prevadă subvenționarea indirectă a distribuției publicațiilor periodice de importanță socială (toate publicațiile, cu excepția celor de erotică și a celor în care publicitatea comercială depășește 50% din conținut), prin acordarea ajutoarelor de stat către distribuitorii publicațiilor periodice pentru acoperirea potențialelor majorări ale tarifelor de distribuție.

4.2.6. Elaborarea și adoptarea proiectului de lege cu privire la ajutoarele de stat pentru publicațiile periodice și online, care:

- a) să prevadă măsuri de susținere financiară directă sau indirectă a mijloacelor de comunicare în masă din sectoarele presei scrise și presei online, în special la nivel regional și local, conform cu Recomandarea nr. R (99) 1 a Comitetului de Miniștri al Consiliului Europei către statele membre cu privire la măsurile de promovare a pluralismului mijloacelor de comunicare în masă
- b) să prevadă acordarea unor subvenții dintr-un fond special, autonom instituțional și finanțat parțial din bugetul de stat, administrat de un consiliu selectat de organizațiile reprezentative de media, pentru activități specifice de

dezvoltare economică a publicațiilor periodice și online, de stimulare a concurenței în acest domeniu, de instruire și modernizare, etc.

4.2.7. Elaborarea și adoptarea unei noi Legi cu privire la publicitate, în conformitate cu prezenta Concepție, care:

- a) să fie ajustată la standardele și bunele practici internaționale;
- b) să asigure o concurență loială pe piața de publicitate;
- c) să prevadă drepturile și responsabilitățile tuturor părților implicate în industria publicității: furnizori, producători, distribuitori și difuzori de publicitate;
- d) să consacre juridic noțiuni și definiții ale tipurilor de publicitate, actualmente lipsă în legislație, cum ar fi „publicitatea politică”, „publicitatea de stat”, „mesajele de interes public”, altele asemenea, precum și norme de reglementare ale acestora;
- e) să prevadă dreptul statului de a cumpăra spații pentru publicitate de la mass-media, în special, de la cea locală, ca modalitate de sprijin financiar indirect;
- f) să stimuleze autoreglementarea domeniului.

4.2.8. Elaborarea și adoptarea proiectelor de legi privind completarea altor legi în conformitate cu prezenta Concepție, care:

- a) să identifice un organism național care ar coordona politicile de gestionare a întregului domeniu mediatic;
- b) să prevadă un mecanism eficient de generare și actualizare a datelor statistice cu referire la situația mass-media;
- c) să prevadă mecanisme de încurajare a cercetărilor științifice care ar viza gestionarea domeniului mediatic;
- d) să urmărească fortificarea sustenabilității economico-financiare a mass-media, în special, a celei locale.

4.3. Realizarea obiectivului nr. 3 - Un proces de profesionalizare a domeniului, care să răspundă necesităților mass-media, dar și provocărilor la care este supusă în noile condiții și realități, necesită:

4.3.1. Ajustarea programelor de instruire în instituțiile formative în conformitate cu prezenta Concepție, care:

- a) să prevadă pregătirea managerilor mediatici pentru toate tipurile de mass-media (scrisă, audiovizuală, on-line);
- b) să lichideze neconcordanța actuală între cererea și oferta de competențe pe piața media;
- c) să ofere suficiente competențe și abilități de utilizare a noilor tehnologii.

4.3.2. Elaborarea, adoptarea și implementarea de politici educaționale în conformitate cu prezenta Concepție, care:

- a) să prevadă crearea și funcționarea centrelor de instruire continuă a tuturor categoriilor de angajați în sistemul mass-media;

- b) să prevadă crearea și funcționarea eficientă a unui centru de formare continuă a cadrelor didactice din facultățile de profil.

4.3.3. Elaborarea, adoptarea și implementarea de politici educaționale în conformitate cu prezenta Concepție, care:

- a) să prevadă un curs obligator de instruire în instituțiile de învățământ preuniversitar în materie de educație mediatică;
- b) să prevadă un curs obligator de instruire în instituțiile de învățământ universitar, cu excepția facultăților de profil, în materie de educație mediatică;
- c) să asigure pregătirea adecvată a cadrelor didactice care să elaboreze curricule corespunzătoare și care să țină respectivele cursuri.

4.3.4. Ajustarea programelor de cercetare în conformitate cu prezenta Concepție, care:

- a) să lichideze deficitul de elaborări științifice cu aplicabilitate practică în domeniul mediatic;
- b) să stimuleze cooperarea între toate instituțiile din țară și de peste hotare care au ca activitate de profil cercetarea domeniului mediatic.

4.3.5. Elaborarea, adoptarea și implementarea de politici în conformitate cu prezenta Concepție, care:

- a) să completeze, să ajusteze și să actualizeze normele deontologice ale jurnalistului, în funcție de evoluțiile domeniului mediatic;
- b) să asigure supravegherea respectării normelor deontologice și să sancționeze, prin aducere la cunoștința publicului, a fiecărei derogări atestate;
- c) să prevadă acțiuni de stimulare a jurnalismului de calitate și de descurajare a jurnalismului de mercenariat;
- d) să încurajeze crearea și funcționarea serviciilor ombudsmanilor de presă;
- e) să sprijine crearea și funcționarea asociațiilor de profesioniști în domeniu, inclusiv a patronatelor;
- f) să prevadă acțiuni eficiente de contracarare a fenomenelor negative din domeniul mediatic, inclusiv: propaganda internă și externă, dezinformarea și manipularea, înstrăinarea de standardele profesionale universal acceptate;
- g) să stimuleze participarea asociațiilor de profesioniști la elaborarea, implementarea și monitorizarea implementării politicilor publice în domeniul mediatic.

Capitolul V. Evaluarea impacturilor

Implementarea corespunzătoare a Concepției trebuie să se soldeze cu:

- Un cadru juridic suficient și implementat eficient;
- Concurență loială, onestă, echitabilă pe piața mass-media și pe cea a publicității comerciale;
- Cadre manageriale competente care asigură o gestionare adecvată a instituțiilor mediatică;

- Un grad înalt de independență economică și editorială a instituțiilor mediatic;e;
- Transparență și previzibilitate în activitatea mass-media și în cea a autorităților publice responsabile de dezvoltarea mass-media;
- Securizare sesizabilă a spațiului mediatic național;
- Un pluralism mediatic real;
- Un sistem eficient de autoreglementare a mass-media;
- Un sistem pus la punct de educație mediatică obligatorie în învățământul preuniversitar și universitar;
- Cercetări, analize, expertize care pun diagnostic exact stării domeniului mediatic;
- Suficiență de date statistice pe măsură să faciliteze gestionarea adecvată a mass-media;
- Condiții optime care asigură dezvoltarea durabilă a mass-media pe principii democratice.

În cazul în care problemele identificate nu-și vor găsi soluționare, mass-media din Republica Moldova va stagna sau, mai degrabă, va degrada, dacă luăm în calcul evoluția vertiginoasă a tehnologiilor informaționale, utilizate masiv și în mass-media. Eventuale pericole majore:

- ieșirea frecventă a mass-media din câmpul legal în cazul unui cadru juridic insuficient și ineficient;
- practici anticoncurențiale și, drept consecință, dispariția multor instituții mediatic, mai ales, de nivel local/regional;
- decredibilizarea și, în definitiv, delegitimizarea mass-media ca institut social.

Concepția poate avea impactul scontat doar dacă va fi implementată în integralitatea ei, dat fiind că cei trei factori determinanți pentru starea mass-media – cadrul juridic, condiția economică și procesul de profesionalizare, corelează direct și se influențează reciproc.

VII. Dispoziții finale

7.1. Prezenta Concepție este aprobată prin hotărâre de Parlament și este publicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova.

7.2. Responsabilitatea pentru realizarea prezentei Concepții, cu excepția acțiunilor de autoreglementare, revine Guvernului Republicii Moldova.

7.3. Guvernul examinează în ședință rapoarte anuale cu privire la rezultatele implementării obiectivelor Concepției.

Notă informativă

la proiectul Concepției naționale de dezvoltare a mass-media din Republica Moldova

I. Condițiile ce au impus elaborarea proiectului și finalitățile urmărite prin implementarea lui

1.1. Prezentul proiect de Concepție vine să confirme adeziunea Republicii Moldova la valorile europene privind funcționarea mass-media, precum și angajamentul plener de a crea un mediu favorabil de activitate al domeniului mediatic în condiții de libertate, independență economică și editorială în beneficiul fiecărui cetățean și al societății în întregime.

Prezentul proiect de Concepție are menirea să servească drept punct de referință pentru politici publice coerente în domeniul mass-media, politici menite să fortifice rolul sistemului mediatic în asigurarea dreptului constituțional la informație al cetățenilor și în consolidarea unei societăți democratice.

Elaborarea proiectului de Concepție este necesară din, cel puțin, următoarele motive:

- Până în prezent Republica Moldova nu a avut o viziune generală, de ansamblu, a modului, în care ar urma să se dezvolte mass-media, ca important institut social, care să contribuie, prin exercitarea adecvată a misiunii ce-i revine, la fortificarea democrației.
- Elaborarea unei asemenea Concepții a fost angajamentul tuturor guvernelor de la 2009 încoace, dar respectivul angajament nu a fost onorat.
- În lipsa unei viziuni generale, mass-media a activat și activează de o manieră soldată cu grave consecințe pentru întreaga societate, inclusiv: o concentrare excesivă a instituțiilor mediatică în capitală, fapt ce prejudiciază informarea adecvată a populației din mediul rural; o invazie a spațiului mediatic național cu produse mass-media străine, mare parte dintre care subminează interesele legitime ale țării; un mediu concurențial neloial, în special, în raport cu mass-media locală/regională, etc.

1.2. Ajustarea legislației naționale la reglementările comunitare și implementarea acesteia, au drept scop următoarele finalități:

- a) un cadru juridic suficient și eficient, care să asigure dezvoltarea coerentă a mass-media, pentru ca aceasta, la rândul ei, să-și onoreze, cu precădere, misiunea de a informa, a educa și a recrea beneficiarii ofertei mediatică;
- b) un mediu economic în care mass-media, ca agent economic specific, să-și poată asigura sustenabilitatea financiară ca o condiție primordială în asigurarea independenței editoriale;
- c) o dezvoltare accelerată a procesului de profesionalizare a domeniului mediatic, care să asigure calitatea corespunzătoare a cadrelor de profesioniști, respectarea standardelor în jurnalism, autoreglementarea adecvată a mass-media.

Finalitățile urmărite trebuie să echivaleze, în definitiv, cu o nouă calitate a mass-media, care să-i ofere deplină legitimitate socială.

II. Principalele prevederi ale proiectului Concepției

2.1. Principalele prevederi ale proiectului de Concepție vizează:

- starea generală actuală a mass-media analizată din perspectiva factorilor dominanți ce-i influențează activitatea, și anume: cadrul juridic de reglementare a domeniului mediatic; gestionarea domeniului și a instituțiilor mediatice; profesionalismul și responsabilitatea mass-media. Proiectul de Concepție scoate în evidență zonele vulnerabile atestate în urma analizei influenței celor trei factori de bază;
- scopul și obiectivele proiectului. Drept scop Concepția își propune să servească punct de referință pentru politici publice coerente în domeniul mass-media, politici menite să fortifice rolul sistemului mediatic în asigurarea dreptului constituțional la informație al cetățenilor și în consolidarea unei societăți democratice. Scopul urmează a fi atins prin realizarea obiectivelor strategice și anume: un cadru normativ suficient și eficient de reglementare a activității mass-media care să asigure funcționarea acesteia pe principii democratice și într-un spațiu mediatic securizat; un cadru juridico-economic suficient și eficient care să asigure gestionarea domeniului mass-media ca agent economic specific în condițiile economiei de piață și concurenței loiale, menit să fortifice sustenabilitatea economico-financiară a mass-media și, drept consecință firească, independența ei editorială; un proces de profesionalizare a domeniului care să răspundă necesităților mass-media, dar și provocărilor la care este supusă aceasta în noile condiții și realități;
- instrumente și căi de soluționare a problemelor identificate, cu accent pe elaborarea și punerea în aplicare a strategiei, programului și planului de acțiuni în vederea realizării obiectivelor Concepției și atingerii scopului ei;
- acte normative de reglementare și de autoreglementare a domeniului mass-media ce urmează a fi elaborate/modificate pentru soluționarea problemelor identificate, cu referire la cadrul juridic, la mediul economic și la procesul de profesionalizare;
- evaluarea impacturilor în cazul realizării/nerealizării obiectivelor Concepției. Este scos în relief faptul că impactul scontat poate fi obținut doar în cazul, în care Concepția va fi implementată în integralitatea ei, dat fiind că cei trei factori determinanți pentru starea mass-media – cadrul juridic, condiția economică și procesul de profesionalizare, corelează direct și se influențează reciproc;
- dispoziții finale, prin care se stabilește că prezenta Concepție este aprobată prin hotărâre de Parlament; că responsabilitatea pentru realizarea Concepției, cu excepția acțiunilor de autoreglementare, revine Guvernului Republicii Moldova; că Guvernul examinează în ședință rapoarte anuale cu privire la rezultatele implementării obiectivelor Concepției.

III. Referințele la reglementările corespondente ale legislației comunitare și nivelul compatibilității proiectului de act legislativ cu reglementările în cauză

3.1. Prezentul proiect de Concepție corespunde reglementărilor comunitare. Prevederile lui sunt conforme cu importante documente europene, inclusiv:

- Convenția Europeană a Drepturilor Omului, în special articolul al 10-lea, precum și deciziile relevante în domeniu ale Curții Europene a Drepturilor Omului (CEDO);
- Carta Drepturilor Fundamentale a Uniunii Europene (UE);
- Convenția europeană privind televiziunea transfrontalieră (CETT) (1989);
- Recomandarea 97(20) a Comitetului de Miniștri al Consiliului Europei cu privire la discursul de ură și completată pe baza art.9 din DSMAV;
- Recomandarea Rec (2000) 23 a Comitetului de Miniștri către statele membre cu privire la independența și funcțiile autorităților de reglementare a sectorului radiodifuziunii;
- Declarația din 27.09.2006 a Comitetului de Miniștri cu privire la garantarea independenței serviciului public de radiodifuziune;
- Directiva 2006/114/CE a Parlamentului European și a Consiliului din 12 decembrie 2006 privind publicitatea înșelătoare și comparativă;
- Recomandarea Rec (2007) 2 a Comitetului de Miniștri către statele membre cu privire la pluralismul mijloacelor mass-media și diversitatea conținutului mediatic;
- Recomandarea Consiliului Europei Rec (2007) 3 privind misiunea serviciului public al audiovizualului în societatea informațională și Comunicarea Comisiei cu privire la aplicarea normelor privind ajutoarele de stat serviciilor publice de radiodifuziune, 2009 / C 257/01;
- Declarația din 31.01.2007 a Comitetului de Miniștri privind protecția rolului mass-media în democrație, în contextul concentrării mass-media;
- Declarația din 26.03.2008 a Comitetului de Miniștri cu privire la independența și funcțiile autorităților care reglementează sectorul de radiodifuziune;
- Rezoluția nr. 1636 (2008) a APCE cu privire la indicatorii mass-mediei în societatea democratică;
- Rezoluția Parlamentului European din 25 septembrie 2008 privind concentrarea și pluralismul mass-media în Uniunea Europeană;
- Declarația din 11.02.2009 a Comitetului de Miniștri cu privire la rolul mass-media pentru comunitate în promovarea coeziunii sociale și a dialogului intercultural;
- Directiva 2010/13/UE a Parlamentului European și a Consiliului din 10 martie 2010 privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii mass-media audiovizuale, și Propunerea de Directivă a Parlamentului European și a Consiliului de modificare a Directivei 2010/13/UE privind coordonarea anumitor dispoziții stabilite prin acte cu putere de lege sau acte administrative în cadrul statelor membre cu privire la furnizarea de servicii mass-media audiovizuale având în vedere evoluția realităților pieței.
- Rezoluția Parlamentului European din 21 mai 2013 referitoare la Carta UE: norme standard pentru libertatea mass-media în UE.

IV. Fundamentarea economico-financiară

4.1. Implementarea prevederilor Concepției va necesita resurse pecuniare de la bugetele publice, din partea investitorilor privați și a partenerilor de dezvoltare. Resursele sunt necesare, preponderent, pentru sprijinirea mass-media locală/regională, inclusiv la distribuția presei scrise. Implementarea unor politici economice adecvate pot diminua presiunea asupra bugetelor publice și pot spori eficiența acțiunilor îndreptate spre dezvoltarea domeniului mediatic.

Adoptarea Concepției poate pune temelie durabilă dezvoltării întregului domeniu mediatic național pe principii democratice.

C. Mihalache
J. Hoțueanu

Promoting Media Freedom and Pluralism in the Republic of Moldova

Funded
by the European Union
and the Council of Europe



EUROPEAN UNION

COUNCIL OF EUROPE



CONSEIL DE L'EUROPE

Implemented
by the Council of Europe

Chișinău, 21.03.2018

**Domnului Andrian Candu
Președintele Parlamentului**

Stimate domnule Candu,

Grupul de lucru pentru îmbunătățirea legislației mass-media din Republica Moldova, creat la inițiativa dvs. prin dispoziția DDP/c-1 nr.2 din 13 iunie 2017, cu suportul Proiectului Comun al Uniunii Europene și Consiliului Europei „Promovarea libertății și pluralismului mass-mediei în Republica Moldova”, a elaborat proiectul Concepției naționale de dezvoltare a mass-media din Republica Moldova. Proiectul de document a fost prezentat, discutat și dezbătut în ședințele grupului de lucru, fiind agreat de majoritatea membrilor grupului.

Concepția vine să confirme adevărată adeziunea Republicii Moldova la valorile europene privind funcționarea mass-media, precum și angajamentul plin de a crea un mediu favorabil de activitate al domeniului mediatic în condiții de libertate, independență economică și editorială în beneficiul fiecărui cetățean și al societății în întregime. Proiectul de Concepție are menirea să servească drept punct de referință pentru politici publice coerente în domeniul mass-media, politici menite să fortifice rolul sistemului mediatic în asigurarea dreptului constituțional la informație al cetățenilor și în consolidarea unei societăți democratice.

Prin urmare, transmit Parlamentului Republicii Moldova proiectul Concepției naționale de dezvoltare a mass-media din Republica Moldova și Nota informativă la proiectul Concepției naționale de dezvoltare a mass-media din Republica Moldova, produs al Grupului de Lucru, pentru a fi înregistrat, examinat și aprobat.

Anexe:

1. Proiectul Concepției naționale de dezvoltare a mass-media din Republica Moldova
2. Nota informativă la proiectul Concepției naționale de dezvoltare a mass-media din Republica Moldova

Cu respect,

Dumitru Lazur
Coordonator de proiect
Oficiul Consiliului Europei la Chișinău

