



FORUMUL MASS-MEDIA DIN REPUBLICA MOLDOVA¹

(elaborată la prima ediție a Forumului, 27-28 octombrie 2015;
completată la ediția a doua a Forumului, 2-3 decembrie 2016)

Foaie de parcurs pentru dezvoltarea mass-mediei în Republica Moldova

Prezentare

Foaia de parcurs reprezintă o privire de ansamblu asupra stării mass-mediei autohtone la momentul desfășurării Forumului mass-media, cu accent pe principalele constrângeri și probleme ale domeniului mediatic.

Foaia de parcurs conține un șir de acțiuni pe termen scurt, îndreptate spre asigurarea dezvoltării mass-mediei autohtone, crearea și consolidarea unui climat de concurență loială și independență editorială a instituțiilor mass-media din Republica Moldova.

Acțiunile au fost identificate și formulate în cadrul Forumului mass-media din Republica Moldova, ediția I (27-28 octombrie 2015) și ediția II (2-3 decembrie 2016), inclusiv în cadrul atelierelor tematice.

Constrângeri

Forumul mass-media din Republica Moldova a identificat un șir de constrângeri la diferite niveluri pentru dezvoltarea mass-mediei în Republica Moldova, *inclusiv*:

a) Constrângeri la nivelul cadrului normativ

- cadrul normativ din domeniul mass-mediei nu este ajustat la rigorile Uniunii Europene, iar procesul de transpunere a normelor europene în legislația și practica națională în materie de jurnalism democratic decurge extrem de lent;
- ineficiența aplicării normelor legale pentru consolidarea domeniului mediatic;
- accesul limitat la informație, funcționarea defectuoasă și aplicarea arbitrară a legislației și a mecanismelor de asigurare a accesului la informația de interes public;

¹Forumul mass-media din Republica Moldova este organizat de Consiliul de Presă din Republica Moldova, în parteneriat cu Asociația Presei Independente (API), Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI) și Asociația Presei Electronice (APEL). Rezoluțiile Forumului pot fi accesate [aici](#) și [aici](#).

Desfășurarea Forumului mass-media este finanțată de Programul Mass-Media al Fundației Soros-Moldova și co-finanțată de alți donatori.

- lipsa de transparență pe cele mai importante dimensiuni (gradul de concentrare a proprietății, în special în domeniul audiovizualului; funcționarea pieței de publicitate comercială; distribuirea frecvențelor/licențelor pentru activități în sectorul audiovizualului etc.), cruciale pentru dezvoltarea domeniului mediatic;
- lipsa unui cadru legislativ adecvat și a unui cadru instituțional funcțional care ar asigura o concurență onestă și ar elimina practicile monopoliste pe piață;
- vulnerabilitatea factorilor decizionali în raport cu interesele personale, corporative, de natură politico-ideologică sau economico-financiară;
- lipsa politicilor de încurajare a investițiilor interne și externe în dezvoltarea domeniului mediatic și de stimulare a dezvoltării economice a instituțiilor mass-media independente;
- capacitatea redusă de a proteja spațiul informațional național de invazia produselor mediatice straine și a asigura suveranitatea informațională a statului.

b) Constrângeri în gestionarea domeniului mediatic

- lipsa unei viziuni sau a unei concepții/strategii generale de dezvoltare a mass-mediei autohtone și lipsa de continuitate a politicilor mediatice;
- subordonare politica, probleme de integritate și mimarea transparenței în activitatea autorităților de gestionare a domeniului mediatic;
- lipsa transparenței în gestionarea pieței de publicitate comercială;
- capacitățile instituționale reduse și gestionarea defectuoasă ce conduc la o dezvoltare haotică a domeniului, inclusiv o pondere exagerat de mare de instituții mediatice în capitala țării în raport cu cea din mediul rural;
- tergiversări și lipsa de transparență în procesul de tranziție la televiziunea digitală terestră;
- numărul redus de personal calificat în domeniul concurenței și lipsa expertizelor calificate a practicilor anticoncurențiale;
- lipsa de transparență și practici selective în formarea tarifelor la serviciile prestate de către întreprinderile aferente domeniului mediatic, inclusiv distribuitorii de presă scrisă;
- impactul redus al mecanismelor de autoreglementare în gestionarea domeniului mediatic.

c) Constrângeri la nivelul instituțiilor formative

- incapacitatea instituțiilor formative de a reacționa rapid la nevoile pieței și disonanța între oferta acestor instituții și provocările sistemului mass-media;
- lipsa capacității instituțiilor formative de a pregăti manageri în domeniul mass-mediei;
- deficitul de elaborări științifice cu aplicabilitate practică în domeniul mediatic;
- competențele și abilitățile insuficiente de utilizare a noilor tehnologii în domeniu.

d) Constrângeri la nivel de instituții mediatice:

- controlul politic și al grupurilor politico-financiare asupra instituțiilor mass-media;
- vulnerabilitatea și capacitatea redusă de rezistență la presiunile de ordin politic și economico-financiar, ceea ce generează inclusiv autocenzura;

- capacitatea redusă a instituțiilor mediatiche de a elabora și a implementa politici editoriale corespunzătoare jurnalismului democratic;
- eforturile insuficiente și ineficiente în edificarea și fortificarea unui veritabil serviciu public de radio și televiziune;
- lipsa posibilităților/capacităților de manevră în situația monopolului pe piața serviciilor de radiocomunicații;
- lipsa unui sistem intern de monitorizare și evaluare a calității produselor mediatiche la nivel de instituții mediatiche;
- cooperarea insuficientă între sectorul asociativ de profil și instituțiile mediatiche în vederea dezvoltării domeniului;
- respectarea defectuoasă a angajamentelor cu referire la normele deontologice;
- eforturi minime de profesionalizare și insuficiența cadrului de autoreglementare a activității jurnalistice în mediul on-line;
- capacitățile manageriale și financiare insuficiente pentru a valoriza potențialul oferit de tehnologiile informaționale.

e) Constrângeri și probleme la nivel de conținuturi mediatiche:

- ignorarea interesului public în produsele mediatiche, prin servirea interesului politic sau în goana după senzațional;
- reflectarea masivă a unor teme mai puțin relevante pentru public, în detrimentul temelor cu relevanță reală pentru public;
- numărul redus de evenimente reflectate de către instituțiile mass-media, fapt ce nu poate crea o imagine de ansamblu a realității;
- ponderea exagerată de subiecte realizate în capitala țării și o prezență insignifiantă a subiectelor din mediul rural;
- cazurile frecvente de derogări de la normele profesionale prevăzute de Codul deontologic al jurnalistului din Republica Moldova și de la bunele practici jurnalistice, inclusiv:
 - acceptarea agendei politice în detrimentul celei publice și prezența masivă a politicienilor în calitate de protagoniști ai produselor mediatiche;
 - pluralismul mediatic redus;
 - ponderea mare a știrilor cu caracter conflictual realizate dintr-o singură sursă, implicarea în campanii de denigrare, nerespectarea principiului prezumției de nevinovăție, mediatizarea unor informații false și/sau neverificate etc.,
 - dezechilibrul vădit al genurilor cu prevalarea protagoniștilor-bărbați;
 - dezechilibrul între numărului de produse mediatiche ce reflectă evenimente din UE și evenimente din Rusia sau CSI.

3

Constatări și concluzii

Constrângerile și problemele existente au la origine lipsa independenței reale a mass-mediei autohtone, ca rezultat al dezinteresului autorităților pentru edificarea unui spațiu informațional propice fortificării democrației, a lipsei de politici mediatiche coerente în general și a unui cadru legal care ar asigura o concurență onestă și ar elimina practicile monopoliste, în particular. Fără intervenții în cunoștință de cauză pe toate dimensiunile: cadrul de reglementare și autoreglementare; gestionarea domeniului mediatic; caracterul concurențial pe piața mediatică și pe piața publicității comerciale; formarea profesională, accesul la informație etc., situația nu va putea fi redresată.

Constrângerile și problemele din domeniul mediatic solicită reforme sistemice profunde, pentru a contracara efectele distrugătoare generate de dezinformare, manipulare, propagandă și intoxicare informațională.

Participanții la Forumul mass-media 2016 [solicită](#) autorităților să renunțe la practica păguboasă de a-și asuma angajamente triumfaliste pe segmentul mass-media ca scop în sine, fapt ce generează perpetuarea problemelor stringente ale domeniului mediatic, în detrimentul propriilor cetățeni, și să urgenteze implementarea reală și nu mimată a prevederilor compartimentului XV „Mass-media” din [Programul de activitate al Guvernului Republicii Moldova 2016-2018](#).

Forumul mass-media din Republica Moldova propune **Foia de parcurs** cu următoarele acțiuni care urmează a fi realizate pe parcursul anului 2017.

Tabel: Acțiuni pentru dezvoltarea domeniului mediatic în Republica Moldova

Acțiuni pentru autoritățile Republicii Moldova: Parlamentul Republicii Moldova, Guvernul Republicii Moldova, Cancelaria de Stat, Consiliul Coordonator al Audiovizualului, Consiliul Concurenței, Ministerul Educației, Ministerul Tehnologiei Informației și Comunicațiilor, Ministerul Afacerilor Interne, Serviciul de Informații și Securitate al Republicii Moldova Întreprinderea de Stat „Centrul Resurselor Informaționale de Stat „Registru” Întreprinderea de Stat „Cadastru”	
1.	Elaborarea, expertizarea, dezbateră publică și adoptarea Strategiei de dezvoltare a mass-mediei din Republica Moldova în conformitate cu practicile europene
2.	Elaborarea, dezbateră și adoptarea următoarelor proiectele de legi și amendamente/modificări ale legilor în vigoare, ca parte a Strategiei de dezvoltare a mass-mediei din Republica Moldova: <ul style="list-style-type: none"> - un nou Cod al audiovizualului; - o nouă Lege cu privire la publicitate; - modificarea Legii privind accesul la informație și racordarea acesteia la bunele practici europene, inclusiv în partea care vizează accesul la informația de interes public contra plată, pentru a asigura accesul gratuit și operativ al jurnaliștilor și instituțiilor mass-media la datele de interes public major de la Î.S. „Centrul Resurselor Informaționale de Stat „Registru” și Î.S. „Cadastru”; - elaborarea, dezbateră publică, expertizarea și adoptarea proiectului de lege privind completarea Legii concurenței, pentru a asigura contracararea concentrării proprietății în mass-media și protecția concurenței loiale pe piața de publicitate; - elaborarea, dezbateră publică, expertizarea și adoptarea unei legi speciale privind protecția spațiului informațional moldovenesc din

	<p>perspectiva mediatică, care ar prevedea inclusiv condițiile de acces și retransmisie pe piața audiovizuală autohtonă a radiodifuzorilor străini;</p> <ul style="list-style-type: none"> - completarea Codului fiscal și a Legii cu privire la bugetul de stat cu prevederi de stimulare fiscală a investițiilor în dezvoltarea instituțiilor mass-media, alte facilități în special pentru dezvoltarea instituțiilor mass-media independente locale/regionale; - adoptarea proiectului de lege privind ajutoarele de stat pentru publicațiile periodice și instituirea unui fond de susținere a acestora, administrat de un consiliu de administrare, majoritatea membrilor cărora vor fi reprezentanții organizațiilor neguvernamentale credibile din domeniul mass-media
3.	Respingerea (retragerea) inițiativelor legislative de modificare a Codului Audiovizualului aflate în curs de examinare în Parlamentul Republicii Moldova nr. 125 din 02.04.2015 și nr. 218 din 22.05.2015
4.	<p>Elaborarea, dezbaterea publică, expertizarea și adoptarea următoarelor acte normative ca parte a Strategiei de dezvoltare a mass-mediei din Republica Moldova:</p> <ul style="list-style-type: none"> - un Regulament al Comisiei cultură, educație, cercetare, tineret, sport și mass-media a Parlamentului R. Moldova privind desemnarea pe criterii exacte și măsurabile a membrilor Consiliului Coordonator al audiovizualului (CCA) și a Consiliului de Observatori (CO) al IPNA Compania "Teleradio-Moldova"; - un nou Regulament de activitate a CCA; - completarea Regulamentului CCA de desemnare a candidaților la funcția de membru al CO al IPNA Compania "Teleradio-Moldova" cu criterii exacte și măsurabile de desemnare; - completarea Regulamentului CCA de oferire a licențelor pentru multiplexurile naționale și regionale cu criterii exacte și măsurabile
5.	Elaborarea și aprobarea unui program de subvenționare indirectă a distribuției presei scrise de importanță socială, prin acoperirea eventualelor majorări ale tarifelor de distribuție din sursele bugetului public
6.	Completarea Planului de acțiuni al Guvernului pentru anii 2016-2018, în care nu se regăsește angajamentul din Programul de activitate, compartimentul XV, p. 9: "Crearea unui cadru propice de dezvoltare a domeniului publicității, neadmiterea concurenței nelocale în această sferă și dozarea proporțională a publicității din exterior în spațiul mediatic autohton"
7.	Garantarea că procesul de digitalizare nu va duce la dispariția conținuturilor locale audiovizuale, produse de radiodifuzorii locali cu emisie prin eter
8.	Monitorizarea permanentă de către Cancelaria de Stat a asigurării condițiilor legale de transparență a autorităților/instituțiilor publice, de oferire a accesului nediscreționar la informația de interes public și sancționarea conform legii a încălcărilor
9.	Evaluarea anuală de către Consiliul Concurenței (CC) a pieței de publicitate și a concentrării proprietății în domeniul mass-media și includerea acestor date în raportul anual de activitate a CC
10.	Evaluarea anuală de către Consiliul Coordonator al Audiovizualului (CCA) a regimului de proprietate al radiodifuzorilor și a pieței de publicitate audiovizuală, includerea acestor date în raportul anual de activitate a CCA
11.	Elaborarea de către CCA a unor acte normative suplimentare, obligatorii pentru radiodifuzori, care ar prevedea inclusiv spațiul minim de emisie

	zilnică acordat pentru difuzarea mesajelor de interes public, procedura de acordare a spațiului pentru difuzarea mesajelor de interes public, modalitatea de evidență și raportare
12.	Protejarea mass-mediei online de atacurile cibernetice asupra site-urilor de știri, în special în cazul mediatizării evenimentelor de importanță majoră, investigarea acestor cazuri și comunicarea publică a rezultatelor anchetelor
13.	Elaborarea și implementarea în învățământul preuniversitar a unui curs special opțional de educație media (media literacy)

Acțiuni pentru instituțiile mass-media, organizațiile neguvernamentale de media și structurile de autoreglementare jurnalistică:

**IPNA Compania "Teleradio-Moldova",
IPRA Compania "Teleradio-Găgăuzia",
Instituțiile mass-media,
Consiliul de Presă din Republica Moldova
Organizațiile neguvernamentale din domeniul mass-media,
Organizațiile asociative din domeniul publicității**

1.	Elaborarea, dezbateră și aprobarea de către Consiliul de Observatori (CO) al IPNA Compania "Teleradio-Moldova" a următoarelor documente: <ul style="list-style-type: none"> - un nou Regulament al CO al IPNA Compania "Teleradio-Moldova"; - un nou Regulament al IPNA Compania "Teleradio-Moldova"; - noi Direcții strategice de dezvoltare a IPNA Compania "Teleradio-Moldova"; - completarea Regulamentului CO de desemnare/demitere a managerilor superiori ai IPNA Compania "Teleradio-Moldova" cu criterii exacte și măsurabile de desemnare/demitere.
2.	Organizarea a câte două dezbateri publice anuale privind caietele de sarcini și rapoartele de activitate ale radiodifuzorilor publici național (IPNA Compania "Teleradio-Moldova") și regional (IPRA Compania "Teleradio-Găgăuzia")
3.	Inițierea discuțiilor privind crearea Consiliului pentru Publicitate în calitate de structură de autoreglementare în domeniul publicității, în atribuțiile căreia ar intra elaborarea regulamentelor pentru activitatea publicitară pe domenii (publicitatea outdoor, publicitate cu mesaj social, publicitate politică etc.)
4.	Completarea Codului deontologic al jurnalistului din Republica Moldova cu prevederi specifice referitoare la presa online, la manipularea și tirajarea informațiilor false, propagandă informațională, toleranță și diversitate, plagiat, conflictul de interese, clauza de conștiință și cenzura. Desfășurarea unei campanii naționale de asumare publică a Codului deontologic al jurnalistului de către instituțiile mass-media, în special din domeniul online
5.	Promovarea jurnalismului de calitate prin: <ul style="list-style-type: none"> - efectuarea monitorizărilor calității produselor jurnalistice și prezentări/dezbateri publice a rezultatelor;

	<ul style="list-style-type: none"> - elaborarea de către Consiliul de Presă a ghidurilor și recomandărilor privind reflectarea unor teme/subiecte specifice, cum ar fi normele de preluare a conținutului jurnalistic în mediul online, citarea sursei primare etc.; - sesizări și autosesizări ale Consiliului de Presă în cazurile de încălcare gravă a deontologiei profesionale jurnalistice, - alte acțiuni de încurajare a jurnalismului de calitate și de descurajare a non-jurnalismului.
6.	Dezvoltarea platformei de dezbateri online pentru profesioniștii din domeniul mass-media www.mediaforum.md pentru facilitarea dialogului despre principalele probleme ale comunității jurnalistice și a platformei de educație mediatică www.mediacritica.md
7.	Examinarea posibilității de identificare a unui mecanism de certificare a jurnaliștilor și reprezentanților instituțiilor mass-media
8.	Reluarea discuțiilor privind necesitatea creării unui sindicat al jurnaliștilor din Republica Moldova

Note:

1. Tabelul de acțiuni este aprobat prin consens, acțiunile având caracter de recomandări
2. Organizatorii Forumului mass-media își exprimă disponibilitatea de a consulta și a oferi asistență autorităților Republicii Moldova în elaborarea proiectelor de acte normative prevăzute în **Foia de parcurs**.
3. Modul și gradul de implementare a prevederilor **Foii de parcurs** vor fi parte din agenda fiecărei ediții ulterioare a Forumului mass-media din Republica Moldova.