



FORUMUL MASS-MEDIA DIN REPUBLICA MOLDOVA¹

*elaborată la prima ediție a Forumului (27-28 octombrie 2015),
completată la edițiile a doua (2-3 decembrie 2016) și a treia (14-15 noiembrie 2017)*

Foaie de parcurs pentru dezvoltarea mass-media în Republica Moldova

Prezentare

Foaia de parcurs reprezintă o privire de ansamblu asupra stării mass-media 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 mediu, îndreptate spre asigurarea dezvoltării mass-media 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), ediția a II-a (2-3 decembrie 2016) și ediția a III-a (14-15 noiembrie 2017), inclusiv în cadrul atelierelor tematice.

1

Constrângeri

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

a) Constrângeri la nivelul cadrului normativ

- cadrul normativ din domeniul mass-media 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;
- interpretarea arbitrară, abuzivă și restrictivă, în detrimentul mass-media și, respectiv, al interesului public, a Legii privind protecția datelor cu caracter personal;

¹ Forumul 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](#), [aici](#) și [aici](#).

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

- deficitul 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, ce 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 mediatică străine 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-media autohtone și lipsa de continuitate a politicilor mediatică;
- subordonare politică, 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 mediatică în capitala țării în raport cu cea din mediul rural;
- eșecul tranziției la televiziunea digitală terestră în termenele prestabilite;
- lipsa de facilități fiscale, vamale și de alt ordin, în sprijinul dezvoltării mass-media, în special a celei locale/regionale;
- numărul redus de personal calificat în domeniul concurenței și lipsa expertizelor calificate ale 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;
- reducerile nejustificate de mari cerute de agențiile de publicitate pentru a plasa publicitate în presa scrisă și mediile online;
- impactul redus al mecanismelor de autoreglementare în gestionarea domeniului mediatic;
- nedorința agregatoarelor de știri de a colabora cu instituțiile mass-media al căror conținut jurnalistic îl preiau pentru republicare și de a oferi condiții corecte de preluare a conținutului străin, în special din presa online.

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-media;
- 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 mediaticice:

- controlul politic și al grupurilor politico-financiare asupra unor instituții mass-media influente;
- vulnerabilitatea și capacitatea redusă de rezistență la presiunile de ordin politic și economico-financiar, ceea ce generează inclusiv autocenzura;
- capacitatea redusă a instituțiilor mediaticice 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 mediaticice la nivel de instituții mediaticice;
- cooperarea insuficientă între sectorul asociativ de profil și instituțiile mediaticice 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;
- costul înalt al producției de conținut video în raport cu rezultatele monetizării conținutului, ceea ce explică investițiile mici ale instituțiilor media online pe acest segment.

e) Constrângeri și probleme la nivel de conținuturi mediaticice:

- ignorarea interesului public în produsele mediaticice, prin servirea interesului politic sau în goana după senzational;
- 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 mediaticice;
 - 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 mediaticice ce reflectă evenimente din UE și evenimente din Rusia sau CSI.

Constrângerile și problemele existente au la origine lipsa independenței reale a mass-media autohtone, ca rezultat al dezinteresului autorităților pentru edificarea unui spațiu informațional propice fortificării democrației, al lipsei de politici mediatiche coerente în general și a unui cadru legal ce 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 2017 solicită autorităților să urgenteze elaborarea și implementarea unor politici publice coerente de dezvoltare a mass-media pe principii democratice în beneficiul întregii societăți, să urgenteze completarea cadrului juridic de reglementare a activității mass-media din țară și ajustarea acestuia la legislația comunitară și la bunele practici internaționale, să revadă „Planul național de acțiuni pentru implementarea Acordului de Asociere Republica Moldova - Uniunea Europeană în perioada 2017-2019” pe segmentul mediatic în vederea completării lui cu acțiuni pe măsură să contribuie la dezvoltarea domeniului, să fortifice cooperarea cu societatea civilă și cu mass-media în scopul atingerii obiectivelor Forumului mass-media, ediția a III-a și să dezvolte mecanisme de identificare a persoanelor care deschid site-uri de știri false și le utilizează în scopuri de defăimare sau în alte scopuri ilegale.

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

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, Culturii și Cercetării
Ministerul Economiei și Infrastructurii,
Ministerul Afacerilor Interne,
Serviciul de Informații și Securitate al Republicii Moldova
Agenția Servicii Publice**

| | |
|----|---|
| 1. | Elaborarea, expertizarea, dezbaterea publică și adoptarea Concepției de dezvoltare a mass-media din Republica Moldova în conformitate cu practicile europene. |
| 2. | <p>Elaborarea, dezbaterea și adoptarea următoarelor proiectele de legi și amendamente/modificări ale legilor în vigoare, ca parte a Concepției de dezvoltare a mass-media din Republica Moldova:</p> <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 ÎS „Centrul Resurselor Informaționale de Stat „Registru”” și ÎS „Cadastru”; - modificarea Legii privind protecția datelor cu caracter personal și transpunerea în sistemul de drept național a noului cadru de reglementare UE, care va intra în vigoare la 25 mai 2018 și care va institui reguli noi privind prelucrarea datelor cu caracter personal în scopuri jurnalistice sau de interes public; - definirea mai clară, în textul Legii privind protecția datelor cu caracter personal, a datelor cu caracter personal raportate la categoria informațiilor de interes public și a datelor cu caracter personal care pot deveni informații de interes public, precum și a condițiilor în care prelucrarea datelor cu caracter personal este legală; excluderea obligației către jurnaliști de a indica scopul prelucrării datelor cu caracter personal în solicitarea informațiilor. - elaborarea, dezbaterea 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, dezbaterea publică, expertizarea și adoptarea unei legi speciale privind protecția spațiului informațional național din perspectiva mediatică, ce ar prevedea inclusiv condițiile de acces și retransmisie pe piața audiovizuală autohtonă a radiodifuzorilor străini; - completarea Codului Fiscal și a Legii cu privire la bugetul de stat cu prevederi de stimulare fiscală a investițiilor în dezvoltarea instituțiilor mass-media, reinvestirea a cel puțin 50% din TVA, 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, gestionat de un consiliu de administrare, majoritatea membrilor cărora să fie reprezentanții organizațiilor neguvernamentale credibile din domeniul mass-media. |
| 3. | Monitorizarea sistematică a modului de implementare a cadrului juridic de reglementare a activității mass-media și, la necesitate, intervenții operative de redresare a situației. |
| 4. | Monitorizarea constantă de către Consiliul Coordonator al Audiovizualului (CCA) a conținutului mediatic produs în Federația Rusă și retransmis de către posturile locale și aplicarea sancțiunilor în cazul în care acesta nu corespunde prevederilor legislației Republicii Moldova legale. |

| | |
|-----|--|
| 5. | Monitorizarea constantă de către Consiliul Coordonator al Audiovizualului (CCA) a modului în care radiodifuzorii locali respectă prevederile legale privind difuzarea conținutului autohton și aplicarea sancțiunilor în cazul în care aceștia nu respectă prevederile elgale. |
| 6. | Eliminarea incertitudinii vizând tranziția la televiziunea digitală terestră. Oferirea unor condiții facilitare de includere în multiplexe a radiodifuzorilor locali (eventual, și a unor posturi specializate pentru copii, cultură, sportive). |
| 7. | 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. |
| 8. | Planul național de acțiuni pentru implementarea Acordului de Asociere Republica Moldova - Uniunea Europeană, prevăzut pentru anii 2017-2019, în partea ce vizează segmentul mediatic, să fie revizuit și completat, astfel încât acțiunile: a) să cuprindă întregul domeniu al mass-media, b) să fie în concordanță deplină cu prevederile Acordului de Asociere UE - RM pe segmentul mass-media, c) să nu dubleze obligațiunile instituțiilor responsabile dictate de legislație, d) să fie exacte, fezabile și măsurabile. |
| 9. | 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. |
| 10. | 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. |
| 11. | 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. |
| 12. | Protejarea mass-media 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 obligatoriu de educație pentru 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. | Inițierea și dezvoltarea unei cooperări strânse între radiodifuzorii publici din Republica Moldova, în scopul sporirii beneficiilor pentru public. Organizarea a câte unei 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 căruia 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, comportamentul pe rețele de socializare. Desfășurarea unei campanii naționale de asumare publică a Codului deontologic al jurnalistului de către instituțiile mass-media, în special, din domeniul online. Revizuirea prevederii din Codul Deontologic privind normele de preluare a materialelor de presă, cu eventuala includere a unei prevederi speciale referitoare la preluarea materialelor de către agregatoarele de știri. |

| | |
|----|---|
| 5. | <p>Promovarea jurnalismului de calitate prin:</p> <ul style="list-style-type: none"> - efectuarea monitorizărilor calității produselor jurnalistice și prezentări/dezbateri publice a rezultatelor; - elaborarea de către Consiliul de Presă a ghidurilor și recomandărilor privind reflectarea unor teme/subiecte specifice; - profesionalizarea continuă a jurnaliștilor privind accesul la informație, relația cu autoritățile publice și operarea cu datele guvernamentale deschise; - sesizări și autosesizări ale Consiliului de Presă în cazurile de încălcare gravă a deontologiei profesionale jurnalistice; - sesizarea autorităților statului responsabile de sancționarea derapajelor presei de la normele de reflectare a realității (și a subiectelor specifice) - CCA, MAI, CPDCP etc. - în cazurile de abateri grave de la prevederile legislative; - alte acțiuni de încurajare a jurnalismului de calitate și de descurajare a non-jurnalismului. |
| 6. | <p>Dezvoltarea platformei de dezbateri online pentru profesioniștii din domeniul mass-media www.mediaforum.md, pentru facilitarea dialogului despre principalele probleme ale comunității jurnalistice, precum și a platformei de educație mediatică www.mediacritica.md.</p> |
| 7. | <p>Examinarea posibilității de identificare a unui mecanism de certificare a jurnaliștilor și a reprezentanților instituțiilor mass-media.</p> |
| 8. | <p>Reluarea discuțiilor privind necesitatea creării unui sindicat al jurnaliștilor din Republica Moldova.</p> |
| 9. | <p>Desfășurarea unor campanii de informare și educare a consumului de presă, inclusiv acceptarea publicității ca o metodă a presei de a se autofinanța.</p> |

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 **Foaia 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.