Anexa nr.1

PROGRAMUL
național de dezvoltare a mass-mediei pentru anii 2022 – 2025

INTRODUCERE

Mass-mediei îi revine un rol crucial într-un regim democratic, deoarece fortifică valori sociale esențiale, precum dreptul la informație și libertatea de exprimare, fără de care nu este posibilă exercitarea celorlalte drepturi fundamentale și libertăți constituționale. Mass-media își poate adjudeca acest rol doar în condițiile independenței editoriale, autonomiei instituționale și, concomitent, a responsabilității juridice și etice față de cetățeni și față de societate în ansamblu. Anume către crearea unor asemenea condiții este orientată Concepția națională de dezvoltare a mass-mediei. Sarcina este dificilă, dat fiind faptul că tehnologiile informaționale și de comunicare, devenite mijloc principal al progresului civilizațional, aduc cu sine atât beneficii enorme, cât și pericole majore. Beneficiile vizează dezvoltarea economiei digitale, comunicarea globală, accesul în regim real la masive colosale de cunoștințe și de informație. Pericolele vin dinspre mesajele mediatice toxice, războaiele informaționale sau atacurile cibernetice de anvergură.

Noile tehnologii informaționale atrag mass-media în ample transformări dinamice, profunde și, deseori, dramatice, pe măsură s-o deturneze chiar de la exercitarea misiunii sale sociale tradiționale. Dezvoltarea vertiginoasă a rețelelor de socializare creează impresia eronată că necesitatea și utilitatea socială a mass-mediei dispare. Deși eronată, impresia poate degenera în fenomenul care să delegitimeze rolul de până acum al mass-mediei în producerea și diseminarea informației. Un atare scenariu pare plauzibil, de rând ce mass-media cu greu face față provocărilor apărute, mai ales, în situațiile când se îndepărtează de la misiunea sa firească de a colecta, a verifica la veridicitate, a prelucra și a distribui informația. Când mass-media se limitează doar la distribuirea informației ea își pierde identitatea de institut social necesar și își semnează verdictul dispariției odată cu dispariția motivației existenței sale ca entitate distinctă.

Serviciile mass-media sunt în egală măsură servicii educative, culturale și servicii economice. Prin urmare, un mediu concurențial echitabil are importanță primordială. Pozițiile dominante în mass-media creează grave impedimente în calea pluralismului și libertății informației. Competența și profesionalismul corpului de jurnaliști și al managerilor media joacă un rol decisiv în funcționarea domeniului pe principii democratice și, în consecință, fortifică dreptul la informare, diversitatea culturală, pluralismul de opinii, protecția minorilor și protecția consumatorilor etc., ca valori sociale esențiale. Mass-mediei îi revine o contribuție aparte în depășirea crizelor sociale, de genul celei pandemice, precum și în consolidarea suveranității informaționale naționale, fără de care nu poate fi realizată suveranitatea statală.

Mass-media necesită a fi dezvoltată de o manieră care să-i fortifice capacitățile și să-i valorizeze valențele în beneficiul cetățenilor și societății în întregime.

Prioritățile stabilite în Programul național de dezvoltare a mass-mediei pentru anii 2022 – 2025 (în continuare – Programul) și reflectate în obiectivele generale derivă din:

a) Concepția națională de dezvoltare a mass-mediei din Republica Moldova adoptată prin Legea nr. 67/2018;

b) Disfuncționalitățile semnalate în practică la nivel de sistem și progresul tehnologiilor informaționale în domeniu / transformările dinamice la care este supusă mass-media;

c) Acordul de asociere RM-UE, Titlul IV al Acordului: capitolul 25 (Cooperarea în domeniul culturii, al politicii audiovizuale și al mass media).

Eforturile Republicii Moldova de a securiza spațiul informațional, parte a căruia este și spațiul mediatic, sunt oportune și pe deplin motivate. Utilizarea tehnologiilor informaționale atrage după sine și mutații în deprinderile de consum al informației de către cetățeni. Deși televiziunea în Republica Moldova mai rămâne principala sursă de informare, tendința generală indică asupra întâietății ce i se va da în scurt timp presei on-line, intrată în concurență acerbă cu rețelele de socializare. În prezent, însă, analiza ofertei mediatice a tuturor tipurilor de presă scoate în evidență o cotă semnificativă de produse informaționale de o calitate îndoielnică sau chiar toxice, bună parte dintre ele provenind din străinătate, preponderent din Federația Rusă. Acest fapt sugerează necesitatea asanării spațiului național mediatic, pe de o parte, și cultivarea deprinderilor de consum critic al informației oferite de mass-media, pe de altă parte. La fel, urmează a fi consolidat impactul implementării modificărilor legislației naționale de profil.

Elaborarea și implementarea de politici informaționale, inclusiv mediatice, trebuie să fie orientate către întărirea suveranității informaționale ca interes național, asigurarea securității informației, integrarea adecvată a spațiului informațional național în cel global.

De precizat: în țările informațional bogate, în domeniul informației și al infrastructurii informației este angajată mai mult de jumătate din populația aptă de muncă. Acest fapt demonstrează că țările informațional sărace nu pot deveni țări bogate economic.

Sarcina centrală a politicii informaționale a statului este asigurarea unei comunicări eficiente între autorități și cetățeni prin accesul neîngrădit al populației la informații structurate de interes public. Sarcina este complexă, multiaspectuală și multifuncțională, înglobând componente legislative, administrative și formative.

Politicile informaționale ale statului pot fi realizate prin strategii, programe naționale speciale, planuri de acțiuni etc.

I. ANALIZA SITUAȚIEI

Situația mass-mediei este condiționată, în mare, de trei factori centrali:

- reglementarea juridică;
- gestionarea domeniului;
- profesionalizarea domeniului.

Actualmente în Republica Moldova (RM) funcționează peste 150 de furnizori și distribuitori de servicii media audiovizuale și o multitudine de ziare, reviste și portaluri informaționale. Nu există o statistică oficială care ar fi actualizată sistematic și care ar indica, cel puțin, numărul exact de instituții mediatice funcționale; numărul și tipologia publicațiilor periodice și a celor on-line; numărul și profilul angajaților în domeniu.

1. Reglementarea juridică

Cadrul juridic național ce vizează mass-media s-a dezvoltat și se dezvoltă, în principal, pe două căi: adoptarea de legi noi și completarea/ajustarea legilor existente.

RM a semnat și a ratificat, fără rezerve semnificative, tratate internaționale prin care s-a angajat să respecte standardele universal acceptate în domeniul dreptului la informație și al accesului la informațiile de interes public. Acest angajament este reflectat inclusiv în Planul

Național de Acțiuni în domeniul Drepturilor Omului, dar, inexplicabil, nu se regăsește expres în Strategia națională de dezvoltare „Moldova 2030”.

În RM există un cadru normativ menit să asigure dreptul la informație și accesul la informația de interes public. Dreptul la informație este stipulat expres în peste 40 de acte normative. În cea mai mare parte, cadrul normativ național corespunde standardelor internaționale, dar ținând cont de noile realități și tendințe, inclusiv la nivel internațional, acesta necesită mai multe îmbunătățiri.

Legea nr. 982/2000 privind accesul la informație, modificată în șase rânduri între anii 2003 și 2018, necesită în continuare a fi îmbunătățită, inclusiv pentru a contracara fenomenul dezinformării.

Art. 45-48 din Codul civil al RM nr. 1107 din 06-06-2002, care vizează dreptul la propria imagine, dreptul la viața privată și prezumția de consimțământ, necesită a fi armonizate cu Legea nr. 64/2010 cu privire la libertatea de exprimare, pentru a nu obstrucționa activitatea mass-mediei, în special, în cazul investigațiilor jurnalistice. Utilizarea în raport cu jurnaliștii a sintagmelor de genul „în scopuri oficiale” sau „un act public în interes public” (art. 48 alin. (5) din Codul civil), fără definiții juridice, ar putea genera anumite confuzii sau interpretări arbitrare.

Sunt oportune anumite ajustări și la Legea nr.245/2008 cu privire la secretul de stat pentru a o aduce în concordanță cu *Principiile Globale privind Securitatea Națională și Dreptul la Informație* (Principiile Tshwane), elaborate prin consultări largi cu implicarea a peste 500 de experți din întreaga lume.

La nivelul Uniunii Europene (UE), în aprilie 2016, a fost aprobat un nou cadru de reglementare pentru protecția datelor cu caracter personal și anume Regulamentul (UE) 2016/679 al Parlamentului European și al Consiliului privind protecția persoanelor fizice în ceea ce privește prelucrarea datelor cu caracter personal și libera circulație a acestor date. Aplicat din 25 mai 2018, Regulamentul, între altele, accentuează necesitatea ca statele membre să stabilească un echilibru între normele care reglementează libertatea de exprimare și de informare, inclusiv exprimarea jurnalistică și dreptul la protecția datelor cu caracter personal, iar prelucrarea datelor cu caracter personal exclusiv în scopuri jurnalistice să facă obiectul unor derogări sau al unor excepții de la anumite dispoziții ale Regulamentului.

Pentru asigurarea dreptului la libertatea cuvântului legea cadru o constituie Legea nr.64/2010 cu privire la libertatea de exprimare. Până la adoptarea legii, Curtea Europeană a Drepturilor Omului (CtEDO) a constatat în, cel puțin, 10 hotărâri că dosarele cu privire la defăimare au fost soluționate de către instanțele judecătorești moldovenești cu încălcarea dreptului la libertatea de exprimare, garantat de art.10 al Convenției europene a drepturilor omului (CEDO). După adoptarea respectivei legi, situația s-a ameliorat. Acest lucru îl demonstrează și punctajul acordat presei din RM anual de către International Research & Exchanges Board (IREX) indicatorului în cauză (tabelul alăturat). IREX, în temeiul a cinci criterii, determină Indicele viabilității mass-media din multiple țări ale lumii. De precizat că valoarea de patru puncte indică cea mai bună situație[1].

Tabelul nr.1

[1] https://www.irex.org/sites/default/files/pdf/media-sustainability-index-europe-eurasia-2019-moldova.pdf

Obiective IREX	ani / punctaj									
	2010	2011	2012	2013	2014	2015	2016	2017	2018	2019
Normele juridice protejează și promovează libertatea cuvântului și accesul la informațiile publice	1,69	2,15	2,37	2,62	2,65	2,89	2,61	2,61	2,63	2,52

Cu toate acestea, să precizăm că în Codul contravențional nr. 218 din 24-10-2008, în art. 70, mai continuă să fie reglementată calomnia. La începutul anilor 2000 calomnia, în legislația națională, a fost scoasă din rândul faptelor penale, dar rămâne a fi considerată faptă ce trebuie pedepsită contravențional. La nivel european, acuzarea jurnaliștilor de calomnie este percepută ca manifestarea unei forme de cenzură, menită să reducă la tăcere vocile critice din societate. În cazul în care în legislația națională există definiția juridică pentru noțiunea „defăimare", precum și norme de reglementare, cel mai indicat ar fi ca art. 70 din Codul contravențional să fie eliminat.

Cadrul normativ național, cu referire la domeniul mediatic, reglementează libertatea de exprimare în presa scrisă, în audiovizual și, aproape deloc, în mass-media on-line. Un recensământ al presei din RM[2], efectuat în 2017, a identificat aproape cinci sute de surse mass-media exclusiv on-line, majoritatea fiind portaluri de știri – 181. În pofida acestui fapt, presa on-line nu are nici definiție juridică în legislația națională, deși termenul a fost definit în Recomandarea CM / Rec (2011) 7 cu privire la o nouă noțiune a mass-media și a responsabilității editoriale.

Legea presei nr.243/1994 în cea mai mare parte este căzută în desuetudine și necesită a fi abrogată. O serie dintre prevederile legii deja se regăsesc în alte acte normative în vigoare din domeniul mass-media. Alte prevederi, cum ar fi cele referitoare la acreditarea jurnaliștilor din țară și de peste hotare ar putea fi incluse în Legea privind accesul la informație; cele vizând păstrarea obligatorie a ziarelor de către redacții – în Legea privind Fondul Arhivistic al RM; cele ce instituie obligația indicării datelor de referință ale publicației periodice (extinzând obligația și asupra presei on-line) pot fi transpuse în Legea privind libertatea de exprimare.

La nivel european, pluralismul mediatic este recunoscut drept parte indispensabilă a libertății presei. Acestuia îi sunt consacrate mai multe documente de referință, inclusiv Recomandarea CM/Rec(2018)1 a Comitetului de Miniștri către statele membre cu privire la pluralismul mijloacelor mass-media și diversitatea conținutului mediatic și Rezoluția Parlamentului European din 3 mai 2018 referitoare la pluralismul și libertatea mass-mediei în Uniunea Europeană.

În legislația națională pluralismul mediatic (intern și extern) este reglementat în Codul serviciilor media audiovizuale al Republicii Moldova nr.174/2018 (pluralism audiovizual) precum și în Concepția națională de dezvoltare a mass-mediei din Republica Moldova, adoptată prin Legea nr.67/2018.

Tranziția de la televiziunea analogică la televiziunea digitală terestră, acțiune menită să sporească pluralismul mediatic de care să beneficieze fiecare familie, decurge anevoios și fără o finalitate predictibilă.

Rapoartele financiare anuale depuse de mass-media la instituțiile abilitate ale statului și din care poate fi judecată aspirația mass-media de a investi în pluralismul mediatic, nu sunt făcute publice. Faptul se referă la toate tipurile de media.

[2] http://media-azi.md/sites/default/files/Studiul%20necesitatilor%20mass-media%20din%20Republica%20Moldova_0.pdf

Legislația națională conține prevederi pe măsură să prevină apariția de poziții dominante în formarea opiniei publice. Consiliul Concurenței are noi atribuții cu referire la pluralismul pe piața media și piețele conexe, dar eficiența activității pe acest segment urmează a fi evaluată în timp.

Nu există instrumente suficiente, prevăzute de lege, care ar stimula, încuraja și ar susține pecuniar producerea diversificată de produse mediatice locale de calitate.

Furnizorii publici de servicii media audiovizuale nu au devenit și nu s-au manifestat ca promotori veritabili ai pluralismului mediatic intern.

În RM există garanții legislative exprese privind independența autorității de reglementare a domeniului audiovizualului. Procedurile legislative prevăzute pentru numirea în funcție a membrilor Consiliului Audiovizualului (CA) sunt transparente și democratice. De asemenea, alocarea resurselor bugetare pentru activitatea CA permite evitarea unor eventuale decizii arbitrare în acest sens. În practica reală, însă, modul de desemnare a membrilor CA a stârnit în repetate rânduri critici publice în care era invocată ingerința factorului politic. Situația poate fi remediată prin reguli clare, exacte, măsurabile de selectare și numire a componenței CA.

Legislația audiovizuală oferă suficiente atribuții și suficiente mecanisme autorității de reglementare pentru a-și onora eficient obligațiile, însă aceste oportunități rămân a avea un randament redus.

În RM nu există o autoritate similară funcțională pentru presa scrisă și cea on-line.

În RM există garanții legislative exprese privind independența autorității din domeniul concurenței. Totuși, în activitatea cotidiană, judecând după conținutul rapoartelor anuale, situația concurențială pe piața media sau pe cea a publicității comerciale nu a reprezentat vreodată o preocupare aparte pentru Consiliul Concurenței. Deci, este imposibil de judecat despre prezența sau lipsa practicilor anticoncurențiale, a concurenței loiale sau a pozițiilor dominante în aceste sectoare.

Pe segmentul creației legislative sunt necesare în continuare eforturi conjugate pentru asigurarea funcționării nestingherite a presei în conformitate cu uzanțele internaționale în domeniu. În același timp, este necesar de a eradica practica intervențiilor frecvente cu inițiative legislative incoerente, necorelate și formulate fără o consultare largă, fapt care duce la o instabilitate legislativă.

2. Gestionarea domeniului

Gestionarea mass-media ca domeniu (macro nivel) 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 (micro nivel) urmărește sporirea eficienței și profitului, fapt ce reliefează, mai întâi de toate, motivația economică a instituției mass-media.

Pentru gestionarea domeniului mediatic autohton au fost create mecanisme juridice, organizatorice și economice menite să dezvolte mass-media. Dar, urmare a instabilității politice și a crizei economice suprapusă pe criza pandemică din ultima perioadă, obiectivele trasate pe acest segment fie au fost abandonate, fie – implementate parțial. Situația s-a agravat și din motivul deficitului acut de manageri mediatici calificați, fie la macro nivel, fie la micro nivel.

Drept consecință, ofertele mediatice 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, gestionarea 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 mass-media în capitala țării în raport cu cea din mediul rural;
- condiții inadecvate pentru gestionarea corespunzătoare a furnizorilor publici de servicii media 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 instituțional funcțional care ar asigura o concurență onestă și ar preveni apariția pozițiilor 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 mass-media și, deci, diminuează posibilitățile de informare a cetățenilor;
- lipsa mecanismelor de răspundere instituțională și/sau personală pentru gestionarea domeniului mediatic;
- tergiversări și eșecuri 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 de elaborat și de implementat politici judicioase de intervenție pe segmente problematice ale domeniului;
- impactul redus al mecanismelor de autoreglementare în gestionarea domeniului mediatic;
- lipsa unui organism național funcțional care ar coordona politicile de gestionare a întregului domeniu mediatic.

Mass-media, ca institut social, inter-relaționează cu toate celelalte institute, cu societatea în general, le influențează și este influențată, astfel că starea economiei naționale în general se proiectează pe starea economiei domeniului mediatic în particular.

Cu mici excepții, cadrul normativ economic nu conține prevederi separate pentru businessul mediatic. Implementarea legislației economice de gestionare a mass-media, la macro nivel, a permis transformări benefice, dar insuficiente pentru asigurarea durabilității economice a domeniului.

Odată cu modificările operate în anul 2018 în Legea concurenței, și cu adoptarea Codului serviciilor media audiovizuale, au fost instituite noi reglementări privind concentrarea proprietății în mass-media, prin care se ține seama de caracteristicile specifice ale sectorului. Cadrul normativ național nu prevede, însă, limite specifice concentrării proprietății și/sau de control în presa scrisă și on-line. Nu există vreo autoritate cu atribuții suficiente acordate de legislație responsabilă de contracarare a concentrării proprietății pe acest segment.

Deși cadrul legal național conține suficiente prevederi care să asigure un mediu concurențial adecvat pe piața media și pe cea a publicității comerciale, practica reală demonstrează lipsa unor mecanisme funcționale de implementare a legislației. Este sesizată o lipsă a expertizelor calificate a practicilor anticoncurențiale în domeniu care ar putea servi, implicit, punct de pornire în acțiuni eficiente de prevenire a acestora din urmă. Legislația națională cu privire la publicitate necesită să fie îmbunătățită esențial. Un studiu elaborat de societatea civilă în 2017 constata că amendarea multiplă a legii (pe parcursul anilor 2001 – 2016 a fost amendată în 13 rânduri, operându-se 42 de modificări) nu a condus la îmbunătățirea substanțială a acesteia, și sugera necesitatea unei noi legi.

Tarifele pentru publicitatea comercială sunt stabilite arbitrar, cel puțin, în audiovizual. Deși în RM există măsurător ai audienței furnizorilor de servicii media audiovizuale, prea puține instituții mediatice sunt măsurate, motivul principal fiind imposibilitatea de a achita taxele pentru respectivul serviciu. De exemplu, compania AGB Nielsen Media Research (AGB), care activează pe piața din RM din anul 2003, măsura audiența, în anul 2020, a 23 de posturi de televiziune și a 6 posturi de radio din cei aproape 120 de furnizori de servicii media existenți. Între televiziunile, audiența cărora este măsurată de AGB, nu se regăsește niciuna din rândul celor locale.

Cadrul normativ național conține prevederi suficiente cu referire la independența editorială a mass-media, dar nu interzice expres separarea factorului editorial de cel economico-financiar; nu interzice finanțarea mass-mediei din bani partinici, deși interzice expres partidelor, cultelor religioase și sindicatelor să dețină instituții de mass-media audiovizuale.

Cadrul normativ național nu conține prevederi de susținere pentru mass-media, pe măsură să-i fortifice sustenabilitatea economico-financiară. În 1999, Parlamentul RM a adoptat Concepția susținerii de către stat și promovării mijloacelor de informare în masă în anii 1999-2003, singurul document de politici publice de acest gen, dar care nu a fost implementat. Legislația națională, până în 2018, a conținut o singură prevedere care intră în categoria subvențiilor de stat pentru presa privată autohtonă. Codul fiscal scutea de TVA producția de carte și publicațiile periodice (cu excepția celor cu caracter publicitar și erotic), precum și serviciile de editare a producției de carte și a publicațiilor periodice. De asemenea, pentru a elimina concurența neloială pe piața presei scrise, în 2010 în RM a fost adoptată Legea privind deetatizarea publicațiilor periodice care interzice finanțarea de către autorități a unor publicații periodice tipărite de informare generală, cu excepția unor monitoare oficiale.

Legislația națională reglementează raporturile ce apar la crearea și valorificarea operelor literare, artistice și științifice (drept de autor), a interpretărilor, fonogramelor, video gramelor și emisiunilor organizațiilor de difuziune (drepturi conexe). Legea privind dreptul de autor și drepturile conexe nr. 139 din 02.07.2010, transpune în legislația națională prevederi-cheie ale

câtorva directive europene. Totuși, normele juridice naționale urmează a fi aduse în concordanță cu noua directivă europeană privind drepturile de autor, aprobată la mijloc de aprilie 2019 de către Consiliul UE, menită să ajusteze reglementările în domeniu la era digitală.

În RM se resimt capacitățile instituționale reduse și deficitul de competență în activitatea autorităților de gestionare a domeniului mediatic. Pentru comparație, să urmărim punctajul oferit de IREX celor cinci obiective în temeiul cărora este determinat indicele anual al viabilității mass-media din RM în ultimii cinci ani (tabelul alăturat). Fiecărui obiectiv i se atribuie o valoare numerică de la zero la patru, „patru" însemnând situația cea mai bună.

Tabelul nr.2

Obiective IREX	Ani / punctaj				
	2015	**2016**	**2017**	**2018**	**2019**
Normele juridice protejează și promovează libertatea cuvântului și accesul la informațiile publice	2,89	2,61	2,61	2,63	2,52
Jurnalismul corespunde standardelor profesionale de calitate	2,24	2,31	2,20	2,39	2,26
Există mai multe surse de informare care furnizează cetățenilor știri de încredere și obiective	2,58	2,60	2,62	2,63	2.59
Mass-media sunt întreprinderi bine administrate, permițând independența editorială	**1,75**	**1,85**	**1,87**	**1,86**	**1,77**
Instituțiile de susținere funcționează în interesul profesional al mass-mediei independente	2,42	2,55	2,57	2,40	2,40

De observat, că indicele referitor la administrarea domeniului mediatic nu s-a ridicat nici până la două puncte, accentuând cel mai problematic segment dintre cele cinci evaluate. Potrivit metodologiei IREX, punctajul acumulat cu valori între unul și doi semnifică o lipsă de susținere a mass-media și de către societate, și de către autorități, fapt ce necesită acțiuni hotărâte corespunzătoare.

3. Procesul de profesionalizare

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

Actualmente în RM atestăm un corp eterogen de cunoștințe profesionale format dintr-o gamă largă de precepte teoretice asupra rolului și rostului profesiei și profesioniștilor – de la „jurnalistul în serviciul societății" până la „jurnalistul în serviciul interesului politic sau economic". Corpul de cunoștințe este alimentat de o diversitate de cursuri academice în instituțiile de profil; seminare, conferințe, training-uri, ateliere, „școli de vară" desfășurate de instituții mass-media sau de organizații neguvernamentale cu implicarea experților naționali și internaționali; stagii și vizite de documentare în instituții mass-media din străinătate; întâlniri formale și non-formale între jurnaliști; activitatea unor filiale ale câtorva instituții mass-media internaționale pe teritoriul țării; cursuri în interiorul unor instituții mass-media etc. Corpul de cunoștințe academice întrunește mai multe școli de jurnalism.

Sistemul de formare a profesioniștilor din domeniu este constituit din facultăți/departamente/catedre în instituții de învățământ superior de stat și private; o școală de studii avansate în jurnalism instituită de Centrul pentru Jurnalism Independent (CJI); cursuri de jurnalism cu scop formativ desfășurate spontan sau cu anumită regularitate de câteva organizații neguvernamentale de media etc. Pe lângă o dezinstituționalizare a procesului de formare a jurnaliștilor, s-au diversificat atât instituțiile de formare, cât și conținutul și durata cursurilor de instruire.

Totuși, în condițiile dezvoltării vertiginoase a tehnologiilor informaționale, piața muncii solicită noi profesii și specialități care, deocamdată, sunt lipsă în nomenclatorul oficial din instituțiile de învățământ. În același rând, o ancheta efectuată în anul 2019 în rândul a 55 de manageri media din țară releva faptul că bună parte din instituții se confruntă cu o lipsă acută de specialiști, precum reporteri, cameramani, editori imagine/video, producători și agenți de publicitate. Atestăm o situație inexplicabilă, de rând ce facultățile de profil pregătesc suficienți specialiști în domeniile enumerate. Problema rezidă în discordanța dintre cererile pieței media și ofertele instituțiilor formative. Problema solicită remediere operativă, deși sistemul de învățământ, caracterizat de un înalt grad de conservatism, puțin probabil să se poată adapta rapid la solicitările pieței.

Este de așteptat că piața mediatică va continua să sporească cerințele față de competența candidaților la funcțiile vacante și, prin urmare, și față de instituțiile de formare a cadrelor de profesioniști. De menționat că primul și ultimul studiu, intitulat „Profilul jurnalistului: caracteristici socio-demografice, profesionale și condițiile de muncă", a fost efectuat cu 15 ani în urmă. În lipsa unor atare cercetări sistematice este dificilă sau imposibilă elaborarea în cunoștință de cauză a unor programe de instruire a viitorilor profesioniști în instituțiile formative.

Sistemul instituțiilor de formare profesională a cunoscut, în timp, o metamorfoză esențială, dar n-a reușit să asigure o schimbare calitativă distinctă a domeniului profesional. Se resimte necesitatea acută a centrelor de instruire continuă atât a cadrelor didactice de profil, cât și a cadrelor de jurnaliști. În cadrul anchetei la care ne-am referit mai sus, la întrebarea, dacă este necesar un centru de instruire continuă a cadrelor din mass-media, nici un manager nu a răspuns „nu".

La Universitatea de Stat din Moldova (USM) funcționează Departamentul Formare Continuă și este de așteptat că vor exista preocupări în cadrul instituției pentru organizarea cu regularitate a cursurilor de formare sau de recalificare profesională continuă pentru cadrele didactice/manageriale din învățământul de profil și, cu o anumită periodicitate, a unor module tematice de formare sau de recalificare profesională continuă pentru cadrele din mass-media. Și Academia de Muzică Teatru și Arte Plastice, în cadrul căreia funcționează Departamentul Multimedia ce și-a propus chiar de la începuturi să grupeze toate profesiile ce țin de domeniul Cinematografiei, Televiziunii, Radiodifuziunii, Fotografiei și Web Design-ului, oferă, consultând meniul site-ului, „Cursuri de formare continuă" și „Cursuri de recalificare".

În anul 2017, în cadrul furnizorului public național de servicii media Compania Teleradio-Moldova (TRM), a fost constituit Centrul de Instruire Continuă (CIC) cu scopul perfecționării profesionale a categoriilor de angajați ai instituției. În 2018 în cadrul CIC au fost instruiți peste 150 de angajați (din cei peste 700). În următorii ani CIC și-a lărgit activitatea și, în perspectivă, ar putea oferi cursuri de instruire mai des și pentru profesioniști din afara instituției.

Instituțiile de formare trebuie să facă față la, cel puțin, două mari provocări: a) să asigure cadre de profesioniști pentru domeniul în interiorul căruia, în ultimele trei decenii, a apărut o multitudine de noi specialități și specializări, și b) să reacționeze operativ și adecvat la evoluția tehnologiilor informaționale.

Codurile de conduită profesională și, mai ales, respectarea acestora, este un indiciu al maturității profesiei. Apariția codurilor deontologice a semnificat recunoașterea unor valori supreme pentru jurnaliști, precum libertatea cuvântului și dreptul cetățeanului la informație veridică.

În RM, primul Cod de conduită profesională a fost aprobat în 1999 și ratificat de către 12 organizații de jurnaliști. În anul 2011 documentul a fost îmbunătățit și adoptat într-o nouă redacție. Până în 2018 Codul a fost semnat de 117 instituții mass-media, asociații mass-media și instituții de învățământ de profil. În 2019, Codul a fost completat cu prevederi care să-l ajusteze la noile realități din domeniul mediatic, generate de tehnologiile informaționale, dar și de amplificarea fenomenelor negative, precum dezinformarea, fake news, propaganda etc.

Dezvoltarea audiovizualului în RM a stimulat elaborarea normelor profesionale pentru furnizorii de servicii media audiovizuale, în general, și pentru furnizorii publici de servicii media, în particular. În anul 2007 a fost elaborat Codul de conduită al radiodifuzorului. Furnizorul public național de servicii media și-a elaborat două documente de autoreglementare de uz intern: Codul de principii, standarde și recomandări al producătorului Companiei Publice "Teleradio-Moldova" și Standardele profesionale și principiile eticii jurnalistice în emisiunile IPNA Compania "Teleradio-Moldova". În anul 2016, la TRM a fost constituit și Serviciul ombudsmanului.

În RM funcționează Consiliul de Presă, fondat în anul 2009 de organizații neguvernamentale din domeniile mass-media, drepturile omului și politici publice, membru al Alianței Europene a Consiliilor Independente de Presă din care fac parte structuri de auto reglementare jurnalistică din peste 30 de țări. Consiliul urmărește mai multe obiective, inclusiv: sporirea responsabilității presei față de cititori prin promovarea respectării standardelor profesionale și a deontologiei jurnalistice; soluționarea litigiilor dintre cititori și publicații; promovarea jurnalismului de calitate și sporirea credibilității mass-media. Din 2015, sub egida Consiliului de Presă, se desfășoară anual Forumul Mass-Media din Republica Moldova, în cadrul căruia sunt dezbătute problemele de care se ciocnește comunitatea jurnalistică, sunt identificate și consultate cu jurnaliștii și editorii potențiale soluții pentru aceste probleme, au loc activități de profesionalizare a colaboratorilor instituțiilor mass-media.

Autoreglementarea, ca element extrem de important al procesului de profesionalizare al domeniului mediatic, necesită completări și, mai ales, funcționalitate și eficiență.

Asociațiile profesioniștilor din domeniul mediatic au apărut ca rezultat al creșterii numerice a instituțiilor mass-media, al procesului de deetatizare a mass-media, a diversificării tipurilor și formelor de proprietate în mass-media, al diversificării politicilor editoriale adoptate de instituțiile mass-media etc.

În RM există un cadru juridic suficient care reglementează relațiile sociale legate de realizarea dreptului de asociere al cetățenilor și care stabilește principiile de constituire, înregistrare, desfășurare și încetare a activității asociațiilor obștești.

Primele ONG-uri în domeniul mass-mediei (exceptând Uniunea Jurnaliștilor, înființată în 1957 și reorganizată în 1992), au apărut în 1994 – CJI și Comitetul pentru Libertatea Presei – cu o relativă întârziere față de apariția, pe teren autohton, a primelor ONG-uri, în general. O eventuală tipologie a ONG-urilor de profil indică diversitatea acestora: organizații la nivel național, regional, local și ramural; organizații instituționalizate și organizații neinstituționalizate; organizații specializate (în instruire, asistență juridică, monitorizare, acces la informație, legislație, deontologie, libertate de expresie, drepturi ale jurnaliștilor etc.).

Dezvoltarea sectorului asociativ în domeniul mass-media are loc cu sprijin logistic și financiar preponderent din exterior, iar în primii, cel puțin, 20 de ani – exclusiv din exterior.

Este atestat un interes real redus sau lipsă de interes al autorităților în fortificarea sectorului asociativ, în general, și al celui mediatic, în particular, chiar dacă au fost și sunt

atestate forme de cooperare relevante între sectorul asociativ și autorități (cazul grupului mixt de experți creat pentru elaborarea propunerilor de modificare a Legii cu privire la publicitate; cazul grupului mixt de experți care au elaborat proiectul Codului de conduită al radiodifuzorilor; cazul grupului mixt de experți care au elaborat proiectul primei Strategii de acoperire a teritoriului național cu programe audiovizuale; cazul Grupului de lucru pentru îmbunătățirea legislației mass-media, creat în 2017 din inițiativa președintelui Parlamentului RM etc.). Principalul motiv de cooperare insuficientă a ONG-urilor de media cu autoritățile este reticența, în dese cazuri, a puterii la inițiativele sectorului asociativ.

Contribuția ONG-urilor de profil la procesul de profesionalizare a jurnalismului este una semnificativă. Practic, până în prezent pe segmentul instruirii profesioniștilor ONG-urile sunt recunoscute ca cele mai indicate. De exemplu, la întrebarea „Cine ar putea organiza cursurile de instruire?", adresată în cadrul studiului necesităților mass-media din RM, efectuat în anul 2017, 63 la sută dintre respondenți au indicat ONG-urile de media, și niciunul – instituțiile formative. ONG-urile contribuie la dezvoltarea în Moldova a jurnalismului economic, social, agrar, ecologic, cultural, sportiv; a jurnalismului on-line; a jurnalismului de investigație; a activităților de identificare și contracarare a falsurilor mediatice; a activităților de instruire mediatică etc. Oricum, este sesizată o discrepanță între așteptările profesioniștilor și capacitatea organizațiilor profesionale de a răspunde la ele. Din anul 1995, de când este cercetată periodic opinia jurnaliștilor vizând problemele din domeniu și până în prezent, pe primul loc în lista așteptărilor lor de la organizațiile profesionale rămâne facilitarea sustenabilității economice și, implicit, a independenței editoriale. Or, asemenea activități ale ONG-urilor de media nu pot fi suficiente, în mod obiectiv, fără politici publice adecvate, pe măsură să răspundă așteptărilor domeniului mediatic.

Gradul de asociere rămâne, deocamdată, redus, de rând ce nu există nicio organizație patronală funcțională sau vreun sindicat la nivel național ce ar negocia, bunăoară, salariul minim anual pe economie al jurnaliștilor. Faptul se răsfrânge și asupra solidarității breslei afectate, în principal, de trei factori: „geografic" (centrul, provincia, UTA Gagauz-Yeri, zona transnistreană etc), „ideologic" (în dependență de valorile profesionale împărtășite) și „lingvistic" (mass-media de limbă română, de limbă rusă, de limbă găgăuză etc.).

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

Procesul de profesionalizare a domeniului mediatic a prefigurat elementele esențiale constituante, dar fiecare dintre acestea necesită dezvoltare pentru a conferi profesiei rezistență în fața factorilor coercitivi, capacitate în a-și exercita funcția socială în mod independent și responsabil, credibilitate și, în definitiv, facultatea de a-și revendica și a obține legitimitatea societății.

Cadrul juridic, managementul mediatic și procesul profesionalizării, ca factori ce determină condiția mass-media, necesită îmbunătățire pentru a crea un mediu favorabil exercitării rolului ce-i revine domeniului într-un regim democratic.

Educația media poate și trebuie să devină instrument de promovare a unei mass-media pluraliste și incluzive.

Necesită fortificare politicile de integrare a educației media în curriculumul școlar obligatoriu și adaptarea programelor de formare a cadrelor didactice pentru competențe media și digitale. Educația media, de altfel, a fost inclusă încă din 2003 în lista de interese ale Ministerului de resort, prin „Concepția formării personalului din învățământul preuniversitar".

Deocamdată, societatea civilă a dezvoltat și dezvoltă inițiative de educație media în rândul mai multor categorii de beneficiari.

Este sesizată o lipsă de interes din partea cadrelor științifice autohtone de a cerceta complexitatea tematicii cu referire la pluralismul mass-media și un interes limitat al instituțiilor formative de a disemina cunoștințe despre semnificația și importanța pluralismului mediatic în rândul viitorilor profesioniști ai domeniului.

Analiza situației existente în domeniul mediatic atestă o multitudine de probleme pe dimensiunea legislativă, pe dimensiunea gestionării mass-mediei și pe dimensiunea profesionalizării domeniului.

Probleme existente pe dimensiunea legislativă

1. Un cadru juridic de reglementare insuficient pentru sistemul mediatic.

Lipsa unui cadru normativ comprehensiv, previzibil și clar, plasează tipurile de instituții mass-media (print, audiovizual, on-line) în condiții inegale și inechitabile de activitate.

Între cauzele care au generat problema respectivă se numără:

- Lipsa, până în anul 2018, a unei viziuni de ansamblu, la nivel statal, de dezvoltare a mass-mediei;
- Lipsa unei entități la nivel de Guvern responsabilă de elaborarea și promovarea politicilor mediatice;
- Discrepanțe mari între legislația media națională și regională (din UTA Gagauz-Yeri);
- Instabilitatea politico-socială din țară, schimbarea frecventă a guvernării, lipsa unei continuități clare și coerente în agendele guvernărilor, chiar în pofida unor strategii, programe și planuri de acțiuni pe termen lung;
- Cooperarea instabilă și incoerentă între legislativ și mediul jurnalistic, inclusiv asociațiile de profil;
- Preocupările pentru domeniul mediatic, inclus o singură dată pe lista de priorități ale legislativului, nu au avut finalitatea scontată, iar după alegerile parlamentare noi au fost abandonate;
- Prevalarea de multe ori în forul legislativ a intereselor de partid față de interesele generale când vine vorba de adoptarea reglementărilor pe măsură să dezvolte mass-media pe principii democratice, consacrate în documente internaționale la care RM este parte;
- Percepția eronată a rolului și rostului mass-mediei într-o societate democratică.

2. Modificarea frecventă a legislației, fără expertiză și fără dezbateri

Modificarea și completarea legislației, în dese rânduri, cu prevederi neconforme standardelor europene și bunelor practici internaționale, fără o dezbatere publică largă și fără expertiză internă și/sau externă.

Cauze principale:

- Graba, cu care sunt elaborate și adoptate unele proiecte de legi;
- Urmărirea, mai degrabă, a unor interese politice, decât îmbunătățirea reală a legislației;
- Lipsa, contrar legislației, a dezbaterilor largi cu implicarea tuturor părților interesate în îmbunătățirea legislației media;

- Lipsa de expertiză suficientă sau reticența legiuitorului pentru recomandările formulate de autorii expertizelor;
- Deficiențe și capacități reduse a potențialului de creație legislativă în materie de reglementări media.

3. Grave deficiențe în implementarea legislației.

Ambiguitatea unor prevederi ale cadrului juridic în vigoare și calitatea proastă a unor reglementări, în absența unei monitorizări sistematice, compromit mecanismele care ar putea garanta implementarea corespunzătoare a legislației.

Cauze principale:

- Lipsa controlului parlamentar sistematic asupra modului în care legislația este realizată în practică;
- Lipsa la nivel de Guvern a monitorizării permanente a implementării legislației media;
- Lipsa consacrării juridice în legislația națională a unor noțiuni importante sau prezența unor definiții juridice inexacte, pe măsură să stingherească sau să pună în dificultate responsabilii de implementarea legislației media și a legislației conexe;
- Existența în textele de legi a unor termeni ce definesc aceeași noțiune, noțiuni definite juridic diferit, prevederi ambigui, interpretabile sau contradictorii, fapt ce împiedică înțelegerea univocă a respectivelor legi;
- Deficiențe majore în modul de desemnare a autorităților de reglementare a domeniului audiovizualului și de supraveghere a furnizorilor publici de servicii media audiovizuale care, în consecință, compromit mecanismele legale de garantare a independenței decizionale a respectivelor autorități și le lasă în zona de influență, mai ales, a factorului politic;
- Capacități instituționale reduse de elaborare și punere în practică a legislației secundare, precum și lipsa unui mecanism prin care proiectele de acte normative juridice să fie expertizate și, în cazul în care contravin legislației naționale sau standardelor comunitare, să fie rectificate până la adoptare sau stopate;
- Deficiențe în cooperarea și în comunicarea între instituțiile responsabile de implementarea corespunzătoare a legislației.

Probleme existente pe dimensiunea gestionării mass-mediei

1. Gestionarea defectuoasă a domeniului mediatic.

Deficiențele în gestionarea instituțiilor mass-media din RM, în coroborare cu lipsa de interes din partea autorităților statului față de managementul acestora și cu înțelegerea eronată a funcționării mass-mediei ca agent economic specific, afectează pluralismul mediatic și dezvoltarea democratică a domeniului.

Cauze principale:

- Lipsa de preocupare sistematică a autorităților statale față de managementul domeniului mediatic;
- Înțelegere eronată a funcționării mass-mediei ca agent economic specific;
- Lipsa de instituții formative care ar pregăti manageri media;
- Pregătire insuficientă a specialiștilor sau lipsa pregătirii unor categorii de specialiști solicitați pe piața domeniului mediatic;
- Deficit de management pe segmentul presei scrise și a celei on-line;

- Implicarea factorului politic în gestionarea domeniului audiovizualului prin desemnarea componenței autorității de reglementare a domeniului și a autorităților de supraveghere a furnizorilor publici de servicii media audiovizuale, și prin subminarea independenței decizionale a acestora;
- Fragilitatea economiei de piață;
- Orientarea eronată a unei părți importante de manageri media spre atingerea efectului ideologic și nu al celui economic;
- Lipsa evaluărilor periodice a necesităților domeniului și, implicit lipsa acțiunilor orientate spre satisfacerea necesităților;
- Lipsa politicilor de susținere a mass-mediei;
- Condiții de concurență inechitabilă pentru diverse categorii de instituții mass-media;
- Piață subdezvoltată de publicitate comercială și concentrarea excesivă a acesteia în capitală;
- Cunoștințe teoretice și practice reduse ale managerilor media pentru gestionarea economico-financiară a instituțiilor;
- Implicarea excesivă a proprietarilor în politica editorială a instituțiilor mass-media pe care le dețin;
- Lipsa datelor oficiale statistice periodice cu referire la starea reală a domeniului mediatic;
- Cercetarea insuficientă a domeniului mediatic în pofida corpului numeros de savanți titulari.

2. Repartizarea geografică neuniformă a instituțiilor mass-media

Repartizarea neuniformă a instituțiilor mass-media din RM sub aspect geografic: există un exces clar de instituții în centru, în Capitală, și un deficit clar sau lipsa de instituții mass-media la nivel local/regional.

Cauze principale:

- Lipsa de politici media care să evite dispariția presei scrise locale/regionale și să încurajeze apariția și funcționarea acesteia;
- Gestionarea defectuoasă a frecvențelor terestre, fapt ce nu a putut genera lansarea, cel puțin a câte un post de radio/tv în fiecare raion;
- Atitudinea formală a autorității de reglementare în organizarea concursurilor pentru frecvențe;
- Ingerințe ale unor factori de natură politică sau economico-financiară în obținerea licențelor de emisie, contrare prevederilor legale.

3. Sustenabilitate economică redusă a majorității instituțiilor mass-media

Majoritatea instituțiilor mass-media din RM, în special, cele locale/regionale și cele neafiliate politic, se confruntă cu o situație de precaritate făcând imposibil accesul la finanțări care le-ar permite să funcționeze normal și să se dezvolte.

Cauze principale:

- Piață subdezvoltată de publicitate comercială în general și aproape inexistența acesteia în mediul rural, în particular;
- Capacități manageriale reduse în contractarea publicității comerciale și în atragerea de fonduri necesare activității instituțiilor mass-media;
- Lipsa de preocupare a autorităților față de situația economică a instituțiilor mass-media;

- Lipsa aproape cu desăvârșire a măsurărilor audienței instituțiilor mass-media locale/regionale, fără de care este extrem de dificilă atragerea surselor pecuniare necesare;
- Gestionarea defectuoasă a spațiilor de producere din complexul Casa Presei și cele ale furnizorului public național de servicii media;
- Tarifele ridicate la închirierea spațiilor de către instituțiile mass-media în complexul Casa Presei și lipsa de investiții în modernizarea complexului;
- Tarife ridicate pentru distribuția presei scrise;
- Tarife ridicate pentru un slot în multiplexul digital național A;
- Imprevizibilitatea destinului multiplexurilor digitale regionale, rămase în afara atenției și preocupării statului.

4. Lipsa unui pluralism mediatic (extern și intern) real

În RM nu există pluralism mediatic real, atât la nivel de instituții mass-media și de sistem (pluralism extern), cât și la nivel de conținuturi și de diversitate de produse în cadrul unei anumite instituții mass-media (pluralism intern).

Cauze principale:

- Capacități reduse și foarte reduse de producere a majorității instituțiilor mass-media;
- Deficit de personal calificat și de surse financiare;
- Invazia spațiului informațional național cu produse străine, bună parte dintre care de calitate îndoielnică și chiar nocive;
- Utilizarea irațională a frecvențelor terestre ca bun public, dacă prin intermediul lor sunt retransmise masiv programe audiovizuale străine;
- Incapacitatea autorității de reglementare în domeniul audiovizualului de a pune în practică mecanismele legale de încurajare a dezvoltării pluralismului mediatic;
- Lipsa de politici media care să atragă investiții străine în dezvoltarea domeniului, să încurajeze coproducțiile, să stimuleze producătorii independenți etc.;
- Deficit de cunoștințe teoretice și de deprinderi practice în materie de pluralism mediatic și la nivel de gestionare a domeniului, și la nivel de gestionare a instituției mass-media.

Probleme existente pe dimensiunea profesionalizării domeniului

1. Corp de cunoștințe academice eterogene.

În RM, profesioniștii din domeniu sunt/au fost formați în câteva etape istorice distincte care împărtășesc valori profesionale, principii și convingeri diferite.

Cauze principale:

- Acumularea corpului de cunoștințe nu a avansat în măsura în care să fie determinant pentru pregătirea formativă a specialiștilor domeniului;
- Teritoriul profesional este „ocupat” de câteva generații de profesioniști formați în etape istorice diferite, cu valori și crezuri jurnalistice diferite;
- Noul corp de cunoștințe profesionale întâmpină probleme mari în diseminarea lui în mediul profesioniștilor, de rând ce nu a condus la o diminuare drastică a celor ce împărtășesc valori profesionale de sorginte veche;
- Teritoriul profesional al jurnalismului este unul deschis, nesecurizat, fapt ce facilitează pătrunderea în profesie a persoanelor fără cunoștințe speciale în jurnalism, iar profesia (breasla) prea ușor îi recunoaște drept membri ai săi;

- Instituțiile formative nu au reușit să se impună prin promovarea unui corp de cunoștințe profesionale modern care, ulterior, să asaneze situația conținuturilor oferite publicului de mass-media ca domeniu profesional;
- Instituțiile mass-media, în bună parte, acceptă jurnalismul bazat pe cunoștințe academice depășite ale propriilor angajați.

2. Instituții formative conservatoare

Instituțiile formative din RM, care demonstrează capacități academice insuficiente de a se ralia la schimbările vertiginoase din domeniu, de regulă, nu reușesc să răspundă necesităților dinamice ale pieței mediatice.

Cauze principale:

- O discrepanță cronică între programele de pregătire a profesioniștilor domeniului și necesitățile reale ale acestuia;
- Un corp academic în instituțiile formative care nu reușește „din mers" să se ralieze la schimbările vertiginoase reale din domeniu;
- Proceduri insuficient de riguroase în modul de desemnare a diriguitorilor instituțiilor formative, fapt ce determină și componența corpului academic formativ al viitorilor profesioniști pentru domeniu;
- Eficiența redusă a centrelor de instruire continuă a angajaților în instituțiile formative;
- În pofida multitudinii de savanți în domeniu, lipsa cercetărilor necesare pentru ajustarea programelor formative la necesitățile reale ale domeniului;
- Practici de acreditare periodică a instituțiilor formative care dau efect scontat parțial.

3. Codurile de conduită profesională funcționează cu eficiență redusă.

Multe dintre instituțiile mass-media și reprezentanții breslei jurnalistice ignoră sau diminuează importanța respectării codurilor de conduită profesională.

Cauze principale:

- Lipsa solidarității breslei;
- Importante și numeroase instituții mass-media care, din motivul afilierii politice, nu pot fi considerate libere și, prin urmare, sunt nevoite să respecte indicațiile patronilor în detrimentul deontologiei profesionale;
- Divizarea breslei pe principii artificiale, dar care funcționează, cum ar fi: principiul limbii, principiul geografic, principiul afilierii politice etc., fapt ce determină situația în care nu pot recunoaște atribuțiile Consiliului de Presă;
- Recidivul istoric, de odinioară, agreat de parte a jurnaliștilor, că presa trebuie să fie „curea de transmisie" a mesajelor „corecte de sus" către cetățenii „de jos";
- Reticența mai multor structuri de stat față de sesizările Consiliului de Presă;
- Lipsa tradiției, în care cetățeanul, când nu este mulțumit de conținutul mediatic ce i se oferă, să bată în toate clopotele.

4. Asociațiile profesioniștilor din domeniul mediatic au o activitate cu randament redus.

Asociațiile profesioniștilor din domeniul mediatic sunt insuficiente, iar din rândul celor existente nu toate sunt funcționale.

Cauze principale:

- Atitudinea dezinteresată dar, mai ales, ostilă a autorităților față de activitatea asociațiilor profesioniștilor din domeniu;
- Lipsa sprijinului din interior a asociațiilor profesioniștilor din domeniu, pe de o parte, și sprijinul limitat din exterior, pe de altă parte;
- Reticența patronilor față de activitățile asociațiilor de profesionaliști, soldată cu lipsa participării profesioniștilor din aceste instituții la respectivele activități care, de regulă, sunt orientate spre îmbunătățirea conținuturilor mediatice;
- O comunicare insuficientă atât cu întregul mediu jurnalistic, cât și cu populația, fapt ce reduce șansele de susținere a activităților realizate de asociațiile profesionale.

II. OBIECTIVELE GENERALE ȘI SPECIFICE ȘI MĂSURILE NECESARE PENTRU REALIZAREA ACESTORA

Prezentul program este orientat pe trei direcții principale, iar pentru fiecare dintre acestea sunt stabilite obiective generale și obiective specifice care urmează a fi atinse în perioada de implementare.

Urmărind scopul elaborării și implementării de politici publice coerente în domeniul mass-media menite să fortifice rolul sistemului mediatic în asigurarea dreptului constituțional la informație al cetățenilor și în consolidarea unei societăți democratice, Programul își propune atingerea următoarelor obiective generale:

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 expusă în noile condiții și realități.

Obiective specifice pentru realizarea obiectivului general 1:

1.1. Elaborarea și adoptarea de noi acte normative juridice care să completeze legislația existentă.

1.2. Completarea, ajustarea și modificarea legislației existente de o manieră care să răspundă realităților și necesităților domeniului.

1.3. Asigurarea unui control parlamentar sistematic asupra implementării corespunzătoare a legislației în domeniu.

1.4. Sporirea capacităților profesionale și instituționale a factorilor responsabili de implementarea eficientă a legislației în domeniu.

1.5. Monitorizarea sistematică a modului de implementare a legislației în vigoare și, la necesitate, intervenții corespunzătoare pe segmentele problematice.

Măsuri de realizare:

1) Constituirea și asigurarea funcționalității unui grup de lucru pentru completarea/îmbunătățirea legislației în vigoare sub egida Parlamentului sau a Guvernului, care să activeze conform unor angajamente concrete și clare etapizate în timp.
2) Organizarea și desfășurarea unor dezbateri largi ale fiecărui proiect de lege elaborat înainte de a fi înregistrat ca inițiativă legislativă și, după caz, înainte de a fi adoptat în lectură finală.
3) Angajamentul ferm al Guvernului și/sau Parlamentului de a promova adoptarea proiectelor de legi elaborate.
4) Organizarea în comisii parlamentare permanente de specialitate de audieri publice largi și transparente a factorilor responsabili de implementarea legislației în domeniu, cel puțin, o dată pe an.
5) Utilizarea mecanismelor eficiente prin care să fie desemnate cele mai competente cadre în organele responsabile de implementarea legislației în domeniu.
6) Activitate transparentă și rapoarte periodice publice ale factorilor responsabili de implementarea legislației în vigoare.
7) Asigurarea de către factorii responsabili a unei monitorizări sistematice a modului în care este implementată legislația în domeniu și intervenții corespunzătoare în funcție de rezultatele monitorizării.
8) Monitorizarea sistematică de către entitatea responsabilă de implementarea Programului și de către societatea civilă a activității factorilor responsabili de implementarea legislației, cu acțiuni concrete în funcție de rezultatele monitorizării.

Obiective specifice pentru realizarea obiectivului general 2:

2.1. Completarea, ajustarea, modificarea cadrului juridico-economic național în măsură să asigure o activitate economică eficientă a instituțiilor mass-media.

2.2. Ajustarea legislației fiscale de o manieră care să stimuleze dezvoltarea economico-financiară a mass-mediei.

2.3. Ajustarea legislației cu privire la ajutorul de stat în scopul fortificării sustenabilității economico-financiare a mass-media, în special, a celei locale.

2.4. Asigurarea implementării corespunzătoare a legislației în vigoare care să prevină apariția pozițiilor dominante în formarea opiniei publice și să încurajeze concurența loială în domeniul mediatic și cel al publicității comerciale.

2.5. Asigurarea unui control parlamentar și a unei monitorizări sistematice a modului în care este pusă în practică legislația în domeniu.

Măsuri de realizare:

1) Constituirea și asigurarea funcționalității unui grup de lucru pentru completarea, ajustarea, modificarea cadrului juridico-economic național vizând, cel puțin, aspectele: regimul juridic de proprietate; transparența surselor de finanțare și a activității economice; prevenirea/contracararea pozițiilor dominante în formarea opiniei publice; mediul concurențial pe piața media și pe piața de publicitate; drepturile de autor și drepturile conexe; facilități fiscale și ajutoare de stat indirecte; facilitarea formării cadrelor de manageri media; generarea și actualizarea datelor statistice despre starea complexă și reală a domeniului; încurajarea cercetărilor complexe ale problematicii domeniului media.
2) Elaborarea și aprobarea cadrului normativ în vederea implementării legii privind atragerea investițiilor străine în domeniul producției de film și alte opere audiovizuale.

3) Elaborarea și adoptarea legislației economice primare și secundare după dezbateri publice suficiente.
4) Organizarea în comisii parlamentare permanente de specialitate de audieri periodice publice și transparente a factorilor responsabili de punerea în practică a prevederilor legislației economice vizând mass-media.
5) Asigurarea eficienței și transparenței activității factorilor responsabili de implementare a legislației economice în domeniu prin prezentarea sistematică publică de rapoarte.
6) Fortificarea cooperării instituționale a organelor responsabile de domeniul concurenței și de gestionarea domeniului mediatic.
7) Monitorizarea sistematică de către entitatea responsabilă de implementarea Programului și de către societatea civilă a activităților menite să pună în practică prevederile legislației economice cu referire la mass-media.

Obiective specifice pentru realizarea obiectivului general 3:

3.1. Asigurarea unei concordanțe maxime între cererea și oferta de competențe pe piața media.
3.2. Asigurarea instruirii continue atât a angajaților din domeniul media, cât și a cadrelor academice din instituțiile formative de profil.
3.3. Dezvoltarea competențelor în materie de educație mediatică.
3.4. Cercetarea complexă și aprofundată a domeniului mediatic.
3.5. Fortificarea autoreglementării în domeniul mediatic.

Măsuri de realizare:

1) Ajustarea programelor de instruire în instituțiile formative care să aducă în concordanță cererea și oferta de competențe pe piața media.
2) Asigurarea pregătirii managerilor mediatici pentru toate tipurile de presă în cadrul facultăților de profil.
3) Crearea și funcționarea centrelor de instruire continuă pentru toate categoriile de angajați în sistemul mass-media și pentru cadrele didactice din facultățile de profil.
4) Introducerea unui curs de educație mediatică în învățământul preuniversitar și universitar.
5) Pregătirea cadrelor didactice și a curriculei necesare pentru cursul de educație mediatică.
6) Planificarea și realizarea de cercetări științifice cu aplicabilitate practică în domeniul mediatic.
7) Actualizarea normelor deontologice care să fie asumate de întregul domeniu, inclusiv de presa on-line.
8) Fortificarea activității Consiliului de Presă și a serviciului ombudsmanului.
9) Încurajarea jurnalismului de calitate și contracararea fenomenelor negative atestate în conținuturile mediatice.

III. ESTIMAREA IMPACTULUI AFERENT IMPLEMENTĂRII PROGRAMULUI

Implementarea integrală a Programului se va materializa prin următoarele rezultate directe:

- Un cadru juridic suficient de reglementare a activității tuturor tipurilor de presă – scrisă, audiovizuală și on-line, implementat eficient.

- Un cadru juridico-economic suficient și stimulator pentru sustenabilitatea financiară a domeniului mediatic.
- O entitate funcțională și eficientă responsabilă de realizarea politicilor publice în domeniul mediatic.
- Funcționarea domeniului într-un mediu concurențial loial, onest, echitabil atât pe piața mass-media cât și pe cea a publicității comerciale.
- Funcționarea eficientă a autorităților de reglementare în domeniul audiovizualului și în domeniul concurenței.
- Cadre manageriale competente care asigură o gestionare adecvată a instituțiilor mass-media.
- Furnizorii publici de servicii media audiovizuale devin instituții de referință pentru celelalte organizații de media.
- Un grad înalt de independență economică și editorială a instituțiilor mass-media de toate tipurile.
- Transparență și previzibilitate în activitatea mass-media, inclusiv în activitatea economico-financiară.
- Transparența și predictibilitatea autorităților responsabile de dezvoltarea mass-media.
- O acoperire relativ uniformă a regiunilor țării cu instituții mass-media funcționale.
- Securizare sesizabilă a spațiului mediatic național.
- Un pluralism mediatic intern și extern real.
- Un proces avansat de profesionalizare a domeniului, inclusiv prin eficiența sistemului de autoreglementare al mass-media.
- Cadre competente de profesioniști pregătiți pentru toate categoriile de specialiști solicitați de piața mediatică.
- Centre de instruire continuă funcționale pentru angajații domeniului și pentru corpul academic din instituțiile formative de profil.
- Un sistem pus la punct de educație mediatică în învățământul preuniversitar și universitar.
- Cercetări, analize, expertize care pun diagnostic exact stării domeniului mediatic.
- Suficiență de date statistice pe măsură să faciliteze gestionarea în cunoștință de cauză a mass-media.
- Condiții optime care asigură dezvoltarea durabilă a mass-mediei pe principii democratice.
- Sporirea rezistenței domeniului mediatic la provocările majore generate de o multitudine de factori, inclusiv avansarea tehnologiilor informaționale, dezvoltarea intelectului artificial, infodemia, crize naționale, regionale sau globale etc.
- Un mediu informațional sănătos pentru fiecare cetățean și pentru întreaga societate.

Totodată, rezultatele implementării Programului pot genera beneficii indirecte, inclusiv:

- Cultură profesională și antreprenorială avansată în domeniul mediatic și transferul acesteia în domenii conexe, precum cel al publicității comerciale; cel al producției audiovizuale și cinematografice; cel al măsurării audienței; cel al comunicării, în special cu deținătorii informației de interes public etc. Transferul este posibil, dat fiind că mass-media ca institut social interacționează cu celelalte institute sociale din stat.
- Prestigiu pe plan intern și pe plan extern odată cu avansarea în ratingul libertății presei, stabilit anual de recunoscute organizații naționale și internaționale.
- Prestigiu pe plan intern și extern generat de gradul înalt de garantare și asigurare a dreptului fundamental la libertatea de exprimare.

- Progres social generat de acțiuni informate, pornind de la axioma că diferența între acțiunile umane adecvate și inadecvate o face prezența sau lipsa informației de calitate.

IV. ESTIMAREA RESURSELOR FINANCIARE

Fiecare entitate responsabilă va identifica şi va planifica, în funcție de necesitate, fondurile necesare realizării Planului de acțiuni, atât din surse bugetare proprii, cât şi din accesarea asistenței oferite de partenerii de dezvoltare.

V. RISCURI PRIVIND IMPLEMENTAREA PROGRAMULUI

Prezentul Program cuprinde un Plan de acțiuni complex, pe termen mediu, la realizarea căruia vor fi antrenate atât entități din sectorul public, cât și din cel privat. Multitudinea acțiunilor prevăzute în Plan, interconexiunea acestora, precum și diversitatea actorilor responsabili de realizarea lor implică, în mod inevitabil, anumite riscuri, inclusiv:

- Instabilitatea politică ce poate afecta funcționarea ritmică a instituțiilor statului prin remanierile guvernamentale, dar și tentația politicului de a manipula / controla mass-media. Totodată, acest risc se poate manifesta prin trenarea adoptării în termen dar și potrivit obiectivelor propuse a modificărilor legislative necesare.
- Reticența factorilor decidenți, prezentă în realitățile autohtone, la probleme ce vizează mass-media, precum și reticența organizațiilor de media față de schimbări. Reformele veritabile pot fi realizate doar prin consensul comun al autorității legislative, instituțiilor de reglementare / supraveghere, precum și al reprezentaților organizațiilor de media.
- Lipsa consecvenței în implementarea acțiunilor planificate pentru o durată mai mare decât mandatul unei legislaturi sau mandatul unui Guvern.
- Capacitatea limitată de prognozare şi alocare a resurselor (financiare, materiale, umane) necesare implementării Programului. Realizarea cu succes a Programului implică atât resurse financiare, cât şi resurse umane profesioniste pentru prognozarea cheltuielilor necesare, pentru coordonarea acestora cu instituțiile relevante la adoptarea bugetului de stat, precum și în vederea obținerii asistenței tehnice externe.
- Imprevizibilitatea evoluției crizei pandemice care poate menține în prim-plan alte priorități.

VI. AUTORITĂȚI / INSTITUȚII ANTRENATE ÎN IMPLEMENTAREA PROGRAMULUI

Prezentul Program urmează a fi implementat prin efortul conjugat al legislativului, executivului, instituțiilor de reglementare / supraveghere, organizațiilor societății civile de profil, precum și prin implicarea directă a instituțiilor mass-media. Astfel, de realizarea acțiunilor din Plan vor fi responsabile, în comun sau individual, după caz:

- Comisia parlamentară de specialitate;
- Cancelaria de stat;
- Ministerul Justiției;
- Ministerul Economiei;

- Ministerul Finanțelor;
- Ministerul Educației și Cercetării;
- Ministerul Culturii;
- Consiliul Audiovizualului;
- Consiliul de Supraveghere și Dezvoltare;
- Consiliul Concurenței;
- Biroul Național de Statistică;
- Agenția de Stat pentru Proprietatea Intelectuală;
- Asociația Agențiilor de Publicitate;
- Consiliul de Presă;
- Organizațiile de media.

VII. PROCEDURI DE RAPORTARE, MONITORIZARE ȘI EVALUARE

Programul va fi implementat prin Planul de acțiuni pentru anii 2022 – 2025. Pentru fiecare acțiune din Plan sunt stabilite termenul de realizare, instituțiile responsabile și indicatorii de monitorizare care reflectă rezultatele scontate. Monitorizarea, evaluarea și raportarea implementării Programului se realizează în cadrul instituțional, în baza metodologiei de monitorizare și evaluare, prin prisma măsurilor concrete reflectate în Planul de acțiuni.

1. Cadrul instituțional

Responsabilitatea pentru raportarea și monitorizarea Programului și a Planului de acțiuni le revine: 1) entităților implementatoare; 2) persoanelor desemnate responsabile din cadrul entităților implementatoare – „focal point”; 3) grupului de monitorizare; 4) comisiei parlamentare de specialitate.

Entitățile implementatoare sunt identificate în Planul de acțiuni. Acestea vor asigura reflectarea obiectivelor/măsurilor din Program și din Planul de acțiuni în planurile instituționale anuale de activitate, cu planificarea resurselor financiare pentru executarea acestora.

Persoanele responsabile din cadrul entităților implementatoare – „focal point” (în continuare – persoane responsabile) vor fi desemnate prin ordin intern al conducătorilor entităților implementatoare. Numirea persoanelor responsabile va permite facilitarea comunicării instituțiilor implementatoare cu secretariatul grupului de monitorizare. Persoanele responsabile vor asigura furnizarea tuturor informațiilor necesare/relevante și prezentarea rapoartelor entităților implementatoare privind gradul de implementare a Programului.

Entitățile implementatoare au sarcina de a asigura continuitate în activitatea persoanelor responsabile și, după caz, reducerea volumului de lucru al acestora, astfel încât să se concentreze asupra implementării Programului și a Planului de acțiuni, asupra comunicării cu grupul de monitorizare, asupra pregătirii și furnizării informațiilor necesare.

Grupul de monitorizare va fi constituit, prin decizia comisiei parlamentare de profil, din reprezentanții entităților implementatoare și reprezentanții societății civile. În sarcina grupului de monitorizare va fi evaluarea anuală / semestrială a gradului de implementare a Programului și a Planului de acțiuni, potrivit metodologiei de monitorizare și evaluare a implementării

acestora. Grupul de monitorizare va semnala riscurile de executare tardivă sau de neexecutare a măsurilor din Planul de acțiuni.

Comisia parlamentară de specialitate (Comisia cultură, educație, cercetare, tineret, sport și mass-media) va reprezenta nivelul superior pentru activitatea de monitorizare și raportare privind gradul de implementare a Programului și a Planului de acțiuni. Comisia parlamentară va organiza audieri anuale privind gradul de implementare a Programului și a Planului de acțiuni. În cadrul audierilor vor fi prezentate rapoartele anuale privind gradul de implementare a Programului și a Planului de acțiuni, după caz, rapoartele alternative ale organizațiilor societății civile, cu identificarea progresului atins în implementarea acestora dar și a deficienților constatate în procesul implementării.

Urmare a audierilor anuale, comisia parlamentară de specialitate va elabora propriul raport, care urmează să constate progresele, insuccesele și provocările în implementarea Programului. Raportul va conține recomandări pentru entitățile implementatoare care au admis tergiversări la realizarea acțiunilor sau nu au realizat acțiunile stabilite.

2. Metodologia de monitorizare și evaluare a implementării Programului și a Planului de acțiuni

Monitorizarea și evaluarea Programului și a Planului de acțiuni se desfășoară în vederea identificării progreselor înregistrate în implementare, a constatării și remedierii deficiențelor apărute pe parcursul implementării obiectivelor/măsurilor, precum și a creșterii gradului de cunoaștere, înțelegere și implementare a acestora.

Grupul de monitorizare va elabora (cu suportul partenerilor) și va aproba metodologia de monitorizare și evaluare a implementării Programului și a Planului de acțiuni după consultarea părților interesate.

3. Evaluarea și raportarea implementării Programului și a Planului de acțiuni

Evaluarea Programului se va face în temeiul următoarelor criterii:

- indicatori de monitorizare (de produs / rezultat și impact) cantitativi și calitativi, stabiliți pentru fiecare acțiune îndreptată spre atingerea obiectivelor specifice și a celor generale;
- respectarea termenelor planificate de realizare a fiecărei acțiuni;
- suficiența și eficiența utilizării resurselor alocate pentru realizarea acțiunilor.

Indicatorii cantitativi de monitorizare reflectă, de regulă, numărul de acțiuni (expertize, proiecte de legi, monitorizări, controale, cursuri etc.) realizate în raport cu numărul de acțiuni planificate.

Indicatorii calitativi de monitorizare reflectă, de regulă, eficiența și impactul (sau lipsa acestora) acțiunilor planificate și realizate. De exemplu, în evaluarea documentelor (elaborate sau adoptate) indicatorul calitativ stabilește gradul de conformitate al acestora cu legislația națională, comunitară și, după caz, cu bunele practici internaționale. În evaluarea aplicării normelor, prevederilor legislației etc., criteriul calitativ stabilește impactul real și relevant al acțiunii. „Relevant” în cazul dat semnifică impactul pe măsură să contribuie ori să conducă la atingerea scopului acțiunii. „Relevant” este în opoziție cu scopul în sine ori cu acțiunea formală.

Termenele de realizare ca și criteriu de evaluare oferă posibilitatea implementării coerente și consecutive a acțiunilor planificate în timp. Totodată, criteriul respectiv permite intervenții oportune în cazul, în care termenele de realizare sunt anticipate sau tergiversate. Eventuala abatere de la termenele planificate de realizare a acțiunilor își va găsi reflectare în rapoarte cu explicațiile de rigoare și cu propuneri de remediere a situației.

Criteriul al treilea – „suficiența și eficiența resurselor", este necesar, pe de o parte, pentru a determina fezabilitatea acțiunilor planificate și, pe de altă parte, capacitatea entităților implementatoare de a asigura financiar realizarea acțiunilor. Progresul sau regresul pe acest segment, de asemenea, va fi reflectat în rapoarte cu motivările și argumentările ce se impun.

Rapoartele privind implementarea Programului și a Planului de acțiuni se prezintă grupului de monitorizare de către entitățile implementatoare, semestrial și anual, până la data de 15 a lunii următoare termenului scadent.

Raportul de evaluare finală se elaborează la expirarea perioadei Programului, în care se enumeră factorii ce contribuie la succes sau eșec, la sustenabilitatea rezultatelor și la impactul Programului și al Planului de acțiuni. În baza Raportului de evaluare finală este elaborat și adoptat un nou Program și un nou plan de acțiuni.