

Concepția politicii naționale de dezvoltare a mass-media din Republica Moldova (2018-2025)¹

Preambul

Parlamentul Republicii Moldova,

Conștientizând rolul major al mass-media în formarea atitudinilor personale ale cetățenilor, în formarea opiniei publice și în dezvoltarea societății democratice;

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

adoptă Concepția politicii naționale de dezvoltare a mass-media din Republica Moldova (2018-2025).

Noțiuni principale utilizate și semnificația lor

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

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

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

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

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

¹ Proiect elaborat de subgrupul tematic nr.4 „Elaborarea Concepției de dezvoltare a mass-mediei din Republica Moldova”, cu suportul Proiectului Comun al Uniunii Europene și Consiliului Europei “Promovarea libertății și pluralismului mass-mediei în Republica Moldova”

Capitolul I. Situația actuală a domeniului mediatic: caracteristici și constrângeri

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

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

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

1.1. Cadrul juridic de reglementare a domeniului mediatic

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

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

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

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

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

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

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

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

1.2. Gestionarea domeniului mediatic

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

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

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

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

Pentru gestionarea domeniului mediatic autohton au fost create mecanisme juridice, organizatorice și economice de activitate ale mass-media. Au fost întreprinse acțiuni corelative menite să dezvolte domeniul mediatic. Dar, urmare a instabilității politice și a crizei economice din ultimii ani, obiectivele trasate pe acest segment fie au fost ignorate, fie – implementate parțial. Situația s-a agravat și din motivul deficitului acut de manageri mediatici calificați fie la macronivel, fie la micronivel. Drept consecință, ofertele 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, managementul instituțiilor care încearcă să aplice standardele jurnalismului democratic și să se orienteze către interesele auditoriului se confruntă cu două mari handicapuri: piața subdezvoltată de publicitate și abilitățile reduse ale managerilor.

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

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

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

1.3. Procesul de profesionalizare

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

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

- corp eterogen de cunoștințe format dintr-o gamă largă de precepte teoretice asupra rolului și rostului profesiei și profesioniștilor;
- un sistem numeros și diversificat de instituții de formare a profesioniștilor;
- coduri deontologice la nivel de breaslă, de tip de mass-media și la nivel de instituții mediatice;

- organe de supraveghere a respectării deontologiei profesionale;
- asociații profesionale, constituite la nivel național, regional și ramural.

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

Pe prima filiera atestăm:

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

Pe filiera a doua atestăm:

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

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

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

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

Capitolul II. Scopul și obiectivele Concepției

2.1. Scopul Concepției

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

2.2. Obiectivele Concepției

Concepția are drept obiective principale:

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

Capitolul III. Activități în realizarea obiectivelor Concepției

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

Activități:

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

- a) să corespundă normelor comunitare și bunelor practici internaționale în domeniul mass-media;
- b) să garanteze și să asigure independența editorială și autonomia instituțională a tuturor subiecților reglementați, inclusiv a serviciilor publice de radio și tv, în primul rând, printr-o finanțare garantată și suficientă;
- c) să asigure independența reală a autorității de reglementare a domeniului audiovizualului și a autorităților de supraveghere a serviciilor publice de radio și tv;
- d) să asigure respectarea de către toți subiecții reglementați a principiilor de comunicare audiovizuală și de comunicare comercială audiovizuală;
- e) să consacre juridic și să asigure realmente pluralismul mediatic intern și extern;
- f) să asigure crearea și funcționarea instituțiilor mass-media în zonele geografice în care acestea sunt lipsă, precum și un echilibru relativ numeric între tipurile de instituții mediatic (locale, regionale, naționale, internaționale; informative, educative, distractive; generaliste și tematice);
- g) să prevadă un sistem eficient de sancțiuni care să demotiveze încălcarea legislației de către subiecții reglementați;
- h) să consacre noțiunea și definiția de „mass-media on-line” și să prevadă reglementări minime pentru activitatea acesteia;
- i) să consacre juridic noțiunile și definițiile de „spațiu mediatic” și „securizare a spațiului mediatic”;
- j) să prevadă mecanisme eficiente de securizare a spațiului mediatic care să fortifice suveranitatea informațională a Republicii Moldova;
- k) să prevadă norme diferențiate de reglementare a mass-media locale/regionale;
- l) să prevadă în atribuțiile factorilor decidenți obligațiunea de a evalua și a reflecta în raportul anual de activitate situația cu referire la spațiul mediatic, la instituțiile și la angajații din mass-media din perspectiva securității lor;

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

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

- a) să asigure elaborarea și punerea în aplicare a acțiunilor de realizare a obiectivului Concepției;
- b) să asigure monitorizarea, evaluarea și raportarea sistematică a acțiunilor realizate;
- c) să asigure transparența modului de implementare a obiectivului Concepției.

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

Activități:

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

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

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

- a) să interzică expres, în mass-media, apariția pozițiilor dominante în formarea opiniei publice, prin instituirea limitelor speciale fie în cotele de audiență, fie în cifrele de afaceri, fie în accesarea publicității comerciale (nu mai mult de 25-30% pentru un proprietar beneficiar final);
- b) să prevadă norme pentru instituțiile mass-media, aflate în dificultate, care ar putea beneficia de ajutoare de stat;
- c) să prevadă atribuția autorității în domeniul concurenței de a include în raportul anual de activitate un compartiment în care să fie evaluată piața mass-media din perspectiva concurenței pe piața media și pe piața publicității comerciale.

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

- a) să prevadă facilități fiscale temporare (în primii 3 ani de activitate) pentru instituțiile mediatic nou create;
- b) să prevadă facilități fiscale pentru mass-media care produce și/sau publică/difuzează gratuit mesaje de interes public;
- c) să prevadă facilități fiscale temporare (1-3 ani) pentru radiodifuzorii care constituie așa-zisul „pachet social” de canale difuzate prin multiplexul digital național A și prin multiplexurile digitale regionale;
- d) să prevadă facilități fiscale pentru investitorii din țară și de peste hotare care investesc în mass-media;

- e) să prevadă facilități fiscale pentru co-producții, pentru producătorii independenți și pentru sponsorii produselor mass-media;
- f) să prevadă facilități vamale la importul de utilaje și echipamente pentru industria mass-media.

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

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

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

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

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

Activități:

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

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

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

- a) să prevadă crearea și funcționarea centrelor de instruire continuă a tuturor categoriilor de angajați în sistemul mass-media;
- b) să prevadă crearea și funcționarea eficientă a unui centru de formare continuă a cadrelor didactice din facultățile de profil.

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

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

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

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

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

- a) să completeze, să ajusteze și să actualizeze normele deontologice ale jurnalistului, în funcție de evoluțiile domeniului mediatic;
- b) să asigure supravegherea respectării normelor deontologice și să sancționeze, prin aducere la cunoștința publicului, a fiecărei derogări atestate;

- c) să prevadă acțiuni de stimulare a jurnalismului de calitate și de descurajare a jurnalismului de mercenariat;
- d) să încurajeze crearea și funcționarea serviciilor ombudsmanilor de presă;
- e) să sprijine crearea și funcționarea asociațiilor de profesioniști în domeniu, inclusiv a patronatelor;
- f) să prevadă acțiuni eficiente de contracarare a fenomenelor negative din domeniul mediatic, inclusiv: propaganda internă și externă, dezinformarea și manipularea, înstrăinarea de standardele profesionale universale acceptate;
- g) să stimuleze participarea asociațiilor de profesioniști la elaborarea, implementarea și monitorizarea implementării politicilor publice în domeniul mediatic.

Capitolul IV. Mecanisme de realizare a Concepției

Realizarea politicii naționale în domeniul mass-media poate fi asigurată prin:

- Perfecționarea continuă a cadrului juridic național în domeniul mass-media și în domenii conexe (al publicității, al fiscalității, al educației etc.), luând în calcul prevederile prezentei Concepții, normele, standardele și bunele practici europene și internaționale, îndreptate către crearea unui mediu propice pentru dezvoltarea sistemului mass-media care să răspundă adecvat la nevoile informaționale, educaționale și de recreere ale întregii societăți;
- Elaborarea și punerea în aplicare a planurilor de acțiuni pentru atingerea obiectivelor Concepției la fiecare etapă de realizare a acesteia;
- Luarea în considerație a obiectivelor prevăzute de Concepție la elaborarea și implementarea de programe naționale, regionale, locale de dezvoltare social-economică;
- Luarea în considerație a politicii naționale în domeniul mass-media la elaborarea bugetelor publice naționale și locale, la formarea bugetelor fondurilor extrabugetare;
- Asigurarea surselor financiare și materiale, atragerea resurselor suplimentare extrabugetare pentru atingerea scopului Concepției;
- Sprijin corespunzător activității organelor publice de toate nivelele îndreptate spre implementarea obiectivelor Concepției;
- Monitorizarea și analiza permanentă a procesului de implementare a obiectivelor Concepției și, la necesitate, ajustarea acțiunilor în scopul realizării corespunzătoare a politicii în domeniul mass-media;
- Dezvoltarea cercetării domeniului mass-media;
- Dezvoltarea și actualizarea permanentă a statisticii referitoare la domeniul mass-media.

Capitolul V. Etape de realizare a Concepției și rezultatele așteptate

5.1. Realizarea obiectivelor Concepției este preconizată a fi atinsă în două etape.

La prima etapă, care cuprinde trei ani (până în anul 2020), vor fi întreprinse următoarele acțiuni:

- Constituirea unui Consiliu reprezentativ, din factori decidenți și reprezentanți ai societății civile, care să coordoneze, să monitorizeze și să raporteze implementarea prevederilor Concepției;
- Elaborarea, adoptarea și demararea implementării planurilor de acțiuni pentru realizarea, în timp, a politicii naționale în domeniul mass-media;
- Completarea și ajustarea cadrului juridic de reglementare a domeniului mass-media în concordanță cu scopul Concepției, pe segmentele: mediatic, al publicității, al fiscalității, al accesului la informație, al securității informaționale din perspectivă mediatică;
- Identificarea, constituirea și funcționarea unui organism de co-reglementare, responsabil de coordonarea activității mass-media scrise și on-line;
- Ajustarea activității domeniului mediatic în concordanță cu legislația completată/ajustată la normele comunitare;
- Completarea și ajustarea programelor de instruire universitară la necesitățile pieței mass-media;
- Elaborarea și testarea curriculelor pentru cursul obligator de educație mediatică în învățământul preuniversitar și universitar, precum și pregătirea cadrelor didactice în acest scop;
- Completarea, ajustarea și punerea în aplicare a cadrului normativ al instituțiilor responsabile de implementarea prevederilor Concepției;
- Completarea și ajustarea normelor profesionale deontologice și asigurarea unui mecanism funcțional de supraveghere a respectării lor de către mass-media;
- Inițierea cooperării între părțile implicate în implementarea obiectivelor Concepției.

5.1.1. Rezultate așteptate

- Un Consiliu reprezentativ funcțional;
- Planuri de acțiuni pentru implementarea prevederilor Concepției adoptate, în curs de realizare;
- Un cadru juridic suficient în măsură să stimuleze dezvoltarea mass-media pe principii democratice și în condițiile economiei de piață;

- Organisme independente și competente care gestionează domeniul audiovizualului și serviciile publice de radio și tv;
- Un organism de co-reglementare funcțional, preocupat de dezvoltarea mass-media scrise și on-line;
- Un produs mediatic îmbunătățit în conformitate cu normele juridice în vigoare;
- Programe de instruire universitară la facultățile de profil care corespund necesităților pieței mass-media, inclusiv începutul pregătirii managerilor mediatici;
- Cel puțin un centru de instruire continuă a angajaților din domeniul mediatic;
- Curricule elaborate și testate, precum și cadre didactice pregătite pentru cursuri de educație mediatică în instituțiile de învățământ preuniversitar și universitar;
- Un cadru normativ suficient și adecvat care asigură primele rezultate în concordanță cu obiectivele Concepției (regulamente vizând desemnarea componentei autorităților de reglementare a domeniului audiovizualului și de supraveghere a radiodifuzorilor publici; reguli de prevenire sau contracarare a pozițiilor dominante în formarea opiniei publice și pe piața de publicitate comercială; un mecanism pus la punct care generează date statistice exacte, necesare ajustării politicilor publice în domeniul mass-media);
- Norme deontologice care acoperă întregul sistem mediatic și supravegherea respectării acestora.

5.2. Realizarea obiectivelor la etapa a doua.

La a doua etapă, care cuprinde cinci ani (până în anul 2025), vor fi întreprinse următoarele acțiuni:

- Completarea, ajustarea și implementarea cadrului juridic de reglementare a activității mass-media, în conformitate cu scopul Concepției;
- Monitorizarea implementării cadrului juridic și, la necesitate, intervenții operative menite să remedieze situațiile problematice;
- Fortificarea independenței mass-media și a securității spațiului mediatic;
- Pregătirea profesioniștilor din domeniul care să răspundă cerințelor pieței mass-media, precum și perfecționarea periodică a acestora în centre de instruire continuă;
- Fortificarea activităților de cercetare a domeniului mass-media;
- Predarea cursurilor de educație mediatică în toate instituțiile de învățământ preuniversitar și universitar;
- Încurajarea și susținerea organismelor de co-reglementare și de autoreglementare în domeniul mass-media și în domenii conexe (publicitate, cinematografie etc.);
- Dezvoltarea cooperării între părțile implicate în implementarea obiectivelor Concepției.

5.2.1. Rezultate așteptate

- Un cadru juridic suficient și implementat eficient;
- Concurență loială, onestă, echitabilă pe piața mass-media și pe cea a publicității comerciale;
- Cadre manageriale competente care asigură o gestionare adecvată a instituțiilor mediaticice;
- Un grad înalt de independență economică și editorială a instituțiilor mediaticice;
- Transparență și previzibilitate în activitatea mass-media și în cea a autorităților publice responsabile de dezvoltarea mass-media;
- Securizare sesizabilă a spațiului mediatic național;
- Un pluralism mediatic real;
- Un sistem eficient de autoreglementare a mass-media;
- Un sistem pus la punct de educație mediatică obligatorie în învățământul preuniversitar și universitar;
- Cercetări, analize, expertize care pun diagnostic exact stării domeniului mediatic;
- Suficiență de date statistice pe măsură să faciliteze gestionarea adecvată a mass-media;
- Tranziția Republicii Moldova din categoria țărilor cu o „mass-media parțial liberă” în categoria țărilor cu o „mass-media liberă”;
- Condiții optime care asigură dezvoltarea durabilă a mass-media pe principii democratice.

VI. Necesități financiare în asigurarea politicii naționale de dezvoltare a mass-media

6.1. Pentru realizarea dezideratelor prezentei Concepții va fi prevăzută o finanțare suficientă și stabilă, inclusiv din bugetul public național.

Sursele de finanțare a implementării prevederilor Concepției sunt:

- bugetul public național și bugetele locale;
- surse bugetare din fonduri extrabugetare;
- surse extrabugetare ale organizațiilor comerciale și necomerciale;
- fonduri de caritate și donații;
- surse atrase de la partenerii de dezvoltare interni și externi.

VII. Dispoziții finale

- 7.1. Prezenta Concepție este aprobată prin hotărâre de Parlament și este publicată în Monitorul Oficial al Republicii Moldova.
- 7.2. Responsabilitatea pentru realizarea prezentei Concepții, cu excepția acțiunilor de autoreglementare, revine Guvernului Republicii Moldova.
- 7.3. Coordonarea și monitorizarea realizării Concepției este efectuată de un Consiliu reprezentativ, format la inițiativa Guvernului în primele trei luni de la publicarea Concepției.
- 7.3.1. Consiliul funcționează în temeiul propriului regulament ad-hoc.
- 7.3.2. Guvernul examinează în ședință, anual, raportul Consiliului și, la necesitate, ajustează planul de acțiuni pentru implementarea obiectivelor Concepției în funcție de rezultatele monitorizării.
- 7.4. La expirarea termenului prevăzut de prezenta Concepție, Parlamentul actualizează Concepția la fiecare cinci ani.