

**ASPECTE INSTITUȚIONALE
ȘI DE REGLEMENTARE
A FINANȚĂRII MASS-MEDIA
ÎN REPUBLICA MOLDOVA.
FOCUS PE TELERADIO-MOLDOVA**

Sergiu Rusanovschi





www.viitorul.org

Institutul pentru Dezvoltare și Inițiative Sociale (IDIS) „Viitorul”

ASPECTE INSTITUȚIONALE ȘI DE REGLEMENTARE A FINANȚĂRII MASS-MEDIA ÎN REPUBLICA MOLDOVA. FOCUS PE TELERADIO-MOLDOVA

Sergiu Rusanovschi

Contribuții:

Natalia Sîrghi, Eugeniu Rîbca

Coordonator:

Laura Bohanțov

Studiu produs în cadrul proiectului „Dezvoltarea și promovarea unui climat mediatic modern în Republica Moldova”, implementat de Institutul pentru Dezvoltare și Inițiative Sociale (IDIS) „Viitorul” și finanțat de Uniunea Europeană.



Proiect finanțat de Uniunea Europeană
Delegația Uniunii Europene
în Republica Moldova

12 Kogălniceanu str.,
Chisinau, MD 2001
Tel: (+373 22) 50 52 10
Fax: (+373 22) 27 26 22
www.delmda.ec.europa.eu



Proiect implementat de Institutul pentru
Dezvoltare și Inițiative Sociale
(IDIS) „Viitorul”

IDIS „Viitorul”
Str. Iacob Hîncu 10/1
Chișinău, MD 2001
Tel: (+373 22) 22 18 44
Fax: (+373 22) 24 57 14
www.viitorul.org

Opiniile exprimate în această publicație nu reflectă neapărat punctul de vedere al Comisiei Europene.

ACRONIME:

BBC	British Broadcasting Corporation
CCA	Consiliul Coordonator al Audiovizualului
CE	Comisia Europeană
CJI	Centrul pentru Jurnalism Independent
IPNA	Instituția Publică Națională a Audiovizualului Compania „Teleradio-Moldova”
RTM	Instituția Audiovizualului din Macedonia
SRR	Societatea Română de Radiodifuziune
SRTv	Societatea Română de Televiziune
TNB	Televiziunea Națională a Bulgariei
UE	Uniunea Europeană
UERT	Uniunea Europeană de Radio și Televiziune

Rusanovschi, Sergiu

Aspecte instituționale și de reglementare a finanțării mass-media în Republica Moldova.
Focus pe Teleradio-Moldova / Sergiu Rusanovschi. – Ch. : IDIS “Viitorul”, 2010 (Tipogr.
“MS Logo” SRL). – 55 p.
Bibliogr.: p. 54. – 350 ex.
ISBN 978-9975-4156-2-0.

336:070(478)

R 94

SUMAR

Sumar executiv	6
Introducere	8
Capitolul I. Reglementarea transparenței surselor de finanțare ale mass-media	10
1.1. Transparența finanțării mass-media prin prisma Recomandărilor Consiliului European și Directivelor UE	10
1.2. Legislația altor state în materie de transparență a finanțării mijloacelor de comunicare în masă	13
1.2.1. Reglementarea transparenței sectorului audiovizual	14
1.2.2. Reglementarea transparenței mass-media scrise	17
1.3. Diagnosticul legislației Republicii Moldova cu privire la finanțarea mass-media.	20
1.4. Domenii de intervenție	24
1.5. Taxa locală pentru plasarea publicității	26
1.6. Concluzii	28
Capitolul II. IPNA Compania „Teleradio-Moldova”: finanțare de la stat sau abonamente	30
2.1. Finanțarea IPNA Compania „Teleradio-Moldova” prin prisma Strategiei de reformare pentru anii 2010-2015	31
2.1.1. Premisele economice	33
2.1.2. Taxa de abonament - modelul Republicii Moldova	34
2.1.3. Probleme și riscuri	37
2.1.4. Perspective	38
2.2. Finanțarea serviciului public de radiodifuziune în statele din Europa	39
2.2.1. Aspecte de reglementare	40
2.2.2. Macedonia	42
2.2.3. Slovenia	43
2.2.4. Serbia, Danemarca și Germania	44
2.2.5. Bulgaria	45
2.2.6. Alte state	46
2.2.7. România	47
2.3. Concluzii	48
Recomandări	51
Anexe	53
Referințe	54

SUMAR EXECUTIV

Prezentul studiu este elaborat în cadrul proiectului „Dezvoltarea și promovarea unui climat mediatic modern în Republica Moldova”, implementat de Institutul pentru Dezvoltare și Inițiative Sociale (IDIS) „Viitorul” și își propune identificarea standardelor europene cu privire la finanțarea și transparența financiară în sectorul mass-media.

Studiul reprezintă o cercetare comparativă a transparenței surselor de finanțare ale mass-media în câteva țări europene. Este surprinsă poziția Consiliului Europei și a Uniunii Europene referitoare la concentrarea proprietății de media, efectele asupra pluralismului surselor de informare, precum și finanțarea serviciului public de radiodifuziune.

Din punct de vedere metodologic, cercetarea este rezultatul utilizării combinației de metode, în mare parte calitative.

Studiul este constituit în jurul a două mari tematici: transparența surselor de finanțare ale mass-media și mecanismul de finanțare a serviciului public de radiodifuziune.

Primul capitol vizează probleme teoretice referitoare la standardele europene cu privire la finanțarea și transparența financiară în sectorul mass-media. Acesta se referă preponderent la presa scrisă, deși unele elemente sunt aplicabile și presei electronice, cu anumite particularități. De asemenea, sunt relevate unele aspecte ale subvenționării presei din banii publici în unele state europene.

Analiza detaliată a Recomandărilor Comitetului de Miniștri al Consiliului Europei

R (94) 13 și R (99) 1, scoate în evidență principalele categorii de informații care urmează să fie făcute publice de către trusturile de presă și organizațiile media. Tot aici sunt prezentate reglementările generale ale Uniunii Europene privind susținerea presei și transparența financiară, printre care se regăsesc Directiva Europeană 92/77/EEC, Directiva 2004/18/CE, Regulamentul 994/98/CE, Regulamentul nr. 659/1999/CE și alte acte.

Modalitatea și gradul de implementare a prevederilor legislației comunitare în materie de transparență a finanțării mijloacelor de comunicare în masă este reflectată într-o analiză comparativă a experienței statelor europene. Pentru o mai bună asimilare a informației, reglementarea transparenței sectorului audiovizual este elucidată aparte de reglementarea transparenței presei scrise. Cele mai relevante exemple au fost considerate a fi Bulgaria, Belgia, Danemarca, Franța, Germania, Marea Britanie și Portugalia.

Capitolul finalizează cu diagnosticul legislației Republicii Moldova privind finanțarea mass-media și încearcă să puncteze câteva domenii prioritare de intervenție. Se face o trecere în revistă a legislației de bază a Republicii Moldova care creează condițiile de activitate pentru publicațiile periodice și agențiile de presă. Relevante pentru tematica acestui capitol au fost Legea presei, care conține câteva prevederi privind finanțarea publicațiilor periodice; Legea cu privire la publicitate, al cărei obiect de reglementare cuprinde și activitatea

mass-media; Legea privind achizițiile publice, care constituie cadrul juridic de reglementare a relațiilor financiare dintre autoritățile de stat și operatorii economici, inclusiv mass-media, Codul audiovizualului al Republicii Moldova, Codul electoral etc.

Concluziile și recomandările pentru ajustarea cadrului normativ național la standardele europene sunt orientate spre ameliorarea situației existente și vor constitui un pas major spre asigurarea transparenței relațiilor financiare între stat și presa din Republica Moldova.

Capitolul al doilea are o natură mai practică, care reiese din subiectul supus abordării, și anume mecanismul de finanțare a IPNA Compania „Teleradio-Moldova”. Inițiativa reiese din Strategia de reformare a instituției pentru anii 2010-2015, care de altfel prevede trecerea la un nou sistem de finanțare bazat pe resursele financiare provenite din plățile de abonament.

Prima parte este axată pe analiza posibilității de implementare a unei noi modalități de susținere financiară a serviciului public de radiodifuziune – taxa de abonament. De asemenea, se face o retrospectivă a considerațiilor care au stat la baza lansării unei asemenea inițiative; sunt elucidate dificultățile cu care se confrun-

tă la momentul actual Compania „Teleradio-Moldova”; prototipul modelului care poate fi aplicat; potențialele riscuri și perspectivele de implementare.

Caracterul nou al problemei și lipsa publicațiilor autohtone cu tematica respectivă a generat necesitatea obținerii informațiilor „din prima sursă”, adică pe calea interviuării reprezentanților conducerii Companiei „Teleradio-Moldova” și a celor din cadrul unor ONG-uri de profil.

Pentru a avea un tablou general clar cu privire la funcționarea mecanismelor de finanțare din taxa de abonament (taxa de radiodifuziune), cea de-a doua parte a capitolului face o retrospectivă a reglementărilor comunitare și experienței statelor europene în aplicarea acestui instrument financiar. Preponderent este reflectată practica Germaniei, Macedoniei, Sloveniei, Serbiei, Danemarcei, Bulgariei, României și a altor state.

În cele din urmă, studiul este însoțit de unele concluzii și recomandări vizavi de oportunitatea instituirii noilor modalități de finanțare a radiodifuzorului public din Republica Moldova, avantajele și dezavantajele taxei de radiodifuziune, precum și viziunile experților cu privire la asigurarea transparenței, independenței financiare și editoriale a Companiei „Teleradio-Moldova”.

INTRODUCERE

Transparența surselor de finanțare în domeniul media are un impact direct asupra pluralismului într-o societate democratică, iar pluralismul în domeniul mass-media presupune în principal pluralitatea surselor de informare și diversitatea proprietarilor de media.

Totuși, pe fundalul situației economice și politice din ultimii ani, instituțiile media sunt din ce în ce mai vulnerabile în fața factorilor externi, iar dependența în creștere de mijloacele financiare continuă să fie una din condițiile primare pentru buna funcționare a acestora. Mai mult, interesele finanțatorilor, proprietarilor care stau în spatele mass-media sunt adesea prea evidente pentru a fi neglijate de societate și organele statului.

Intuind un atare scenariu, organismele internaționale au reacționat prompt prin aprobarea reglementărilor și principiilor care să guverneze transparența surselor de finanțare ale mijloacelor de comunicare în masă. Astfel recomandările Consiliului Europei și directivele Uniunii Europene stabilesc condițiile de acces al cetățenilor la informațiile de interes public din sectorul audiovizual și cel al presei scrise.

Pentru facilitarea identificării informațiilor despre instituțiile media, Consiliul Europei a stabilit cinci categorii de date, care urmează să fie puse la dispoziția publicului larg: informații cu privire la identitatea persoanelor sau organismelor care dețin serviciul media; informații cu privire la interesele deținute în alte mijloace de comunicare în masă de către structura editorială sau de persoanele sau organismele care

participă la aceasta; informații cu privire la persoanele sau organismele care, deși nu sunt oficial declarate ca proprietari, exercită o influență decisivă asupra politicii editoriale a serviciului media; informații privind orice declarații referitoare la politica editorială sau orientarea politică a instituțiilor media; informații privind transparența în cazul acordării ajutoarelor directe unor publicații.

Fiecare stat a transpus aceste prevederi într-o manieră proprie, dar care să producă efectul scontat. Or, de gradul de implementare a lor depinde în mare parte calificativul acordat de structurile internaționale de monitorizare, la capitolul "libertatea presei și transparență". Și aici, rolul esențial îi revine cadrului normativ național.

Soluționarea problemei va fi însoțită de determinarea domeniilor de intervenție și modului în care se va realiza transformarea.

În condițiile în care Republica Moldova tinde să corespundă standardelor europene, este necesară o intervenție imediată de ordin legislativ în domeniul transparenței surselor de finanțare ale mass-media, deetatizării presei, susținerii de către stat a edițiilor periodice, transparenței și distribuirii finanțelor publice destinate mass-media, publicității publice, reformei audiovizualului etc.

În contextul reformei audiovizualului, o atenție sporită trebuie acordată stabilirii mecanismului de finanțare a serviciului public de radiodifuziune, fapt confirmat de Uniunea Europeană și Consiliul Europei, care au recu-

noscut că serviciile publice ale audiovizualului joacă un rol important în îndeplinirea necesităților democratice, sociale și culturale ale fiecărei societăți. Or, asigurarea pluralismului, liberei exprimări și informării corecte a opiniei publice este sarcina de bază a serviciului public de radio și televiziune.

Prezența statului pe piața serviciilor de radiodifuziune este justificată de necesitatea anumitor tipuri de programe de interes general (cum ar fi programele culturale, emisiunile electorale, emisiunile în limbile minorităților naționale, etc.), precum și de acoperire a anumitor zone geografice (în special rurale) în care posturile de radio și televiziune private nu operează, în special datorită ineficienței difuzării unor astfel de programe sau de acoperire a anumitor zone geografice.

Aceste necesități însă nu pot fi realizate fără finanțarea corespunzătoare a radiodifuzorului public, care presupune nu doar asigurarea mijloacelor financiare necesare, dar și identificarea surselor și modului de finanțare. Anume aceste elemente au un impact considerabil asupra organizării și activității serviciului public de radiodifuziune, iar alegerea corectă a sistemului de finanțare este elementul-cheie în procesul de îndeplinire a misiunii publice.

Potrivit experienței statelor europene, cel mai reușit s-a dovedit a fi modelul finanțării mixte cu încasarea veniturilor din taxele de abonament, subvențiile de la bugetul de stat și alte fonduri publice. Acest lucru poate fi expli-

cat prin faptul că o singură sursă de finanțare nu poate genera venituri suficiente pentru garantarea îndeplinirii misiunii publice, iar dependența de această sursă particulară poate submina independența serviciului public.

Dimpotrivă, combinarea diferitor surse de finanțare duce la responsabilizarea radiodifuzorului public și este mai eficientă într-un mediu schimbător, unde unele surse pot instantaneu să dispară, iar altele să apară și să se dezvolte.

În condițiile economiei de piață, în care un serviciu public de radiodifuziune modern trebuie să își diversifice oferta și să ofere servicii noi pe platforme noi, IPNA Compania "Teleradio-Moldova" deocamdată este dependentă de mijloacele alocate din bugetul de stat, care nu sunt suficiente pentru buna funcționare și dezvoltare. Iată de ce unul din obiectivele de bază în procesul de modernizare și re tehnologizare a companiei este instituirea mecanismului de finanțare mixtă, prin introducerea taxei de abonament pentru serviciile publice de radiodifuziune.

Desigur, este un proces de durată care necesită o analiză a riscurilor și constrângerilor, precum și a potențialelor scenarii de evoluare.

Cu toate acestea, succesul promovării unei asemenea reforme va depinde în mare parte de voința politică, opinia societății, tradițiile existente, iar beneficiul final va consta în asigurarea accesului cetățenilor la surse credibile de informare și divertisment.

CAPITOLUL I. REGLEMENTAREA TRANSPARENȚEI SURSELOR DE FINANȚARE ALE MASS-MEDIA

Atunci cînd se vorbește de transparența mass-media, se au în vedere și alte aspecte decît transparența acționariatului trusturilor de presă, cum ar fi:

- concentrarea mass-media
- distincția public - privat pentru posturile de radio și televiziune
- libertatea editorială
- situația financiară a ziariștilor

Concentrarea mass-media în mîinile unei categorii restrînse de persoane poate duce la alterarea discursului mediatic și excluderea unor puncte de vedere diferite. Mai mult, datorită faptului că doar unele discursuri politice sunt prezentate pe larg, iar altele marginalizate, grupurile de interese politice, economice sau de altă natură pot profita de poziția lor dominantă din media și exercita oricînd un abuz de putere¹.

Pe de altă parte, chiar dacă concentrarea este limitată, aceasta nu înseamnă că pluralismul mass-media este asigurat. Și exemplul contrar este valabil. O mai mare concentrare în țările mici nu înseamnă neapărat lipsa pluralismului, în condițiile în care există doar cîteva posturi de radio și televiziune².

1 Commission Staff Working Document, "Media pluralism in the Member States of the European Union", Bruxelles, 16 ianuarie 2007.

2 The European Institute for the Media, The information of the citizen in the EU: obligations for the media and the Institutions concerning the citizen's right to be fully and objectively informed; European Audiovisual Observatory, Media Regulation in the Interest of the Audience, ianuarie 2006.

Cel mai controversat aspect rămîne în continuare asigurarea unui echilibru între pluralism și concurență. Toate domeniile relevante pentru transparență țin în majoritatea cazurilor de reglementările naționale și nu implică Uniunea Europeană decît la nivel formal (Tuca V., 2008:1).

1.1. Transparența finanțării mass-media prin prisma Recomandărilor Consiliului Europei și Directivelor UE

Actualmente putem afirma cu certitudine că orice domeniu de activitate și mai ales procesele inițiate în plan legislativ sunt influențate, direct sau indirect, de obligațiile pe care Republica Moldova și le-a asumat în calitate de membru al organizațiilor internaționale și regionale. Aceasta presupune că în procesul de implementare a unor reforme pe plan național, legiuitorul se va conduce de principiile directoare și recomandările înaintate de aceste organisme internaționale, uneori cu transpunerea expresă a prevederilor acestor documente în legislația națională.

Consiliul Europei rămîne organizația internațională cea mai activă atunci cînd vine

vorba de transparența surselor de finanțare ale mass-media. Reglementarea cu efect direct asupra transparenței o constituie **Recomandarea Rec (94) 13 a Comitetului de Miniștri către statele membre cu privire la măsurile de promovare a transparenței mijloacelor de comunicare în masă**³.

Adoptată la 22 noiembrie 1994, această reprezintă practic ghidul cel mai important pentru statele membre ale Consiliului Europei în materia reglementării accesului publicului la informația privind sursele de finanțare ale posturilor de radio, televiziune și presei scrise.

În sprijinul acesteia vin și următoarele două reglementări:

- **Recomandarea Rec (99) 1** a Comitetului de Miniștri către statele membre cu privire la măsurile de promovare a pluralismului mijloacelor de comunicare în masă⁴;

- **Recomandarea Rec (2000) 23** a Comitetului de Miniștri către statele membre cu privire la independența și funcțiile autorităților de reglementare a sectorului radiodifuziunii⁵.

Cu toate că actele sus-nominalizate nu au efect direct în ordinea juridică națională și nu comportă un caracter obligatoriu pentru statele membre, acestea totuși reprezintă standardul comun, acceptat consensual de statele membre ale Consiliului Europei, inclusiv Republica Moldova, care este parte a acestuia din 1995 (CJI, 2008:32).

O scurtă trecere în revistă a prevederilor acestor acte va permite crearea tabloului general al situației existente în domeniul reglementării transparenței mass-media. Astfel, conform pct.

3 Textul disponibil la adresa http://www.ebu.ch/CMSimages/en/leg_ref_coe_r94_13_transparency_221194_tcm6-4266.pdf.

4 Disponibilă la adresa http://apel.md/files/docs/Rec_99_1pluralism_mass_media_ro.pdf.

5 On-line la adresa <http://www.acces-info.org.md/index.php?cid=123&lid=99>

10 al Memorandumului Explicativ din Anexa **Recomandării Rec (94) 13**, transparența mass-media se definește ca „*posibilitatea publicului larg de a avea acces în mod echitabil și imparțial la anumite date privind mijloacele de comunicare în masă*”. Scopul transparenței ar fi, conform tezei a doua, să ofere publicului larg posibilitatea să cunoască *cine sunt proprietarii mijloacelor de comunicare în masă în vederea formării unei opinii despre valoarea informațiilor relatate de cei ce conduc posturile de radio, televiziune sau ziare*.

În viziunea Consiliului Europei, publicului larg ar trebui să i se ofere cel puțin date privind identitatea celor care își asumă funcțiile de conducere a serviciului de radiodifuziune sau a întreprinderii de presă și, în cazul în care acestea sunt exploatate de o persoană juridică, la identitatea asociaților acestei persoane juridice. Totodată, ținând cont de faptul că numărul acestor asociați poate fi foarte mare, o posibilitate este divulgarea numai a identității principalilor asociați.

Publicul ar trebui să aibă acces la informațiile privind achizițiile de proprietate media, printr-o cerere făcută fie autorităților competente, fie organizațiilor care activează expres în acest domeniu. Punctul 13 al Memorandumului explicativ recomandă ca legislația națională să prevadă obligația presei scrise de a-și publica aceste date „*cu o periodicitate care poate să varieze în funcție de informațiile vizate (de exemplu, la fiecare apariție pentru datele referitoare la identitatea responsabililor structurii editoriale, o dată pe an în ceea ce privește publicarea rezultatelor financiare)*”.

Este important, se arată în recomandarea Consiliului Europei, ca fiecare schimbare a proprietarului organelor de presă să fie comunicată constant publicului interesat.

Așa cum chiar în textul Recomandării se face distincție dintre informațiile ce vizează transparența sectorului audiovizual și cel al presei scrise, prevederile care pot fi introduse în legislația națională a statelor membre se clasifică în două categorii distincte:

1. Norme care reglementează transparența sectorului audiovizual;

2. Norme referitoare la transparența mass-media scrise.

Aici trebuie să menționăm că, referitor la ambele categorii privind transparența, comunicarea publică a informațiilor ar trebui să se facă cu respectarea drepturilor și intereselor legitime ale persoanelor sau organismelor obligate să divulge aceste informații. Recomandarea are în vedere și salvagardarea concurenței care ar putea fi afectată sau, mai general, respectarea regulilor economiei de piață care impune, în anumite limite, secretul comercial (Tuca V., 2008:4).

Recomandarea Rec (99) 1 a Comitetului de Miniștri către statele membre cu privire la măsurile de promovare a pluralismului mijloacelor de comunicare în masă, recomandă guvernelor statelor membre:

(i) să examineze măsurile propuse și să analizeze includerea lor în legislația și practicile lor naționale, dacă este nevoie, pentru a promova pluralismul mijloacelor de comunicare în masă;

(ii) să evalueze în mod sistematic eficiența măsurilor adoptate și să examineze necesitatea de a le revizui în conformitate cu dezvoltările economice și tehnologice din sectorul mijloacelor de comunicare în masă.

Consiliul Europei subliniază importanța elaborării unui cadru legislativ capabil să prevină sau să contracareze concentrările economice

care ar putea pune în pericol pluralismul mijloacelor de comunicare în masă la nivel național, regional sau local. În acest context, statele membre ar trebui să stabilească unele plafoane în legislația lor națională cu privire la presă, în scopul de a limita influența pe care una și aceeași întreprindere comercială sau unul și același grup comercial o poate avea în unul sau mai multe din sectoarele mijloacelor de comunicare în masă. Aceste plafoane ar putea lua în considerare partea maximă de audiență (tirajul) sau veniturile/cifra de afaceri ale întreprinderilor din sectorul presei. De aici vine necesitatea unor mecanisme credibile pentru auditul tirajelor și veniturilor realizate de către acestea.

De asemenea, ar putea fi stabilite limitări ale participării la capitalul întreprinderilor din sectorul mijloacelor de comunicare în masă. În cazul în care autoritățile naționale nu consideră oportună crearea unei instituții aparte cu dreptul de a acționa împotriva fuziunilor sau altor operațiuni de concentrare care amenință pluralismul mijloacelor de comunicare în masă, autoritatea generală însărcinată cu protecția concurenței ar trebui să acorde o atenție deosebită pluralismului mijloacelor de comunicare în masă în cadrul examinării fuziunilor sau altor operațiuni de concentrare economică din acest sector.

Recomandarea Rec (2000) 23 a Comitetului de Miniștri către Statele membre cu privire la independența și funcțiile autorităților de reglementare a sectorului radiodifuziunii se referă în special la necesitatea existenței unor asemenea autorități în statele membre care să-și îndeplinească misiunile în mod efectiv, independent și transparent, așa cum sunt acestea prevăzute de dreptul național.

Autoritățile de reglementare a sectorului radiodifuziunii ar trebui să urmărească respectarea regulilor referitoare la pluralismul mijloacelor de comunicare în masă și, în unele cazuri, referitoare și la concurență.

Cît privește **reglementările generale** ale **Uniunii Europene** privind transparența financiară a mijloacelor de comunicare în masă, există două directive în privința concurenței care pot avea relevanță și pentru transparență, și anume:

- **Directiva Parlamentului European și a Consiliului nr. 2004/17/CE** de coordonare a procedurilor de atribuire a contractelor de achiziții în sectoarele apei, energiei, transporturilor și serviciilor poștale;

- **Directiva Parlamentului European și a Consiliului nr. 2004/18/CE** privind coordonarea procedurilor de atribuire a contractelor de achiziții publice de lucrări, de bunuri și de servicii.

Mai relevantă este **Directiva 2004/18/CE**, care impune statelor membre să asigure transparența ofertelor publice, a costurilor și beneficiilor societăților care au beneficiat de subvenții. Se solicită autorităților naționale ale statelor membre să nu facă discriminări între companii de stat și cele private. Altă reglementare privește prevenirea creării unei poziții dominante. Prevederile în cauză au o legătură directă cu transparența în sectorul mass-media, urmărind asigurarea concurenței efective între întreprinderi din sectorul mass-media la atribuirea unor asemenea contracte.

După cum a putut fi observat, la nivel european și comunitar există întreg spectrul de reglementări care, fiind implementate adecvat în legislația națională, vor conferi activității

mijloacelor de comunicare în masă un caracter transparent, iar cetățenilor – acces la informația de interes public. Întrebarea rămîne însă în ce măsură aceste prevederi și-au găsit reflectare și sunt respectate în legislațiile naționale ale statelor membre.

1.2. Legislația altor state în materie de transparență a finanțării mijloacelor de comunicare în masă

Odată cu recunoașterea vectorului european în calitate de direcție prioritară de dezvoltare și drept o soluție pentru integrarea în spațiul european comun, Republica Moldova și-a asumat obligația conformării legislației naționale la standardele europene. Or, cea mai bună cale în acest sens pare să fie consultarea și preluarea celor mai reușite practici legislative aplicabile în statele membre și adaptate la specificul cadrului juridic național.

Avînd în vedere caracterul recomandărilor europene care nu au aplicabilitate directă și trebuie transpuse de către statele membre, este foarte interesantă modalitatea în care au făcut-o. În acest scop au fost identificate și analizate cele mai relevante prevederi privind transparența surselor de finanțare ale mijloacelor de comunicare în masă din următoarele state: Franța, Marea Britanie, Germania, Grecia, Danemarca, Bulgaria, Belgia și Portugalia.

Așa cum în textul **Recomandării Rec (94) 13** se face distincție dintre informațiile ce vizează transparența sectorului audiovizual și cel al presei scrise, vom analiza prevederile introduse în legislația națională a statelor membre reieșind din această clasificare.

1.2.1 Reglementarea transparenței sectorului audiovizual

Normele care reglementează transparența sectorului *audiovizual* se aplică atât serviciilor de televiziune, cât și serviciilor radio, indiferent de modul de receptare (cablu, satelit, etc.), aria de acoperire (națională, regională sau locală) sau dacă se plătește o taxă de acces sau nu.

Potrivit Recomandării Rec (94) 13, transparența în sectorul audiovizual se referă la trei categorii:

a) informații cu privire la identitatea persoanelor sau organismelor care participă la structura care operează serviciul media în cauză și despre natura și cota participării respective a acestor persoane sau organisme în structura vizată

Informațiile pot include date privind: identitatea persoanelor fizice sau juridice (companii sau trusturi de presă) - dacă este vorba de o societate (sau asociație) cu personalitate juridică națională sau străină; domiciliul sau reședința și profesia - în cazul în care este vorba de persoane fizice. Alte informații privesc structura Consiliului de Administrație, identitatea președintelui, situația financiară a membrilor Consiliului de Administrație, distribuția acțiunilor, ponderea voturilor în Consiliul de Administrație, etc. În afara capitalului acționarilor și a capitalului social, un alt mijloc prin care se poate impune transparența este dezvăluirea altor tipuri de contribuții la capitalul social (de exemplu: resurse umane, echipament tehnic sau alte servicii), care poate înclina balanța în favoarea unor acționari aparent mai puțin importanți.

Făcînd o incursiune în legislația unor state europene, se atestă faptul că domeniul audiovizualului este supravegheat de un consiliu cu atribuții de verificare a datelor de la pct. a). Iată câteva exemple de asemenea reglementări.

Bulgaria, prin Legea cu privire la protecția concurenței și drepturilor conexe și Legea audiovizualului, ambele adoptate încă în 1998, stabilește că societățile pe acțiuni și cele cu răspundere limitată sunt înregistrate la Agenția de Comerț din cadrul Ministerului Justiției⁶, care oferă informații contra plată. Pot fi cerute informații financiare despre posturile media care funcționează pe bază de licențe.

Spre deosebire de societățile comerciale de media, companiile de stat sunt obligate să publice anual toate informațiile pe site-ul: <http://www.bse-sofia.bg>.

Reglementări aplicabile aceluiași domeniu se conțin în Legea privind accesul la informațiile publice, adoptată în anul 2000.

În **Belgia**, de exemplu, Legea/Decretul cu privire la audiovizual, adoptată în 2005 și care este destinată comunității valone, stabilește Consiliul Superior al Audiovizualului în calitate de instituție independentă. Acesta publică lista tuturor radiourilor și televiziunilor din zona valonă, asigură accesul publicului la date privind denumirea organizației de presă, adresa, societatea de difuzare, capitalul social, numele acționarilor și structura acționariatului.

În **Danemarca**, potrivit Legii audiovizualului⁷ (art.45), licențele de funcționare se acordă de către Consiliul Audiovizualului. Ministerul Culturii reglementează condițiile pe care tre-

⁶ Pentru detalii vezi http://www.registryagency.bg/?page_id=789

⁷ Legea audiovizualului, Nr.1052 din 17 decembrie 2002, disponibilă la adresa <http://media.parlament.org.ua/uploads/files/f105.pdf>.

buie să le îndeplinească un participant la oferta publică. Companiile de radio sau televiziune trebuie să depună documentele și toate informațiile cerute de Consiliul Audiovizualului.

Agenția Națională de Comerț și Companii (Danish Commerce and Companies Agency) este instituția care furnizează informații despre orice societate comercială, inclusiv din domeniul audiovizualului sau presei scrise. În cadrul Agenției funcționează un serviciu care se ocupă exclusiv de furnizarea datelor actualizate la zi. Danemarca a preluat practica plasării în rețeaua Internet a informațiilor de interes public⁸.

Exemplul **Franței** este relevant prin expresivitatea și caracterul deschis al prevederilor Legii cu privire la libertatea de comunicare⁹, adoptată la 30 septembrie 1986, care, în articolul 43, §1 impune patru obligații pentru proprietarii mijloacelor de comunicare în masă din domeniul audiovizualului. Astfel, informațiile care trebuie să fie permanent accesibile publicului se vor referi la:

- denumirea și sediul, numele reprezentantului legal și primii trei acționari principali;
- numele directorului publicației și responsabilului editorial;
- lista publicațiilor editate de persoana juridică în cauză și lista altor servicii din domeniul audiovizualului pe care le deține;
- tarifele aplicate pentru serviciile oferite clienților.

Legea **Germaniei** cu privire la serviciile de radiodifuziune adoptată în 1991 la nivel federal, conține prevederi obligatorii pentru toate land-urile, care, de altfel, au fiecare propria au-

toritate/organ de reglementare în domeniul audiovizualului. Legea nominalizată obligă mijloacele de comunicare în masă să publice datele privind acționariatul, capitalul social și alte date cu privire la identitatea persoanelor fizice sau juridice care dețin acțiuni în respectiva organizație media.

O autoritate națională cu un rol important în transparența surselor de finanțare și a identității acționarilor este **Comisia Germană pentru Concentrare în Media** - KEK¹⁰. Constituită în 1995, KEK are în atribuție și asigurarea transparenței proprietății posturilor de radio și televiziune privată. Aceasta publică o listă anuală a radiodifuzorilor, care conține date despre toate posturile TV, societățile de difuziune și acționarii lor.

În cazul **Portugaliei** transparența surselor de finanțare este reglementată de Art. 5 al Legii cu privire la televiziune¹¹, care dispune că „*acțiunile reprezentând capitalul social al operatorilor de televiziune, care sunt parte a unei companii publice cu răspundere limitată trebuie să fie înregistrate. Relațiile dintre acționarii semnificativi care dețin capital în companiile de televiziune și cei care dețin drepturi speciale în alte entități asemănătoare sunt publicate împreună cu un raport asupra politicii editoriale în fiecare an calendaristic, în unul dintre periodicele de cea mai mare circulație. Situația contabilă anuală a acestora trebuie publicată de asemenea. Prin acționari semnificativi se înțelege cei care exercită o influență semnificativă în managementul unui operator de televiziune (cel puțin 10% din capitalul social sau din voturile unei companii)*”.

În concluzie, se poate observa în privința

8 Pentru detalii vezi <http://www.cvr.dk/Site/Forms/CompanySearch/CompanySearch.aspx>.

9 Legea cu privire la libertatea de comunicare, nr. 86-1067 din 30 septembrie 1986, disponibilă la <http://www.legifrance.gouv.fr/affichTexte.do?cidTexte=LEGITEXT000006068930&dateTexte=20101025>.

10 Pagina oficială: <http://www.kek-online.de/cgi-bin/esc/beteiligung.html#fern>.

11 Legea cu privire la televiziune, Nr.32 din 22.08.2003, disponibilă la adresa <http://www.anacom.pt/render.jsp?contentId=979664>.

audiovizualului că toate țările analizate urmează recomandarea Consiliului Europei privind transparența informațiilor despre structura societății comerciale care operează serviciul media în cauză. O autoritate legală poate emite sau nu licența de emisie, pe baza informațiilor prezentate de solicitant. Legile audiovizualului din statele membre prevăd furnizarea de date despre proprietarii mijloacelor de comunicare în masă care pot fi coroborate cu informații obținute în baza altor legi, și anume din registrul comerțului sau, în cazul presei scrise, în virtutea accesului la informațiile publice.

b) informații cu privire la natura și nivelul intereselor unui post de televiziune sau radio în alte mijloace de comunicare în masă sau întreprinderi din sectorul comunicării în masă, sau chiar în alte sectoare economice (*cross media ownership* – concentrație diagonală)

Divulgarea acestor informații poate să se dovedească necesară pentru a garanta transparența mijloacelor de comunicare în masă față de dezvoltarea proprietății încrucișate asupra mijloacelor de comunicare în masă, a concentrării multimedia și a internaționalizării activităților întreprinderilor din sectorul mijloacelor de comunicare în masă.

Totodată, această categorie de informații este fundamentală pentru libertatea de exprimare, care nu poate veni decât dintr-o varietate a mijloacelor de informare. Concentrarea mass-media în mâna a doar câteva persoane și propagarea intereselor lor economice și politice constituie un atentat la adresa libertății de exprimare, libertății de informare corectă și lezează grav procesul democratic.

Consiliul Europei recomandă statelor mem-

bre ca această categorie de informații, pe care mijloacele de comunicare în masă trebuie să o prezinte autorităților naționale abilitate, să fie extinsă și la sectoarele apropiate media, de exemplu în producția de programe radio și televiziune.

În plus, intră în această categorie de informații proprietarii de media care dețin capital social în companii private din sectorul comercial.

Un exemplu relevant este legislația **Greciei**, care a mers cel mai departe în acest domeniu, instituind cerința prezentării unui cazier judiciar (sau o declarație pe propria răspundere) cu privire la neimplicarea în acte de corupție a persoanelor care participă la oferte de lucrări publice și care dețin posturi de radio sau televiziune.

În Grecia, o societate poate deține numai o autorizație pentru a opera un post de televiziune. O persoană fizică sau juridică poate deține capital social într-o singură stație de televiziune în proporție de pînă la 25% din acțiuni. Participarea la capitalul social a mai mult de două tipuri de media este interzis (Tuca V., 2008:8).

c) informații cu privire la persoane sau organisme care, deși nu sunt oficial declarate drept proprietari ai posturilor de radio sau televiziune, în fapt exercită o influență decisivă asupra acestora

Este cel mai dificil scop de realizat odată ce deținătorii „puterii de influență” asupra media se ascund cel mai abil. Interesele pot varia de la cele politice și pînă la economice. Consiliul Europei oferă ca ipoteză de lucru situația relațiilor de familie între acționarul majoritar (om de paie – straw man) și persoana cu putere de

influență asupra companiei respective. Astfel de referințe se găsesc deja inserate în legislația unor state membre ale UE (Tuca V., 2008:8).

În sfârșit, privitor la transparența surselor de finanțare, se indică statelor Consiliului Europei ca proprietarii de media să anunțe autoritățile naționale care au emis licența despre orice modificare a repartiției capitalului sau, în orice caz, orice modificare considerată importantă, chiar când aceasta nu duce la schimbarea puterii de conducere a serviciului, chiar când aceasta nu are nici un efect asupra orientării serviciului.

Relevantă este transparența în privința subvențiilor mascate sub forma unor contracte de publicitate încheiate cu companii deținute de stat.

1.2.2. Reglementarea transparenței mass-media scrise

Dispozițiile susceptibile să fie introduse în legislația națională pentru a asigura transparența presei scrise nu pot fi identice cu cele aplicabile sectorului radiodifuziunii. Această diferență ține de faptul că procedurile de divulgare a informațiilor nu pot fi similare pentru ambele domenii, dat fiind că, spre deosebire de serviciile de radiodifuziune, crearea organelor de presă scrisă nu poate fi supusă unui sistem de autorizație.

Cu unele excepții, informațiile care trebuie să fie divulgate în domeniul presei scrise nu diferă fundamental în conținutul lor de cele prevăzute pentru serviciile de radiodifuziune. Totuși, acestea au câteva elemente caracteristice sectorului presei scrise, care sunt importante să fie luate în considerație, în raport cu cele pre-

zentate în ceea ce privește sectorul radiodifuziunii.

Revenind la reglementările Consiliului Europei, se disting cinci categorii de informații referitoare la transparența în domeniul presei scrise:

a) informații cu privire la persoana juridică care deține ziarul respectiv

În cadrul acestei categorii trebuie introdusă obligația divulgării identității pentru toți fondatorii sau acționarii publicației periodice și agenției sau numai pentru cei ce dețin cote de participare semnificative în capitalul întreprinderii.

Această exigență se poate extinde nu doar asupra actelor ce conferă o parte din proprietate, o putere de administrare, orientare sau observare, dar și asupra actelor ce ar putea realiza pe viitor același obiectiv (de exemplu, o promisiune de înstrăinare).

Acestea pot include date despre identitatea acționarilor sau pot fi limitate la cei care dețin cote semnificative din capital. Prin cotă semnificativă se înțelege acționarii care dețin mai mult de 10% din întregul acțiunilor companiei respective. O altă posibilitate este referirea la numărul acționarilor (de exemplu, cinci acționari principali).

Transparența poate fi realizată și prin cerința de a face publice contractele prin care se oferă anumitor persoane unele drepturi privind puterea de decizie editorială sau dreptul de a evalua funcționarea organizației de presă respectivă. Aceste prevederi privind transparența pot fi aplicate și în cazul unei promisiuni de vânzare sau de exploatare a ziarului respectiv.

Să urmărim așadar în ce măsură sunt re-

flectate aceste recomandări în legislația statelor membre ale Consiliului European.

Legea **Bulgariei** privind liberul acces la informații¹² obligă mijloacele de comunicare în masă să ofere informații „care se referă la *transparența mijloacelor de informare*” (articolul 3, alineatul 3). Conform art. 18, informațiile pot fi făcute publice numai dacă:

- persoana respectivă face parte din management-ul publicației în cauză sau exercită vreun control asupra lui sau a activităților sale;
- persoanele au afaceri în alte domenii și iau parte la management-ul altor publicații, permițând un control efectiv asupra lor sau activităților lor;
- persoanele sunt direct implicate în mass-media și participă la sau influențează politica editorială;
- privesc rezultatele financiare ale proprietarilor de media și cota de piață a publicațiilor pe care le dețin.

Accesul la informația privind media trebuie exercitat în așa fel, încât să existe un echilibru între principiul transparenței și, pe de altă parte, al protecției datelor personale și al libertăților economice.

Danemarca este una dintre țările cele mai tolerante când vine vorba de transparența presei. Codul Național de Conduită al Danemarcei a fost adoptat în 1992, cu aprobarea Uniunii Naționale a Jurnaliștilor.

Codul nu se referă la sursele de finanțare ale jurnalelor sau la acționariat, aceste informații fiind disponibile în cadrul Ministerului Comerțului, în cazul trusturilor de presă, împreună cu persoanele fizice care sunt și principalii acționari.

¹² Legea privind liberul acces la informații, nr.55 din 07.07.2000, disponibilă la adresa <http://www.aip-bg.org/library/laws/apia.htm>

Aproape toate informațiile de acest gen se pot obține online. Un site specializat conținând date privitoare la jurnalele daneze, orientarea lor, ponderea pe piață și numele companiilor care le dețin este <http://www.infomedia.dk/dk/ServiceMenu/English>.

În **Franța**, Legea nr. 86-1067 din 30 septembrie 1986 cu privire la libertatea de comunicare reprezintă o lege importantă pentru transparența surselor de informare. Aceasta prevede interdicția acțiunilor la purtător în cazul media (art.40). Se încearcă astfel eliminarea controlului din umbră a proprietarilor oficiali ai întreprinderilor de presă. Legea impune publicarea numelui directorului jurnalului, al proprietarului sau al reprezentantului legal al trustului de presă cărui aparține publicația în cauză și a primilor trei acționari. În caz că directorul publicației beneficiază de imunitate parlamentară, el trebuie să desemneze un co-director, responsabil în fața legii civile și penale.

O altă prevedere din aceeași lege interzice donații sau alte avantaje financiare de la un guvern străin.

Altă lege importantă pentru sursele de finanțare ale mass-media este cea a concurenței. Consiliul concurenței verifică trusturile de presă astfel, încât acestea să nu depășească în presa scrisă procentul de 30% distribuție la nivel național.

În **Germania** nu există o lege a presei în nici un land, însă există un **Cod al presei**¹³ care dictează etica profesiei de jurnalist. Acest cod a fost aprobat de Consiliul German de la Bonn (Presserat), însă acesta nu poate impune decât uneori presei scrise deciziile sale. Relația mass-media cu Consiliul rămâne bazată pe principiul auto-reglementării. Această instituție deține in-

¹³ Codul German al Presei din 12.12.1973, disponibil la adresa http://www.presserat.info/uploads/media/Press_Code.pdf.

formații despre cotidienele germane și codul de presă al jurnaliștilor.

Conform așteptărilor, problema transparenței surselor financiare ale presei scrise în **Marea Britanie** urmează modelul general anglo-saxon al auto-reglementării. Comisia de Petiționare a Presei (The Press Complaints Commission) are în atribuții aplicarea unui Cod de presă, elaborat de jurnaliști și industria media și ratificat de Comisie în 2006. S-a conturat o etică a fiecărui jurnal de a-și prezenta anual sursele de venit sau situația financiar-contabilă, în paginile publicațiilor respective, deși această obligație nu este impusă de Comisia de Petiționare a Presei.

Articolul 16 al Legii presei¹⁴ din **Portugalia** dispune că, „*pentru toate publicațiile organizate sub forma unor societăți comerciale cu răspundere limitată, toate părțile sociale trebuie să fie nominative*”. Se exclude astfel posibilitatea mascării adevăratului proprietar prin emiterea unor acțiuni la purtător. Tehnica este cunoscută și constă în vânzarea acțiunilor unei alte persoane, dublată de semnarea unui contract secret prin care se precizează că proprietatea ziarului o deține în continuare vânzătorul (Tuca V., 2008:11).

Lista acționarilor, împreună cu numărul de acțiuni, părți sociale sau alte mijloace din patrimoniul deținute într-o companie de presă sau în mai multe deținute de același grup, trebuie să fie dată publicității în toate jurnalele companiilor respective, în luna aprilie a fiecărui an respectiv. Concomitent, lista trebuie expediată *Înaltei Autorități pentru Mass-Media*. Conform legii nominalizate, companiile de presă sunt obligate să publice tirajul publicației. O altă obligație se referă la includerea, pînă la sfîrșitul primului

14 Legea Presei nr. 2 din 13.01.1999, disponibilă la adresa http://www.dgpj.mj.pt/DGPJ/sections/leis-da-justica/livro-v-leis-sobre/pdf2215/l-2-1999/downloadFile/file/L_2_1999.pdf?nocache=1182265547.56.

semestru al fiecărui an, a unui raport anual privind situația contabilă, sursele din care provine capitalul social, cum ar fi cîștiguri plasate în alte afaceri, din împrumuturi sau donații.

b) informații cu privire la interesele deținute în alte mijloace de comunicare în masă de către structura editorială sau de persoanele sau organismele care participă la aceasta (cross-ownership – concentrație diagonală)

Informațiile din această categorie vizează în primul rînd, participațiile la capitalul altor întreprinderi editoriale (naționale și/sau străine), dar și participațiile deținute în capitalul statutar al serviciilor de radiodifuziune, pentru a putea identifica proprietățile încrucișate ale întreprinderilor din sectorul respectiv și concentrările multimedia. Aceste dispoziții pot fi aplicate și față de cotele deținute în capitalul întreprinderilor aflate în sectoare conexe cu cel al presei (de ex.: agenții de publicitate, tipografii).

c) informații cu privire la persoanele sau organismele care, deși nu sunt oficial declarate ca proprietari, exercită o influență decisivă asupra politicii editoriale a organului sau organelor de presă pe care le administrează

Este vorba de informațiile referitoare la persoanele sau organismele care, pe lîngă administratorii oficiali ai structurii editoriale, sunt susceptibile să exercite o influență determinantă asupra orientării editoriale a acestui sau acestor organe de presă¹⁵ (CJI, 2008:34).

Poate fi relevantă identificarea persoanelor sau organizațiilor care au un rol semnificativ asupra politicii editoriale a unui ziar care, în

15 De ex.: Legea Franței nr. 86-1067 din 30 septembrie 1986 cu privire la libertatea de comunicare sau, indirect, Secțiunea 6.1 a Codului German al Presei din 12 decembrie 1973, vorbește despre incompatibilitatea profesiei de jurnalist sau publicist cu deținerea altor funcții decît aceasta, de ex. într-un Guvern, autoritate publică sau întreprindere privată.

mod formal, este înregistrat pe numele altor proprietari. O altă influență mascată asupra ziarelor o pot avea și firmele care își fac publicitate în jurnalele respective.

d) informații privind orice declarații referitoare la politica editorială sau orientarea politică a organelor de presă

În cazul în care activitatea organului de presă este reglementată printr-un text ce definește politica sa editorială sau orientarea sa politică (de ex.: regulament intern) acesta ar trebui să fie publicat. Divulgarea informațiilor pe care le conține ar permite publicului larg să-și formeze o opinie despre valorile promovate de politica editorială a publicației.

e) informații privind transparența în cazul acordării ajutoarelor directe unor publicații sau în cazul în care concentrările de presă sunt permise pînă la un prag legal stabilit

Informațiile din ultima categorie privesc autoritățile publice. Primul caz, ia în considerare situația alocării unor subvenții directe anumitor publicații. Se are aici în vedere intervenția activă a statului pentru a menține pluralismul media în scopul de a asigura unele produse (publicații culturale sau specializate pe domenii de interes mai redus) care nu ar putea supraviețui pe piața mass-media. Criteriile în baza cărora se oferă subvențiile trebuie să fie clare și precise. În acest caz autoritățile statelor responsabile pot cere date precise privind situația financiară a publicațiilor în cauză.

Al doilea caz se referă la verificarea depășirii sau nu a pragului de anti-concentrare. Datele cu privire la proprietarii mass-media se cer transmise autorităților publice, de exemplu, Consiliului Concurenței, care trebuie să verifi-

ce și să ia măsuri în cazul în care se constată o concentrare peste limita legal permisă. Trebuie menționat că divulgarea acestor informații poate fi prevăzută în cadrul diferitor ramuri ale dreptului (dreptul comercial sau dreptul mijloacelor de comunicare în masă). Pe de altă parte, comunicarea publică a acestor informații poate să se dovedească utilă pentru a permite publicului, de exemplu, să anticipeze eventuale schimbări de proprietate asupra organelor de presă ca urmare a rezultatelor financiare proaste ale acestor publicații.

Așadar, **concluzia** care se impune este că transparența în cadrul surselor de finanțare a *presei* se realizează fie printr-un Cod etic al jurnaliștilor (auto-reglementare – majoritatea statelor Uniunii Europene) fie printr-o lege a presei (de exemplu, cazul Portugaliei). Normele se aplică fie de către o organizație a jurnaliștilor, fără putere juridică (în primul caz) sau de către o autoritate mass-media (în al doilea caz), ale cărei decizii sunt obligatorii.

1.3. Diagnosticul legislației Republicii Moldova cu privire la finanțarea mass-media. Domenii de intervenție

Cadrul normativ de reglementare a activității instituțiilor media din Republica Moldova a constituit subiectul numeroaselor conferințe, ateliere de lucru, mese rotunde și dezbateri, soldate cu elaborarea propunerilor pentru perfecționarea acestuia. În special, a fost abordat gradul de corespundere a reglementărilor naționale cu standardele europene.

Potrivit opiniei specialiștilor, legislația Republicii Moldova în domeniul mass-media este în general una bună și chiar dacă mai există unele curențe acestea sunt ne semnificative comparativ cu implementarea proastă a normei juridice.

Monitorizarea implementării legislației în domeniu ar trebui să fie principalul obiectiv, iar accentul, în opinia jurnaliștilor, trebuie pus pe mecanismele de implementare și respectare a cadrului normativ, altfel toate eforturile riscă să fie zădărnice.

Acestea fiind spuse, ne propunem să verificăm veridicitatea unor asemenea afirmații și să analizăm legislația în vigoare referitoare la transparența surselor de finanțare a mijloacelor de comunicare în masă.

Prevederile relevante ale legislației naționale, a căror aplicare determină relațiile economice dintre stat și mass-media, sunt următoarele:

- Constituția Republicii Moldova;
- Codul audiovizualului al Republicii Moldova, nr. 260 din 27.07.2006;
- Codul electoral al Republicii Moldova, nr. 1381 din 21.11.1997;
- Legea presei, nr.243-XIII din 26.10.1994;
- Legea cu privire la publicitate, nr.1227-XIII din 27.06.1997;
- Legea privind achizițiile publice, nr. 96-XVI din 13.04.2007.

Fiecare dintre aceste acte, în diferită măsură, conține reglementări privind finanțarea instituțiilor mass-media și transparența acestui proces.

Articolul 34 din **Constituție** are ca obiect de reglementare dreptul la informație și se

referă la funcția de informare în masă: „(4) *Mijloacele de informare publică, de stat sau private, sunt obligate să asigure informarea corectă a opiniei publice.*” Această sarcină este în egală măsură valabilă atât pentru publicațiile periodice private, cât și pentru cele aparținând statului. Prevederea dată este preluată și dezvoltată de legile adoptate ulterior în domeniul mass-media.

Bunăoară, **Codul audiovizualului al Republicii Moldova**, în art.7 alineatul 5, conține prevederi referitoare la protejarea pluralismului și diversității în domeniul audiovizualului prin limitarea concentrării proprietății și evitarea apariției pozițiilor dominante în formarea opiniei publice. Acest principiu este aplicat și de Consiliul Coordonator al Audiovizualului (CCA) în procesul de emiteră a licenței de emisie (art.23 alin.3). De asemenea, anunțul cu privire la concursul pentru frecvențele disponibile, publicat de CCA în Monitorul Oficial, pe pagina web proprie și în alte mijloace de informare în masă autohtone, va cuprinde și o solicitare-tip, unde vor fi indicate datele de identificare ale proprietarului și sursele de finanțare ale serviciilor de programe (art.23 alin. 6).

Codul electoral, în articolul 64¹ prevede că, *”în prima săptămână a perioadei electorale, fiecare radiodifuzor depune la Consiliul Coordonator al Audiovizualului o declarație privind politica editorială pentru campania electorală, în care indică numele proprietarului/proprietarilor instituției”*. Declarațiile se publică pe pagina web a CCA.

Cu regret, în lipsa unui mecanism de asigurare a aplicării prevederilor nominalizate, norma legală rămîne literă moartă. CCA, în calitate de autoritate responsabilă pentru im-

plementarea și respectarea legislației audiovizualului, ar trebui să aducă claritate la acest capitol, în special prin emiterea unei instrucțiuni, care să explice detaliat ce vor include datele despre proprietari și sursele de finanțare.

Legea presei reglementează modalitatea de organizare și condițiile-cadru de activitate a instituțiilor mass-media. Aceasta prevede că publicațiile periodice și agențiile de presă își desfășoară activitatea pe bază de autogestiune. Totodată, art.12 stabilește o serie de derogări pentru finanțarea directă din partea statului a instituțiilor media (publicațiile periodice și agențiile de presă) fondate de autoritățile publice:

„(1) *Publicațiile periodice și agențiile de presă își desfășoară activitatea pe bază de autogestiune. Publicațiile periodice destinate copiilor de vârstă școlară și preșcolară sunt finanțate de către stat; în acest caz ministerele (departamentele) respective devin fondatorii (cofondatorii) lor.*”

Aparent dispoziția este binevenită, însă în acest caz ministerele și departamentele respective devin fondatorii (cofondatorii) publicațiilor, ceea ce sugerează ideea că acestea vor promova careva viziuni politice. În consecință, domeniul educațional, care necesită mai mult decât oricare de a fi protejat împotriva ingerințelor politice, ajunge în serviciul unor interese. Tot cu lacune este și prevederea conform căreia:

„(2) *Publicațiile periodice și agențiile de presă fondate de către autoritățile publice se finanțează de la bugetul respectiv.*”

Aici accentul este pus pe publicațiile fondate de stat, fapt ce poate influența negativ dezvoltarea presei private, nevoită să supraviețuiască în condiții economice extrem de dure.

Totodată, unicele elemente de transparen-

ță a provenienței finanțării presei periodice și agențiilor de presă țin doar de publicarea biannuală a donațiilor primite din partea persoanelor fizice și juridice:

„(3) *Pentru susținerea publicațiilor periodice și agențiilor de presă se admit donații din partea persoanelor fizice și juridice din Republica Moldova și din străinătate. Publicațiile periodice și agențiile de presă sunt obligate să publice de două ori pe an – în ianuarie și iulie – informații privind sursa și valoarea donațiilor, inclusiv a celor nefinanțate.*”

Legea presei conține o interdicție privind finanțarea directă de către un stat străin, decât dacă nu există o înțelegere specială într-un tratat internațional încheiat bilateral cu acel stat:

„(4) *Se interzice finanțarea sau susținerea în orice altă formă a publicațiilor periodice de către guvernele statelor străine, cu excepția cazurilor prevăzute în acordurile interstatale bilaterale.*”

Putem constata că prevederea în cauză este mai mult decât discutabilă. Susținătorii acestora nu vor ezita să facă trimitere la o prevedere similară din legislația franceză¹⁶, excluzând prin aceasta orice influență externă percepută în afara relațiilor de cooperare guvernamentală bilaterală. Pe de altă parte, prevederea intră în contradicție cu practica Curții Europene a Drepturilor Omului, potrivit căreia deținerea, finanțarea sau orice altă formă de sprijin din străinătate a mass-media constituie activități în favoarea libertății de exprimare, deoarece instituțiile respective nu intervin în conținut și nu influențează redacțiile în expunerea punctelor de vedere (Spinei V., 2003).

O interpretare restrictivă a normei de la art.12 scoate în afara legii orice susținere, directă sau indirectă, a presei din oricare fonduri

¹⁶ Legea Franței nr. 86-1067 din 30 septembrie 1986 cu privire la libertatea de comunicare.

publice străine. În viziunea mai multor experți (naționali și străini), norma dată conține un risc potențial pentru programele de cooperare cu organizațiile internaționale și nu este asigurată de instrumentariul necesar pentru observarea tuturor formelor de susținere directă și indirectă practicate de alte state (CJI, 2008:29). Alte condiții, forme sau proceduri de susținere directă sau indirectă sau care ar impune cerințe de transparență pentru presă, nu sunt prevăzute de legea în cauză.

Mai mult, analizând pe rând cele cinci categorii de informații referitoare la transparența în domeniul presei scrise, prevăzute de Recomandarea Rec (94) 13, cu ușurință se observă că legea nu prevede careva cerințe de divulgare a acestora. Mențiunea din art.13 (datele de referință ale publicației periodice) potrivit căreia fiecare număr al publicației periodice trebuie să cuprindă, printre altele, *numele fondatorului*, nici măcar nu se încadrează în prima categorie prevăzută de Recomandare. Aici termenul “fondator” este utilizat inadecvat și nu comportă sensul ce i se atribuie, asta din moment ce informațiile de interes public trebuie să se refere la “proprietarul” publicației.

Dispozițiile cu privire la “fondator” și “subvenționarea (dotarea) de la buget” numai a unor publicații au un subtext extrem de periculos, deoarece statul apare concomitent în postura de concurent pe piața informațională, de legiuitor și de promotor, direct sau indirect, al intereselor proprii.

Reieșind din cele expuse, concluzionăm că Legea presei, în redacția actuală, este totalmente depășită de evoluția relațiilor și fenomenelor din societatea modernă, aceasta fiind incapabilă să creeze o platformă funcțională în care să activeze presa. Or, prin susținerea directă,

plena și necondiționată a unor actori, legea involuntar are repercusiuni asupra liberei concurențe în domeniu.

Se impune așadar o modernizare a Legii presei care să reflecte de asemenea și elementele de transparență, inclusiv pentru a asigura o informare completă a publicului asupra persoanelor care determină politica editorială, a limita concentrarea excesivă a presei în mâinile unor persoane etc., conform standardelor Consiliului European.

Legea cu privire la publicitate stabilește principiile generale ale activității în domeniul publicității în Republica Moldova și reglementează relațiile care apar în procesul de producere, amplasare și difuzare a publicității.

Potrivit art. 5 al acestei legi, în calitate de furnizori, producători și difuzori de publicitate pot fi *„persoanele fizice și juridice, indiferent de tipul de proprietate și forma juridică de organizare”*, adică inclusiv autoritățile statului și întreprinderile care gestionează bani publici.

În art. 14 este stabilit pragul de difuzare a publicității în presa periodică: *„Publicitatea în publicațiile periodice finanțate de la bugetul de stat, altele decât cele specializate în informații și materiale cu caracter publicitar, nu trebuie să depășească 30% din volumul unui număr al ediției.”*

În procesul de aplicare a acestei legi își face apariția o serie de probleme ce țin de finanțarea presei de către stat, care se datorează absenței unor prevederi exprese privind utilizarea banilor publici pentru publicitate publică (art.21), în baza unor criterii obiective, imparțiale și nediscriminatorii. Menționăm că absența unei prevederi clare care ar reglementa procedurile speciale de achiziție de publicitate de către autoritățile publice comportă riscul unor po-

tențiale abuzuri, voluntare sau involuntare, din partea factorilor de decizie (CJI, 2008:30).

Utilizarea finanțelor publice în domeniul mass-media, în baza **Legii privind achizițiile publice**, nu este suficient de transparentă, mai cu seamă la capitolul cheltuieli pentru publicitate, asistență și abonamente. Aceasta duce la aplicarea unor criterii subiective, discriminatorii, ineficiente în procesul distribuirii banilor publici destinați mass-media, avantajând în mod nejustificat unele mijloace de informare în masă în raport cu altele, afectând concurența loială pe piața media și stimulând actele de corupție.

Informații detaliate la acest subiect au fost elucidate în Raportul final al Centrului pentru Jurnalism Independent realizat în cadrul proiectului „Relațiile dintre presă și autoritățile de stat - spre transparență și responsabilitate”¹⁷.

Modificarea Legii cu privire la achizițiile publice este necesară pentru instituirea, în cadrul procedurilor de achiziții publice, a garanțiilor juridice în vederea utilizării transparente și responsabile a banilor publici în domeniul mass-media, precum și întru asigurarea altor aspecte ale publicității și transparenței achizițiilor publice mass-media.

1.4. Domenii de intervenție

O primă soluție care se impune este introducerea în cadrul legal național a prevederilor menite să asigure transparența și accesul liber la informația cu privire la proprietățile mass-media, inclusiv la informațiile despre tirajele de presă și structurile de holding mass-media existente în Moldova. De asemenea, este nece-

sară elaborarea unui mecanism eficient care ar asigura publicarea informațiilor privind sursa și valoarea donațiilor, inclusiv a celor nefinanciare; precum și referitor la persoanele care dețin și influențează politica editorială a mijloacelor de informare în masă respective.

Populația trebuie să aibă acces la datele de bază referitoare la mijloacele de informare în masă (fondatorii, sursele de finanțare, adresa) pentru a-și forma o opinie clară despre credibilitatea informațiilor difuzate de acestea. Or, odată cu divulgarea acestora, în sectorul radio/TV se va asigura transparența datelor referitoare la solicitanții de autorizații de emisie, serviciile de radiodifuziune, inclusiv cele care țin de identitatea persoanelor/organismelor care participă la structura ce va exploata serviciul, despre natura și cota participării acestora la structura respectivă. Pe parcurs trebuie făcute publice și informațiile despre schimbările survenite.

Aceleași principii ale transparenței urmează să fie prevăzute și în domeniul presei.

Pentru asigurarea transparenței este necesară abrogarea prevederilor din **Legea presei** privind finanțarea publicațiilor periodice și agențiilor de presă care contravin principiilor enunțate mai sus.

Unii specialiști afirmă că îmbunătățirea cadrului legislativ va deveni o realitate numai odată cu abrogarea Legii presei. Argumentele în susținerea acestei opțiuni își au sorginea iarăși în experiența altor state, unde existența unei legi cu privire la presă mai curînd denotă necesitatea limitării la maximum a reglementărilor legale în acest domeniu. Or, în multe țări funcționează organe de autoreglementare în domeniul mass-media (Suedia, Marea Britanie), care confirmă încă o dată adevărul

¹⁷ Raportul poate fi accesat pe adresa: http://ijc.md/Publicatii/presa_stat_raport_final.pdf

că eficiența unor asemenea organe face inutile actele legislative speciale cu condiția recunoașterii de toate mijloacele de informare în masă a Codului deontologic al jurnalistului și a consiliilor (comisiilor) de autoreglementare (Spinei V., 2003).

Totuși, Legea presei poate fi utilizată ca un instrument de promovare a noilor valori și standarde.

Un alt aspect al activității instituțiilor mass-media, apreciat ca fiind problematic, este lipsa prevederilor legislației naționale privind *susținerea de către stat a publicațiilor periodice*.

Conform recomandărilor Consiliului European, statele membre ar putea aplica măsuri de susținere financiară, directă sau indirectă, a mass-media în vederea promovării pluralismului și diversității acestora; măsuri de asistare a mijloacelor de informare în masă care se confruntă cu dificultăți financiare¹⁸.

Prin urmare, adoptarea unui cadru legal adecvat ar contribui la susținerea și promovarea de către stat a dezvoltării economice și a independenței editoriale a publicațiilor periodice, protejării de către autoritățile și instituțiile publice a concurenței loiale, combaterii activității autorităților administrației publice de limitare a concurenței în domeniul presei scrise.

Firește, aceste măsuri de susținere urmează a fi acordate în temeiul unor criterii obiective, în condițiile transparenței depline, supuse unui control exercitat de structuri independente. Modalitățile de susținere vor fi reexaminare periodic pentru a se evita orice încurajare întâmplătoare a procesului de concentrare a

18 Anexa la Recomandarea nr. R (99) 1 a Comitetului de Miniștri către statele membre cu privire la măsurile de promovare a pluralismului mijloacelor de comunicare în masă, Capitolul VI. Măsuri de susținere a mijloacelor de comunicare în masă.

mass-media¹⁹. Și cum cadrul legal existent nu asigură jocul liber al concurenței pe piața respectivă este necesară crearea unei piețe funcționale a presei.

În acest context Asociația Presei Independente a transmis Guvernului proiectul *Legii cu privire la ajutoarele de stat pentru publicațiile periodice*²⁰, care prevede instituirea unui mecanism transparent de acordare a ajutoarelor de stat, în baza unor criterii stricte și obiective, aplicate egal pentru toate publicațiile, în conformitate cu recomandările Consiliului European. Cu regret, Guvernul a manifestat o atitudine mai mult decât critică și, în baza unui aviz²¹ aprobat prin Hotărârea Guvernului nr.829 din 10.09.2010, nu a susținut proiectul de lege în cauză, acesta urmînd a fi prelucrat și definitivat potrivit concepțiilor guvernării.

Pentru stimularea dezvoltării mass-media autohtone, inclusiv a presei de importanță socială, Ministerul Justiției a lansat inițiativa de elaborare a proiectului *Concepției de dezvoltare a pieței mediatice din Republica Moldova* și Planului de acțiuni pentru implementarea acesteia, precum și a proiectului *Concepției de dezvoltare a audiovizualului în Republica Moldova*²². Rămîne de văzut în ce măsură concepțiile nominalizate vor contribui la schimbări calitative, în condițiile în care avem mai mare nevoie de acțiuni practice cu acoperire financiară, decât de documente conceptuale.

De asemenea, legea bugetară anuală necesită să fie completată cu unele prevederi, prin care presa de importanță socială să beneficieze de subsidii pentru acoperirea cheltuielilor de

19 Ibidem.

20 Textul proiectului disponibil la adresa http://api.md/files/13-proiect_lege_ajutoare_de_stat.pdf.

21 Textul Avizului disponibil la adresa <http://www.gov.md/public/files/resursevechi/docs/SED2010/8092010/Intr08.pdf>.

22 Informații detaliate la adresa <http://www.justice.gov.md/ro/pro-norm>.

distribuție. Un lucru la fel de important ar fi modificarea Codului Fiscal și stabilirea unui cadru fiscal preferențial pentru instituțiile de presă.

Bunăoară în Austria, Franța, Olanda, Norvegia, Spania, guvernele subvenționează ziarele care se confruntă cu dificultăți financiare. De anumite subvenții beneficiază posturile de radio/TV. Olanda și Norvegia acordă subvenții redacțiilor ziarelor independente. În Austria, Franța, Norvegia, Suedia, SUA se practică sprijinul indirect al publicațiilor, prin acoperirea cheltuielilor legate de taxele poștale.

Un imbold în reforma presei naționale și locale a constituit-o adoptarea la 17 septembrie a **Legii privind deetatizarea publicațiilor periodice**, care va favoriza pluralismul mediatic și va asigura relații transparente între autorități și instituțiile media. Legea urmează să fie implementată în decurs de doi ani.

Cît privește **Legea cu privire la publicitate**, este necesară completarea acesteia cu o noțiune nouă și anume „publicitate publică – publicitate achiziționată din bani publici”. Alte modificări s-ar referi la reglementarea diferenței dintre „publicitatea comercială” și „publicitatea publică”, care să prevadă o serie de obligații pentru sectorul public, pornind de la faptul că publicitatea plasată de către autoritățile publice urmărește nu doar obiective filantropice și de importanță socială, dar și alte obiective (de ex: anunțuri de angajare etc.).

Totodată, este importantă și ajustarea la standardele europene a **Legii privind achizițiile publice**, cu instituirea unor obligații de asigurare a transparenței publice pe toată durata contractelor de achiziții publice din sectorul presei, inclusiv obligația autorităților contractante implicate de a-și publica dările de seamă

privind procedurile de achiziții din sectorul respectiv pe pagina-web proprie astfel, încît informația să poată fi accesată liber de orice cetățean (CJI, 2008:42).

Nu putem trece cu vederea o problemă mai nouă cu care se confruntă mijloacele de comunicare în masă. Este vorba despre introducerea **taxei locale de plasare a publicității de pînă la 5%** din suprafața publicitară plasată. Legea, prin care a fost aprobată modificarea dată, a stîrnit numeroase nemulțumiri din partea instituțiilor mass-media și organizațiilor non-guvernamentale de profil.

În cele ce urmează, am încercat să descriem originea problemei, evoluția acesteia și situația la zi.

1.5. Taxa locală pentru plasarea publicității

Situația deficitară în care s-a pomenit Republica Moldova la finele anului 2009 a determinat guvernarea să întreprindă acțiuni prompte, care să contribuie pe termen scurt la reabilitarea economică a țării. Au fost lansate și aprobate în termen record un șir de inițiative legislative, consecințele cărora se resimt și astăzi. Are de suferit și sectorul mass-media.

Așadar, Legea nr.108-XVIII din 17 decembrie 2009, care introducea o serie de modificări în Codul Fiscal al Republicii Moldova, a căzut povară grea pe umerii instituțiilor media.

Fatală a fost modificarea operată la articolul 290 din Titlul VII. Taxele locale, conform căreia posturile radio, TV, internet, presa periodică și tipărițiile au devenit subiecți ai impunerii cu taxa locală de plasare (amplasare) a publicității (reclamei) de pînă la 5% din suprafața

publicitară plasată (amplasată).

Așa arată acum poziția respectivă din Anexa la Titlul VII al Codului Fiscal:

Denumirea taxei	Baza impozabilă a obiectului impunerii	Cota maximă	Termenele de plată a taxei și de prezentare a dărilor de seamă fiscale de către subiecții impunerii și organele împuternicite
c) Taxa de plasare (amplasare) a publicitatii (reclamei) (cu excepția celei amplasate integral în zona de protecție a drumurilor din afara perimetrelor localităților)	Venitul din vânzări ale serviciilor de plasare și/sau difuzare a anunțurilor publicitare prin intermediul serviciilor cinematografice, video, <i>TV</i> , <i>internet</i> , <i>radio</i> , <i>presei periodice</i> , prin <i>tiparituri</i> , prin rețelele telefonice, telegrafice, telex, prin mijloacele de transport, prin alte mijloace, cu excepția amplasării publicitatii exterioare	5%	Trimestrial, pînă în ultima zi a lunii imediat următoare trimestrului gestionar

Se creează impresia că, pentru acoperirea deficitului bugetar de la sfîrșitul anului 2009, legiuitorul a ținut cu orice preț să utilizeze toate resursele posibile. Totuși, aceste inițiative au fost lipsite de o argumentare economică de rigoare, or, înainte de a influența cardinal statutul unui actor pe arena fiscală trebuie analizată minuțios situația în care se află acesta și riscurile aferente inițiativei (careva date statistice și analitice privind impactul pe care îl pot produce în domeniile pentru care au fost aprobate). În susținerea afirmației vine Nota explicativă la proiectul de lege pentru modificarea și completarea unor acte legislative²³, care nu conține nicio argumentare a necesității operării unei asemenea modificări.

Prevederea în cauză a lipsit pînă acum din legislația națională, iar introducerea taxei locale pentru publicitate afectează grav situația financiară a instituțiilor mass-media independente, publicitatea fiind una din puținele surse de existență a acestora. În special, au de suferit ziarele independente locale, deoarece în unele regiuni, după adoptarea Legii nr. 108-VIII din 17.12.2009, consiliile locale deja au introdus această taxă sau intenționează s-o introducă. Putem menționa aici Consiliul Municipal

23 <http://old.parlament.md/lawprocess/laws/December2009/108-XVIII-17.12.09>.

Chișinău, Consiliul local Soroca, Consiliul local Rezina, care au stabilit cota maximă de 5% și doar cu titlu de excepție, Consiliul Municipal Bălți, care a stabilit cota de 1% a taxei pentru plasarea publicității.

Bunăoară Regulamentul cu privire la stabilirea pe teritoriul orașului Soroca a taxelor locale²⁴ prevede următoarele: *"Taxa de amplasare a publicității se stabilește în mărime de 5% din veniturile din vânzarea serviciilor de plasare a anunțurilor publicitare. De înlesniri la taxa de amplasare a publicității se folosesc instituțiile bugetare"*.

Este de menționat că, în condițiile crizei economice, introducerea acestei taxe afectează grav în primul rînd presa scrisă, care și așa dispune de bugete foarte mici. Taxa locală este irațională inclusiv din considerentul că mass-media nu folosește resursele materiale și nemateriale în scopuri de producție.

Conform unor studii în domeniu, în anul 2009 în ziare a fost amplasată cu pînă la 35% mai puțină reclamă față de 2008, iar în anul 2010 situația continuă să se înrăutățească. În același timp, industria poligrafică înregistrează o scădere cu cel puțin 20% a volumelor de producție, ceea ce indică inclusiv la reducerea tirajelor publicațiilor periodice din țara noastră.

Pentru comparație, în cel puțin 30 de țări ale lumii în general nu există taxa pentru pu-

24 <http://www.primrosoca.md/pagini-0-40-0.html>

blicitate, astfel instituțiile mass-media nefiind subiecți ai impozitării cu această taxă.

Spre deosebire de Republica Moldova, în majoritatea țărilor europene sunt utilizate doar câteva impozite și taxe locale, deși unul din ele este, de obicei, mai important. Marea Britanie, unde este utilizat un singur impozit, cel imobiliar (chiar dacă nu în forma clasică), reprezintă o excepție²⁵.

În situația creată și după reacția în lanț a instituțiilor mass-media din țară, legiuitorul s-a văzut nevoit să recunoască faptul că introducerea taxei pentru instituțiile mass-media a fost un pas făcut în grabă, dar și o necesitate dictată de situația precară în care se afla bugetul, iar acum, când presa cu greu rezistă în condiții de criză, această povară urmează a fi scoasă²⁶.

Astfel, pe 24 aprilie 2010 în Parlament a fost depusă o inițiativă legislativă privind modificarea Codului Fiscal. Este vorba despre un proiect de lege pentru a scuti instituțiile mass-media din Republica Moldova de taxa locală de 5% din publicitate. Potrivit proiectului de lege, instituțiile mass-media din țară vor fi excluse din categoria de subiecți ai impunerii cu taxă locală pentru plasarea publicității. Textul proiectului și Nota explicativă au fost accesate pe pagina oficială a Parlamentului (versiunea veche)²⁷, la compartimentul ”proiecte intrate în Parlament”.

La 27 septembrie 2010, Guvernul a aprobat proiectul de lege și l-a expediat spre adoptare Parlamentului, care avea să fie dizolvat o zi mai târziu.

În asemenea circumstanțe, instituțiile mass-media, deja a câta oară, sunt lăsate față în față cu propriile necazuri și probleme, asta însă doar pentru o perioadă de ”respiro” (!), pînă cînd vor fi instituite autoritatea legislativă și executivă în Republica Moldova.

1.6. Concluzii

Odată cu adoptarea de către Consiliul Europei a principiilor directoare și recomandărilor în materia reglementării accesului la informația despre sursele de finanțare ale posturilor de radio, televiziune și presei scrise, majoritatea statelor europene nu au ezitat să transpună în legislația națională aceste prevederi.

Cu toate că prevederile menționate nu au efect direct în ordinea juridică națională, acestea totuși reprezintă standardul comun, acceptat consensual de statele membre ale Consiliului Europei și ghidul cel mai important în asigurarea activității instituțiilor media.

Potrivit unui scenariu logic, Republica Moldova ar trebui să se regăsească printre statele care s-au conformat recomandărilor de asigurare a transparenței surselor de finanțare ale mass-media.

Cu regret, atestăm o cu totul altă situație la acest capitol, dat fiind că legislația națională în problemele finanțării, sponsorizării, subvenționării de către stat a mijloacelor de comunicare în masă conține numeroase lacune și ambiguități.

Cu unele excepții, practic lipsesc prevederi care să asigure publicarea informațiilor despre structura societății comerciale care operează serviciul media, proprietarii și proprietățile acestuia, interesele și influența asupra politicii editoriale a instituției de media, etc.

25 Managementul finanțelor publice locale, M. Roșcovan, pag. 136, http://www.habitatmoldova.org/publications/30/ro/Managementul_Finanțelor_Publice_Locale.doc.

26 Declarație disponibilă la adresa <http://www.voceabasarabiei.net/index.php/stiri/politica/8206-audio-iniitativ-legislativ-mai-puine-taxe-pentru-presa-independent->.

27 <http://old.parlament.md/lawprocess/drafts/>, proiect nr. 1241 din 28.04.2010.

Cauza rezidă în abordarea incorectă de către factorii de decizie a principiilor de organizare și activitate a instituțiilor media. Aplicarea standardelor și ideologiilor învechite, coroborată cu lipsa voinței politice în domeniu, constituie o amenințare permanentă pentru drepturile și libertățile fundamentale consfințite în Constituție.

Iată de ce o redresare imediată a situației este iminentă, mai ales în lumina obligațiilor asumate de Republica Moldova odată cu obținerea calității de membru al Consiliului European.

Un instrument eficient pentru atingerea acestui obiectiv îl va constitui transpunerea în legislația națională a standardelor europene cu privire la transparența mass-media. Nu neapărat asta va însemna preluarea și inserarea directă a unor atare prevederi, ci mai degrabă

perfecționarea cadrului normativ în vigoare prin abrogarea unor norme desuete și completarea cu altele noi.

Acolo unde sectorul nu este acoperit, trebuie adoptate legi clare și moderne, iar acolo unde există prevederi nefuncționale, este necesară elaborarea mecanismelor corespunzătoare de implementare.

În absența consensului și voinței din partea parlamentarilor, *instituțiile media* trebuie să fie promotorii propriilor interese, iar societatea civilă – să stea de veghe și fie să le susțină în acest proces, fie să se opună, în cazul atestării unor interese personale sau de grup ori încălcării echilibrului între transparență și protecția datelor, între libertatea de exprimare și respectarea vieții private.

CAPITOLUL II. IPNA COMPANIA „TELERADIO-MOLDOVA”: FINANȚARE DE LA STAT SAU ABONAMENTE

La 24 aprilie 2002, Adunarea Parlamentară a Consiliului Europei, în urma unor dezbateri ample asupra situației social politice din Republica Moldova, adopta Rezoluția 1280 privind funcționarea instituțiilor publice în Moldova²⁸. Articolul 10 al Rezoluției recomandă necesitatea revizuirii Legii audiovizualului și schimbarea statutului Companiei „Teleradio-Moldova” în instituție publică a audiovizualului. Legea cu privire la instituția publică a audiovizualului, adoptată de Parlament în vara aceluiași an, avea să fie abrogată patru ani mai târziu, odată cu adoptarea Codului audiovizualului al Republicii Moldova. De cealaltă parte însă, procesul de transformare și reorganizare a Companiei „Teleradio-Moldova” (TRM) a decurs în ritmuri foarte lente.

Chiar și la nivel de concept, o viziune mai încheată asupra statutului Companiei, a fost expusă și abordată abia în anul 2006, odată cu vizita în Republica Moldova a experților Consiliului Europei Christian Nissen și Boris Bergant. Deja la acel moment mecanismele de finanțare a instituției publice a audiovizualului constituiau subiectul cheie al dezbaterilor.

Așadar, posibilitatea introducerii taxei de abonament pentru serviciile publice de radiodifuziune era privită în mod diferit de experții europeni și conducerea TRM. Reprezentanții TRM erau de părere că introducerea taxei de

²⁸ Rezoluția nr.1280 privind funcționarea instituțiilor publice în Moldova, APCE, 24 aprilie 2002; a se vedea <http://assembly.coe.int; documents: adopted texts 2002>.

abonament pentru serviciile de radiodifuziune nu este o soluție pentru Republica Moldova și „nu ar prinde rădăcini” la noi în țară. Pe de altă parte, experții internaționali afirmă că aceasta ar permite o activitate mai bună a Companiei și ar exclude posibilitatea de imixtiune a partidelor politice în activitatea TRM. Această modalitate de finanțare ar putea asigura o mai mare independență a instituției, dar și o mai mare responsabilitate față de consumatori. „Chiar și în condițiile situației din R. Moldova, fiecare gospodărie ar putea să găsească câte 2-3 euro pe an pentru a beneficia de servicii de radioteleviziune calitative”, afirma Nissen.

Ca și în multe state europene, unde există practica taxei de abonament, în Slovenia, spre exemplu, taxele pe abonament, deși solicită cheltuieli la colectarea lor, reprezintă nu doar o garanție de independență, dar și o sursă financiară previzibilă. Finanțarea doar din bugetul de stat, care de altfel, reprezintă tot bani publici, riscă să mențină instituția publică a audiovizualului în dependență strictă de factorul politic.

Totuși, toate argumentele experților Consiliului Europei se opreau, la acel moment, în realitățile existente și situația social-economică din țară, care nu permitea cetățenilor să mai achite o taxă suplimentară.

Au mai trebuit să treacă exact patru ani de discuții și expertize pentru ca, într-un final, viziunile expuse atunci de experți să-și gă-

sească reflectare în documentul care avea să se numească **Direcții Strategice de dezvoltare a IPNA Compania „Teleradio-Moldova” pentru anii 2010 – 2015.**

Ce-i drept, de atunci s-a schimbat și conducerea TRM, care pare să aibă un atașament clar față de valorile și standardele europene.

Putea oare Strategia să fie aprobată mai devreme, astfel ca în 2010 să avem deja o televiziune publică cu adevărat modernă? Această întrebare rămîne deschisă pentru discuții, doar că timpul pierdut nu mai poate fi recuperat, iar noi vom analiza în continuare ceea ce avem astăzi.

2.1. Finanțarea IPNA Compania „Teleradio-Moldova” prin prisma Strategiei de reformare pentru anii 2010-2015

Anul 2010 poate fi considerat unul crucial pentru Instituția Publică Națională a Audiovizualului din Republica Moldova. Ori odată cu semnarea la 19 iulie a Strategiei Companiei «Teleradio-Moldova» pentru anii 2010-2015²⁹, a demarat transformarea ei într-o instituție aflată în serviciul publicului.

În procesul de implementare a strategiei, TRM va fi asistată de Uniunea Europeană de Radio și Televiziune (UERT)³⁰. Or, „semnarea acestui document este un pas important pentru întreaga țară, în strategia de raliere a statului la valorile și standardele europene”, spunea vicepreședintele UERT, Claudio Cappon.

²⁹ Direcții Strategice de dezvoltare pentru anii 2010 – 2015, document semnat la 19 iulie 2010 și aprobat de Consiliul Observatorilor pe 16 august 2010.

³⁰ Republica Moldova a devenit membră a Uniunii Europene de Radio și Televiziune în anul 1992.

Și dacă acum câțiva ani conducerea TRM privea sceptic la propunerile experților internaționali de reformare a instituției, astăzi aceste propuneri se regăsesc în textul Strategiei și sunt promovate de factorii de decizie din cadrul TRM.

În rezultatul implementării cu succes a inițiativelor propuse, Instituția Publică Națională a Audiovizualului trebuie să se transforme într-un serviciu public de radiodifuziune și televiziune, independent în activitatea editorială și de creație, autonom instituțional, care să reflecte interesele tuturor categoriilor sociale, constituit în baza capitalului financiar exclusiv sau majoritar public, ale cărui cheltuieli de funcționare și dezvoltare vor fi suportate de întreaga societate prin finanțare directă (taxe) și indirectă (bugetară), al cărui semnal de emisie să aibă acoperire națională și a cărui activitate să fie supravegheată de societate, în baza legii.

Așadar, Strategia vine să ofere un concept nou al companiei publice naționale de televiziune și radiodifuziune, orientat spre calitate, diversificare și transparență. Și cum orice reformă necesită investiții, documentul prevede și un mecanism financiar care să asigure succesul unui asemenea proces.

Iată care sunt prevederile Strategiei la acest capitol:

„Pe parcursul perioadei specificate în acest document strategic s-ar putea să nu aibă loc alocații majore de la bugetul de stat. Prin urmare, trebuie să fie inițiate discuții și, respectiv, proceduri de schimbare și diversificare a surselor de finanțare ale TRM.

Prin urmare, nu există nici un motiv pentru care în Republica Moldova finanțarea serviciului public de radio și televiziune, unicul model de perspectivă al difuzorului public, nu poate fi reali-

zată prin intermediul unei taxe generale obligatorii. Prin aceasta, va fi stabilită relația necesară directă și interactivă între utilizatorul și prestatorul de servicii publice, ceea ce va avea impact benefic asupra calității serviciului public. Din cele 58 de servicii publice membre ale UERT, au adoptat și urmează acest model de finanțare 50 de societăți de radio și televiziune. În multe țări în care în trecut nu era cunoscut sistemul de contribuție directă din partea cetățenilor, acum se aplică cu succes dovedindu-și fezabilitatea, spre exemplu în Albania, Kosovo, Serbia, Macedonia, etc.

Trecerea la un nou mod de finanțare trebuie să fie pusă în aplicare treptat, în urma unui studiu profesionist. Pentru aceasta va fi asigurat nu doar consensul politic necesar (asemenea consensului cu privire la consolidarea democrației și independenței instituțiilor principale ale statului de drept), dar se va efectua și o promovare a noului sistem de finanțare, inclusiv prin intermediul programelor TRM, organizând discuții publice cu cetățenii”.

Pe scurt, sistemul de finanțare propus în strategie prevede trecerea parțială de la alocațiile bugetare de stat la taxe obligatorii generale pentru programele TV și radio furnizate, ceea ce presupune preluarea poverii finanțării audiovizualului public de pe umerii statului și mutarea acesteia pe umerii contribuabililor. În consecință cetățenii Republicii Moldova ar putea avea incluse în facturile lunare o taxă fixă pentru susținerea audiovizualului public.

Logica modelului de finanțare expus nu trezește dubii, mai ales în condițiile insuficienței mijloacelor financiare alocate din bugetul de stat. Totuși, așa cum strategia este un document de politici care conține direcții orientative de activități, nu neapărat aceasta va fi varianta pe care se va merge. Chiar și autorii recunosc

că trecerea la noul mod de finanțare se va face treptat, cu condiția existenței consensului politic și pregătirii populației pentru o asemenea nouitate.

Aceste lucruri sunt permanent confirmate și susținute de conducerea TRM în discuțiile cu mass-media. Bunăoară, Constantin Marin, directorul IPNA, menționa la o conferință de presă că „doar taxa obligatorie ar asigura serviciului public o independență editorială și autonomie managerială eficientă. Desigur, acest lucru poate fi obținut în urma unei decizii politice în R.Moldova.”

În același timp, Angela Sîrbu, directorul TV Moldova 1, a specificat că înainte de aplicarea taxelor, se va efectua un sondaj, pentru a vedea dacă populația este de acord cu noua modalitate de finanțare, iar în cazul implementării - tarifele vor fi simbolice.

Oponenții acestei idei ar putea invoca imediat eventuale dubii în legătură cu disponibilitatea cetățenilor noștri de a mai suporta o taxă suplimentară, taxă ce ar putea întâmpina o rezistență politică înverșunată. De altfel, există și un contrargument pe care oponenții taxei ar putea să-l readreseze conducerii audiovizualului public – în cazul în care se dorește taxă, să se facă ca ea să fie facultativă, la alegerea cetățenilor.

Dar, să fie oare aceasta cea mai mare problemă în aplicarea noului mecanism de finanțare?

Poate, fiecare pentru sine, ar trebui să accepte pentru un moment ideea și să-și pună niște întrebări mai serioase, de genul “presupune oare noul model de finanțare o transparență maximă a cheltuirii banilor contribuabililor?”, “vom beneficia oare de servicii mai calitative în urma implementării noului model de finan-

țare?”, “în ce măsură independența financiară a TRM va confirma statutul său de instituție națională a audiovizualului aflată în serviciul publicului?”.

Un lucru rămîne cert, pe această idee se insistă deja de mulți ani și, mai devreme sau mai târziu, ea trebuia să fie lansată în Republica Moldova, mai ales în condițiile în care TRM era complet dependentă de alocațiile bugetare, iar situația jurnaliștilor se înrăutățea cu fiecare zi.

2.1.1. Premisele economice

Ideea instituirii taxei de abonament în calitate de principiu de finanțare a Companiei ”Teleradio-Moldova” a fost lansată încă în perioada 2000-2001, atunci cînd se lucra la proiectul legii cu privire la IPNA. Totuși, principiu progresiv la acel moment, în raport cu realitatea existentă – taxa de abonament nu a găsit susținere din partea autorităților, mai cu seamă din cauza că nu se cunoșteau foarte multe despre această modalitate de finanțare (Rîbca E., 2010).

Anul 2006 avea să vină cu o altă tentativă, în procesul de elaborare a Codului audiovizualului al RM. Nici atunci însă legiuitorul nu a acceptat ideea. Totuși, putem considera că, acesta a fost momentul în care perspectiva instituirii taxei de abonament apărea drept o soluție inevitabilă pentru următorii ani.

Situația a rămas neschimbată pînă în prezent, cînd ineficiența modelului de finanțare și insuficiența resurselor financiare au impus necesitatea reformării IPNA.

Cifrele arată că, actualmente, sursa principală de finanțare a IPNA (80%) sunt mijloacele din bugetul de stat, care însă nu acoperă în

totalitate necesitățile Companiei. De regulă, la aprobarea bugetului pentru următorul an, se reiese din cifrele anului precedent. Astfel, dacă în 2010 pentru funcționarea IPNA au fost alocate 55 milioane lei, aceeași sumă (plus încă 15 milioane rectificare la buget) este prevăzută pentru 2011³¹, pe cînd pentru buna funcționare sunt necesare cca 140 milioane lei. Finanțarea Companiei în anul 2010 a fost cea mai scăzută din ultimii 5 ani, asta în condițiile în care IPNA are datorii istorice reeșalonate pentru 2011-2012. Posibil că la mijloc este factorul economic, dar nu este exclus, că pe alocuri nu se înțelege importanța acestui serviciu, altfel cum poate fi justificată practica Ministerului Finanțelor de stabilire a unor cifre de control, care de obicei corespund cu cifrele din anul precedent, indiferent de faptul, că IPNA respectă procedura înaintării și aprobării Caietului de sarcini? (Marin C., 2010).

Totuși, o parte din vină trebuie să și-o asume TRM, dat fiind că arhitectura, tehnologiile³², organigrama internă, funcțiile, normele de muncă, modalitatea de salarizare sunt deja depășite din mai multe considerente. Bunăoară, spațiile de care dispune Compania nu pot fi valorificate sau transformate în venituri din arendă pe motivul lipsei de interes din partea potențialilor clienți (Marin C., 2010).

În situația creată, fie Parlamentul trebuie să garanteze finanțarea sigură și corespunzătoare a necesităților de activitate ale companiei (art.64 din Codul audiovizualului al RM), fie este necesară diversificarea modalităților de finanțare a acestei instituții publice. Una din modalități ar fi aplicarea taxei de abonament.

31 Aproximativ la nivelul anului 2007, cînd erau alocate 62 milioane lei.

32 Ponderea tehnologiilor noi în cadrul TRM reprezintă cca 30-40%.

2.1.2. Taxa de abonament - modelul Republicii Moldova

Potrivit art. 64 al Codului audiovizualului al Republicii Moldova³³, IPNA Compania „Teleradio-Moldova” este finanțată din: subvenții de la bugetul de stat, potrivit Caietului de sarcini; donații și sponsorizări pentru proiecte speciale; sume obținute prin acordarea dreptului la utilizare și transmitere a proprietății, inclusiv a emisiunii; profitul obținut din organizarea evenimentelor publice în conformitate cu obiectul de activitate al companiei; venituri obținute din publicitate; și alte surse financiare a căror legitimitate nu vine în contradicție cu prevederile actualului cod și ale altor legi în vigoare.

Actualmente, mecanismul de finanțare a IPNA presupune elaborarea legii anuale bugetare, ceea ce poate fi privit drept o intervenție, o imixtiune sau o posibilitate de imixtiune din partea Guvernului. Or, conform Legii cu privire la sistemul bugetar și procesul bugetar³⁴, cheltuielile la capitolele de bază se acoperă de Guvern la propunerea Ministerului Finanțelor. Iată de ce instituirea de către Parlament a unei taxe de abonament este privită în calitate de mecanism care ar asigura independența financiară și editorială a serviciului național de radiodifuziune (Rîbca E., 2010).

Totodată, faptul că o decizie politică trebuie să fie luată și în privința taxei de radiodifuziune, în special în privința ajustării ei la costuri crescînde sau la sarcini extinse, expune serviciul public de radiodifuziune unei potențiale presiuni politice. Din acest motiv, sunt necesare eforturi pentru sporirea obiectivității și trans-

parenței procesului decizional, care să includă consultații propriu-zise cu organizațiile publice de radiodifuziune (EBU, 2000:11).

Totuși, mecanismul trebuie privit prin prisma realităților financiare existente în Republica Moldova, iar decizia cu privire la aplicare – să fie luată în comun cu întreaga societate, care urmează să conștientizeze rolul său în acest proces. Or, astăzi populația finanțează indirect radiodifuzorul public prin taxele plătite, care ajung în buget și apoi sunt transferate pentru finanțarea acestuia (Rîbca E., 2010). Atîta doar că adesea Guvernul încurcă banii contribuabililor cu „banii săi” (Bunduchi I., 2010).

Este foarte important să conștientizeze contribuabilii că este vorba doar despre o schimbare a abordării și că în lipsa taxei de abonament, oricum ei rămîn aceia care finanțează activitatea serviciului public de radiodifuziune. În cele din urmă, astăzi - fără taxă sau mîine - cu taxă, finanțarea radiodifuzorului public este asigurată de populație, unica diferență fiind posibilitatea asigurării controlului direct asupra radiodifuzorului și consolidarea unei relații mai strînse între radiodifuzor și publicul pentru care există, chiar dacă nivelul taxei este fixat de Parlament sau alte instituții publice (Rîbca E., 2010). O relație psihologică directă ar responsabiliza atît radiodifuzorul, cît și cetățeanul și, în fond, ar avea de cîștigat toți.

Potrivit unor experți, introducerea taxei de abonament pentru serviciile radiodifuzorului public, este discutabilă atît din punct de vedere moral, cît și al eficienței. Una este cînd publicul subvenționează televiziunea prin intermediul statului și cu totul alta, cînd taxa de abonament este achitată în mod direct sub forma unei taxe suplimentare pe lîngă impozitele și așa mari pe care le achită contribuabilii, iar aceasta înseam-

33 Codul audiovizualului al Republicii Moldova, nr. 260 din 27.07.2006.

34 Legea cu privire la sistemul bugetar și procesul bugetar, nr. 847 din 24.05.1996.

nă încă o povară pe umerii cetățenilor (Ciurea C., 2010).

Firește, populația este foarte săracă și dacă se mai instituie taxa de abonament, acest lucru poate să nu fie înțeles de societate. Totuși, atunci când cetățeanul achită direct apare și un alt grad de dependență, relație și reponsabilitate dintre radiodifuzor și cetățean. Inițial ar putea fi niște taxe simbolice pentru a obișnui consumatorul, după care să fie stabilite taxe economic rezonabile (Marin C., 2010).

Cît privește forma/tipul taxelor, există mai multe modele, două dintre care sunt cele mai populare în majoritatea statelor cu asemenea sistem de finanțare: *taxa de abonament* obligatorie și *redevența* pentru deținerea aparatelor radio și TV. În timp ce prima presupune plăți obligatorii pentru prestarea serviciilor publice de radiodifuziune, cea de-a doua este aplicabilă doar în cazul deținerii echipamentelor de recepție (radio sau TV), model cu succes aplicat în Marea Britanie, Germania, România, Sebia, Danemarca, Slovenia, etc. Dat fiind că nu avem realitățile financiare ale Marii Britanii, unde serviciul public de radiodifuziune deține auto-care sau mașini specializate pentru detectarea echipamentelor de recepție din fiecare locuință, urmează să studiem cele mai bune practici și să identificăm care din ele este propice realităților Republicii Moldova (Rîbca E., 2010).

Aici însă trebuie menționat că definiția echipamentului de recepție poate avea nevoie oricum de a fi revăzută, avînd în vedere posibilitatea recepțării serviciilor de radiodifuziune prin intermediul calculatoarelor și telefoanelor mobile (EBU, 2000:11).

În condițiile în care serviciul public de radiodifuziune nu poate fixa unilateral taxa de radiodifuziune, mărimea acesteia sau criteriile

și procedurile de stabilire adesea trebuie fixate prin lege. În unele state (Franța, Germania, Marea Britanie), Parlamentul este cel care determină taxa pentru o perioadă mai lungă (4-6 ani) sau pentru o perioadă nelimitată de timp. Alteori, Guvernul sau ministerele fac acest lucru. (EBU, 2000:11).

În cazul Republicii Moldova, taxele trebuie stabilite anual de Parlament, de regulă odată cu aprobarea legii bugetare anuale și se vor indexa în funcție de salariu (minim sau mediu pe economie) și necesitățile radiodifuzorului public. Din moment ce conform unor studii practic fiecare gospodărie deține aparate radio și/sau TV, taxa trebuie să fie obligatorie și rezonabilă (pentru început aceasta ar putea constitui 5-10 lei lunar), astfel încît să nu fie o povară excesivă pentru consumatori (Bunduchi I., 2010).

În conformitate cu originile taxei de radiodifuziune și avînd în vedere faptul că venitul nu întotdeauna este folosit exclusiv pentru finanțarea serviciului public de radiodifuziune, în unele țări venitul nu este direct transferat serviciului public de radiodifuziune, dar trece prin bugetul de stat sau un fond special (EBU, 2000:13). În cazul Republicii Moldova, taxele pot fi achitate direct pe contul companiei, sau pot fi defalcate pe un cont special al Ministerului Finanțelor cu redistribuirea ulterioară.

În eventualitatea impunerii interdicției pentru TRM de a plasa publicitate comercială, acest segment va rămîne radiodifuzorilor comerciali, care vor „restitui” companiei un anumit procent, contribuind la formarea bugetului companiei (Bunduchi I., 2010).

Metodele de achitare sau colectare a plăților variază mult de la un stat la altul: colectarea directă de către radiodifuzor sau prin interme-

diul unei companii terțe împuternicite de acesta (de ex. GEZ în Germania); colectarea de autoritățile publice (în special, autoritățile fiscale sau media); includerea taxei în factura pentru energie electrică, telefon sau alte utilități; includerea taxei în costul aparatului radio și/sau TV; colectarea de terțe părți, cărora le-a fost atribuită această misiune în rezultatul procedurii de achiziții publice (EBU, 2000:13). Se pare că în realitățile Republicii Moldova acceptabilă ar fi alăturarea taxei la factura pentru electricitate.

Într-adevăr, companiile de distribuție a energiei electrice pot fi o soluție eficientă, în special în statele cu o infrastructură administrativă mai puțin dezvoltată. Această soluție poate oricum să devină mai dificilă în viitor datorită liberalizării piețelor de energie electrică. Orice organ se poate ocupa de colectare, iar pentru exercitarea eficientă a atribuțiilor trebuie să se asigure împuterniciri adecvate și asigurat accesul la registrele autorităților de înregistrare (dacă nu au fost colectate datele de organ însuși, așa cum de obicei se făcea de companiile de energie electrică și alte utilități, în poziții pe monopol) (EBU, 2000:13).

În general, nu există o experiență care să fie preluată cap-coadă. Fiecare țară își ajustează politicile în funcție de istoric, tradiție, mentalitate.

Așa cum se menționează în Strategie, trecerea treptată la noul mod de finanțare va fi condiționată de consensul politic și pregătirea populației pentru o asemenea noutate. Totuși, se pare că va fi nevoie mai degrabă de voință politică, asta deoarece opinia populației se cunoaște deja (Bunduchi I., 2010). Aici, voința politică presupune aprobarea din partea partidelor parlamentare și din partea Guvernului, deoarece este vorba de un impozit.

Totodată, nu se poate discuta despre o decizie politică de principiu atât timp, cât nu există mecanisme. Aceste mecanisme trebuie create pînă la adoptarea deciziilor de principiu din partea clasei politice, în contextul noului Cod al audiovizualului la care se lucrează astăzi (Rîbca E., 2010).

Proiectul noului cod, la elaborarea căruia este implicat un număr mare de experți naționali, reprezentanți ai societății civile și autorităților competente, prevede că cea mai mare parte a bugetului radiodifuzorului public se va constitui din contribuțiile directe ale consumatorilor. De asemenea, după consultarea reprezentanților Ministerului Finanțelor și cu acordul tuturor factorilor de decizie, urmează să fie stabilit cel mai funcțional mecanism de implementare a taxei de abonament (Bunduchi I., 2010).

În cazul în care se va lua o decizie corespunzătoare și se va dovedi că sistemul este funcțional, acest lucru poate fi reglementat în cod. La modul ideal, ar fi foarte bine să existe o taxă de abonament, iar radioul și televiziunea publică să existe din aceste „donații” directe, care vin de la cetățeni și să fie foarte responsabilă în raport cu cetățenii (Ciurea C., 2010).

Potrivit unor opinii, la etapa actuală, mult mai importantă este popularizarea în rîndul cetățenilor a misiunii radiodifuzorului public și taxei de abonament pentru buna funcționare a acestuia, idee care deocamdată este întîmpinată cu reticență.

Publicul trebuie făcut să înțeleagă, că produsele mediatice oferite de radiodifuzorul public diferă de produsele radiodifuzorilor comerciali. Or, prin definiție, misiunea radiodifuzorului public este difuzarea programelor educative, programelor pentru categorii sociale

minoritare (ce țin de etnie, vîrstă), asociate necesităților democratice, sociale și culturale ale fiecărei societăți, pe cînd scopul unui radiodifuzor comercial este acoperirea acelor obligații generale prevăzute în conceptul, care a stat la baza cîștigării licenței (Rîbca E., 2010). În acest sens, interesele radiodifuzorilor comerciali duc la o „deformare” tipică a orarului de programe, acordîndu-se preferință curentului de programe populare sau relativ ieftine, evitînd programele dificile, controversate sau experimentale, și neglijînd interesele anumitor grupuri de vîrstă sau minorități (EBU, 2000:4).

Desigur, multe din emisiunile serviciului public nu aduc rating și în cele din urmă bani. Ce înseamnă o emisiune pentru copii sau persoane în etate – categorii sociale care nu neapărat au acces la resurse financiare, în raport cu emisiuni de talk-show pentru tineret – categorie socială care își permite să cheltuie tot mai mulți bani? (Rîbca E., 2010).

Iată de ce o primă direcție este informarea, convingerea populației despre necesitatea acestor taxe și a produselor radiodifuzorului public.

2.1.3. Probleme și riscuri

Orice reformă este însoțită de careva probleme și riscuri legate de implementarea sau aplicarea acesteia, nemaivorbind despre inițiativele care presupun operarea cu mijloace financiare sau instituirea de plăți.

Excepție nu va face nici inițiativa TRM. În cazul taxei de abonament, putem vorbi chiar despre categorii de probleme.

O primă categorie se referă la reticențele din partea politicului în procesul de examinare

și adoptare a unei noi taxe în calitate de obligație de ordin juridic. Este o adevărată „bătăie de cap” pentru politicieni, deoarece, în lipsa subvenționării indirecte a radiodifuzorului public, aceștia practic vor fi lipsiți de posibilitatea exercitării influenței asupra companiei, iar dacă mai pierd și acest instrument, ca în cazul BBC-ului, va fi și mai greu să controleze politica editorială a companiei (Ciurea C., 2010).

În al doilea rînd va trebui examinată problema reticenței din partea populației. Chiar și conform celui mai optimist scenariu, în situația în care va exista conștientizarea societății asupra necesității finanțării publice a TRM, reticența din partea populației față de un nou impozit oricum va exista (Rîbca E., 2010). Evident, în toată lumea oamenii se opun achitării unei taxe în plus, dar în Republica Moldova este bine cunoscută practica achitării pentru radioul prin fir, chiar și astăzi se mai plătesc niște taxe pentru antena colectivă, indiferent dacă este utilizată sau nu (Bunduchi I., 2010).

La capitolul riscuri, chiar dacă elaborarea unor mecanisme clare și eficiente va fi acoperită de reglementări legale, se vor păstra riscurile de ordin instrumental. La o primă etapă se va păstra reticența din partea societății în privința plății acestor taxe, fapt care generează o serie de întrebări:

- ***Cine colectează plățile?*** - este o obligație a statului de a verifica colectarea taxelor sau se va merge pe colectarea taxei de către serviciul public? Și atunci este justificată următoarea întrebare,
- ***În ce măsură Com pania dispune de mecanisme de colectare forțată a acestor taxe?*** - pentru început poate fi vorba despre colectarea de către stat a acestor taxe, și atunci avem următorul risc,

- ***Oare legislația va obliga cu adevărat instituțiile publice să redirecționeze aceste taxe către IPNA?***

- ***Cine va stabili cuantumul?*** - cu siguranță autoritățile legislative și atunci avem iarăși implicarea politicului.

O concluzie intermediară este că instituirea acestui mecanism nu va duce la soluționarea tuturor problemelor, pentru că va fi necesară o reexaminare periodică a acestor taxe de către Parlament și atunci rămânem cu riscul dependenței TRM de factorul politic (Rîbca E., 2010).

Instituirea taxei de abonament plasează televiziunea publică în condițiile economiei de piață și impune principiile și regulile de funcționare aplicabile concurenței pe piață, altfel există riscul necompetitivității produselor și pierderea auditoriului (Ciurea C., 2010).

Instabilitatea politică de asemenea comportă un pericol major, iar alegerile interminabile vor tergiversa și mai mult implementarea acestui model de finanțare și vor destabiliza moralul cetățenilor (Bunduchi I., 2010). Or, factorul „timp” va constitui elementul determinant în acest proces.

O prevedere nereușit inserată în Codul audiovizualului al RM ar putea pune în pericol independența editorială și financiară a IPNA. De fapt, în cazul unei rate scăzute a plăților de abonament, care este foarte posibilă într-o țară ca Republica Moldova cu problemele sale economice, instabilitate politică, nivel înalt de șomaj, salarii și pensii mici și cu restanțe, guvernul va trebui să caute surse alternative de finanțare. În realitate, această alternativă va fi finanțarea din bugetul de stat, care va fi ca de obicei insuficientă.

Riscuri pot fi și mai multe, dar însuși faptul aprobării taxei în calitate de principiu, tre-

buie să aducă beneficii, pentru ca, în cele din urmă, publicul să conștientizeze că el este cel care finanțează serviciul public și este în drept să pretindă calitatea și diversitatea emisiunilor, și acoperirea intereselor sale în calitate de membru al grupurilor majoritare sau minoritare. Chiar dacă implementarea acestui mecanism va fi însoțită de deficiențe, urmează să obținem cel puțin un beneficiu – o dependență între rezultatele muncii companiei și interesele publicului, care trebuie să conștientizeze că aceste programe sunt făcute pentru el și din banii săi (Rîbca E., 2010).

2.1.4. Perspective

Cu toate problemele depistate, promovarea unei idei poate fi realizată doar prin insistență, curaj și perspicacitate de care urmează să dea dovadă conducerea TRM, autoritățile statului și cetățenii. Totodată, ideea trebuie justificată, fiind nevoie de niște argumente credibile (Ciurea C., 2010).

Un prim pas spre atingerea obiectivului trasat ar fi crearea mecanismelor legislative prin care să se instituie taxa de abonament, nu doar în actualul sau viitorul Cod al audiovizualului, ci și în Codul Fiscal, hotărârile Guvernului și actele Ministerului Finanțelor, care vor veni cu detalizări de implementare.

Al doilea pas este examinarea și discutarea publică a mecanismului în vederea formării unei viziuni clare atât la nivelul experților, cât și a reprezentanților statului. La această etapă se va lucra mult cu publicul și poate chiar va fi lansată o campanie socială de promovare a ideii. Potrivit declarațiilor președintelui TRM *”publicul va fi informat prin diverse emisiuni, campa-*

nii, întâlniri cu radioascultătorii. Poate ar fi mai bine să mai zăbovim o jumătate de an sau mai mult, dar să reușim să discutăm problema dată cu societatea.”

În cadrul celei de-a treia etape, urmează să fie examinat și adoptat mecanismul la nivel de principiu.

A patra etapă va fi însoțită de crearea mijloacelor normative suplimentare pentru asigurarea eficienței acestui mecanism.

În cele din urmă, a cincea etapă va presupune promovarea continuă la nivel social a taxei de abonament, iar instituirea unei interdependențe dintre Caietul de sarcini și mecanismul de percepere a taxei, precum și între taxa achitată de cetățean și calitatea produselor, va semnaliza promovarea cu succes a reformei (Rîbca E., 2010).

În situația creată (anul 2010), vom aștepta să se formeze Parlamentul, după care vom ieși cu inițiative de a dezbate în public ceea ce am elaborat. Vom încerca să convingem că Republica Moldova merită un serviciu public care să funcționeze conform principiilor recunoscute la nivel mondial (Bunduchi I., 2010).

2.2. Finanțarea serviciului public de radiodifuziune în statele din Europa

Aproximativ 75% din statele europene asigură cea mai mare parte din finanțarea serviciilor publice de radiodifuziune prin taxele TV plătite de populație. Mărimea taxei lunare variază semnificativ de la o țară la alta, de la aproximativ 0,9 euro (România) la 26 euro, în Elveția (pentru detalii referitor la mărimea taxei TV în unele state din Europa, vezi **Tabelul 1**).

Ponderea finanțării din taxele TV constituie în medie 60% din venitul total al radiodifuzorilor publici, urmată de veniturile din publicitate și sponsorizări - 21%, finanțarea din bugetul de stat - 7% și alte categorii de venituri din comercializarea de programe, plasarea de produse, etc. - 13% (EBU, 2009:5). **Tabelul 2** ilustrează statele membre ale UERT clasificate după sursele principale de finanțare a serviciului public de radiodifuziune.

Sunt multe țări însă în care cetățenii nu au plătit niciodată taxe TV, cum ar fi: Andorra, Estonia, Liechtenstein, Luxemburg, Monaco. De asemenea, sunt și țări în care taxele TV au fost abolite - Belgia (Flandra), Cipru, Portugalia, Spania (Gagiu C., Neașu C., 2010). În Olanda, Parlamentul a decis să înlocuiască tradiționala taxă de radiodifuziune printr-o contribuție specială, ca supliment la impozitul pe venit (EBU, 2000:10).

Experiența pozitivă a fost confirmată și de experții care au vizitat Republica Moldova cu numeroase ocazii. Astfel, în expertiza din 2007³⁵, Dr. Katrin Nyman-Metcalf specifică: “majoritatea radiodifuzorilor publici europeni sunt finanțați parțial din plata de abonament”.

Ca urmare a liberalizării sectorului audiovizual și apariției instituțiilor media comerciale, serviciile publice de radiodifuziune din multe state europene s-au confruntat cu probleme financiare și organizaționale, care la rîndul lor au generat o criză profundă a procesului tehnologic de producție, declinul audienței și eroziunea identității lor media.

Din cauza presiunilor politice și intervențiilor autorităților de reglementare, multe state au operat schimbări majore în modelele de fi-

³⁵ Expertiza Statutului Instituției Publice Naționale a Audiovizualului - Compania „Teleradio-Moldova”, efectuată de Dr. Katrin Nyman-Metcalf în iulie 2007.

nanțare a serviciului public de radiodifuziune. Actualmente se atestă o dependență în creștere a radiodifuzorilor față de finanțarea din bugetul de stat și există tendința eliminării sistemului de finanțare bazat pe taxele de abonament (EBU, 2009:23).

Spre deosebire de radiodifuzorii comerciali, care sunt finanțați exclusiv din publicitate, modelul de finanțare a serviciului public de radiodifuziune trebuie să fie bine organizat pentru asigurarea finanțării eficiente din surse publice și independente. O asemenea finanțare constituie o precondiție pentru independența instituțională și editorială a serviciului public de radiodifuziune, atât în raport cu statul, cât și în raport cu partidele politice și interesele comerciale. Respectiv, sursele independente și publice de obicei implică fonduri colectate din taxele de abonament, sau taxele achitate de cetățeni și persoanele juridice din țară.

2.2.1. Aspecte de reglementare

Importanța cadrului de finanțare pentru îndeplinirea misiunii serviciului public de radiodifuziune a fost recunoscută la nivel european, într-un număr de documente politice și texte legale.

Primul document cuprinzător, pan-european despre serviciul public de radiodifuziune a fost **Rezoluția de la Praga din 1994 privind viitorul serviciului public de radiodifuziune**³⁶. Aceasta a fost reafirmată cu diferite ocazii și încă mai constituie o bază validă. Documentul accentuează necesitatea de a stabili și de a menține un cadru de finanțare adecvat, care să ga-

ranteze serviciilor publice de radiodifuziune mijloacele necesare pentru îndeplinirea misiunii lor. În această privință, este recunoscută varietatea surselor de finanțare, inclusiv taxele de radiodifuziune, subvențiile publice, veniturile din publicitate și sponsorizări, beneficiile din vânzarea produselor audiovizuale, etc. (EBU, 2000:6).

Recomandarea Rec(96)10 a Consiliului Europei privind garantarea independenței serviciului public de radiodifuziune³⁷ stipulează că statele membre ale Consiliului Europei își asumă angajamentul să mențină și, după necesitate, să stabilească un cadru de finanțare sigur și transparent, care garantează organismelor radiodifuziunii serviciului public mijloacele necesare pentru exercitarea misiunilor lor, precum și că serviciul public de radiodifuziune trebuie să fie consultat în privința mărimii contribuției sau redevenței, ținând cont de evoluția costurilor activităților sale.

Mai mult, vărsarea contribuției sau redevenței trebuie să fie efectuată într-un mod care ar garanta continuitatea activităților organismului serviciului public respectiv și care ar permite acestuia să planifice pe un termen lung activitățile.

Declarația Comitetului de Miniștri al Consiliului Europei privind garantarea independenței serviciului public de radiodifuziune³⁸ din 27 septembrie 2006 reafirmă aceleași principii enunțate în Recomandare, accentuând că statele membre sunt obligate să asigure toate măsurile cu caracter juridic, politic, financiar, tehnic și altele pentru garantarea independenței editoriale și autonomiei institu-

37 Disponibilă la adresa [http://www.acces-info.org.md/upload/Rec\(96\)10.doc](http://www.acces-info.org.md/upload/Rec(96)10.doc).

38 Disponibilă la adresa <https://wcd.coe.int/ViewDoc.jsp?Ref=Decl-27.09.2006&Sector=secCM&Language=lanEnglish&Ver=original&BackColorInternet=9999CC&BackColorIntranet=FFBB55&BackColorLogged=FFAC75>

36 Disponibilă la adresa <http://www.hkhrm.org.hk/PSB/08.%20Resolution%20No%201.%20%5Bcouncil%20of%20europe%5D.pdf>.

ționale a serviciului public de radiodifuziune, pentru eliminarea oricărui risc al influențelor economice și politice. În plus, **Recomandarea Rec(2007)3 a Comitetului de Miniștri al Consiliului Europei către statele membre privind misiunea serviciilor publice în domeniul mass-media în societatea informațională**³⁹, de asemenea subliniază că statele membre trebuie să asigure o finanțare sigură și adecvată a serviciului public de radiodifuziune, pentru a permite îndeplinirea rolului său într-o societate informațională.

Potrivit unui document pregătit de Departamentul Juridic al Uniunii Europene de Radio și Televiziune (UERT) în noiembrie 2006⁴⁰, redevența pentru radiodifuziune este principala modalitate de finanțare a serviciilor publice de radiodifuziune în majoritatea statelor Europei Occidentale (cu excepția Spaniei și Olandei). În majoritatea statelor, pe lângă veniturile din contribuțiile pentru radiodifuziune, serviciile publice de asemenea sunt finanțate și din alte surse, în cea mai mare parte din publicitate și sponsorizări, și doar în calitate de surse adiționale de finanțare care urmează a fi investite în realizarea funcțiilor sale.

În plus, documentul UERT subliniază că „...mărimea taxei de licență nu trebuie să corespundă viziunilor politicianilor privind acceptabilitatea pentru electoratul lor, și viziunilor lor privind neafectarea radiodifuzorilor comerciali“. De cealaltă parte, așa cum a fost accentuat în multe rezoluții și declarații ale Consiliului Europei și Comisiei Europene, trebuie asigurat ca venitul total al serviciului public de radiodi-

fuziune să constituie „un cadru sigur și adecvat de finanțare, care să garanteze radiodifuzorilor serviciului public *mijloacele necesare pentru realizarea misiunii lor*.“

Respectiv, mijloacele necesare pentru realizarea misiunii serviciului public constituie punctul de pornire pentru calcularea mărimii taxei pentru licență.

În comparație cu finanțarea din bugetul de stat, finanțarea serviciului public de radiodifuziune pe baza contribuțiilor de abonament are câteva avantaje:

- aceasta este principala garanție pentru independența editorială a serviciului public de radiodifuziune care, per a contrario, va trebui să „cîștige“ în fața voinței politice a celor ce decid asupra finanțării bugetare;
- finanțarea este previzibilă pe termen lung, ceea ce constituie o condiție esențială pentru planificarea și dezvoltarea serviciului public de radiodifuziune;
- oriunde există redevența pentru radiodifuziune, este foarte important să fie asigurată o administrare individuală de către serviciul public de radiodifuziune;
- redevența pentru radiodifuziune constituie o legătură psihologică importantă dintre cetățeanul plătitor și serviciul public de radiodifuziune, care va cheltui fondurile colectate exclusiv în interesul cetățenilor (și nu al guvernării sau majorității parlamentare).

39 Disponibilă la adresa <https://wed.coe.int/ViewDoc.jsp?id=1089759&BackColorInternet=9999CC&BackColorIntranet=FFBB55&BackColorLogged=FFAC75>

40 Broadcast Receiving Licence Fee, European Broadcasting Union, Legal Department. Disponibil la adresa: http://www.ebu.ch/CMSImages/en/leg_p_broadcastreceiving%20licencefee_011106rev_tcm6-50157.pdf.

2.2.2. Macedonia

Strategia Companiei «Teleradio-Moldova» pentru anii 2010-2015 face referință la experiența Macedoniei, drept una pozitivă și de succes. Care este ea, vom încerca să aflăm din cele ce urmează.

Principiile enunțate în documentele europene referitoare la finanțarea serviciului public de radiodifuziune, au fost implementate în noua Lege cu privire la activitatea de radiodifuziune⁴¹, în vigoare din decembrie 2005. Principala sursă a finanțării Instituției de Radiodifuziune din Macedonia (RTM) o constituie plățile de abonament pentru serviciile de radiodifuziune, iar sursele adiționale de finanțare sunt veniturile din publicitate și sponsorizări, vânzări de programe, etc. Toate operațiunile de ținere a registrelor și organizare a colectării sunt efectuate de RTM, iar mărimea plății pentru serviciile de radiodifuziune, anterior adoptării ultimelor modificări și completări la lege (august 2008), a fost determinată în valoare procentuală din salariul mediu. Acest model asigură o sursă independentă de finanțare a serviciului public de radiodifuziune, drept precondiție și garanție a independenței sale editoriale, iar faptul că RTM administrează individual colectarea plăților, asigură previzibilitatea și planificarea eficientă a veniturilor pe termen lung (Trpevska S. et al., 2010).

Cel mai important în comparație cu vechea Lege cu privire la radiodifuziune este că temeiul pentru stabilirea obligațiunii de plată a taxei de abonament nu mai constituie posesia aparatelor radio sau TV. Taxele au statut de taxă publică, care urmează a fi achitată de fiecare, indiferent

dacă programele RTM sunt ascultate sau vizionate. În opinia UERT, acest model de finanțare este mai adecvat importanței serviciului public de radiodifuziune pentru întreaga societate cu referință la satisfacerea necesităților culturale, sociale și democratice. Taxele de abonament permit producerea de programe orientate spre toți cetățenii, inclusiv pentru cei care nu utilizează serviciul o anumită perioadă de timp. Așadar, modelul existent de finanțare presupune că taxa de abonament este una publică și trebuie achitată de toți: gospodării casnice, organizații, hoteluri și moteluri, deținători de facilități catering, etc. (articolele 145 și 146 din Lege).

Respectiv, modelul de finanțare a serviciului public de radiodifuziune, așa cum este specificat în lege, corespunde modelului recomandat de documentele europene și principiile Uniunii Europene de Radio și Televiziune. Totuși, acest model nu a început să funcționeze imediat după intrarea în vigoare a noii legi, fapt care a adus RTM într-o situație financiară extrem de grea și a făcut-o dependentă de fondurile bugetare. Personalul actual din conducerea RTM, începând cu octombrie 2009, a întreprins eforturi pentru mărirea procentajului colectărilor, dar se pare că încă mai sunt multe probleme: registrul nu este completament actualizat, mulți cetățeni refuză să achite facturile retroactiv, unii cetățeni în general refuză să achite plățile, repartizarea facturilor se face în mod necorespunzător, etc.⁴²

În conformitate cu modificările aduse Legii cu privire la radiodifuziune în august 2008, mărimea plății a fost redusă pînă la 130 MKD (aproximativ 2,14 euro) lunar. Cu toate că mărimea plății pare suficient de moti-

41 Lege cu privire la activitatea de radiodifuziune, 2005, disponibilă la adresa http://www.minoritycentre.org/sites/default/files/law_broadcasting_activity_mac.pdf.

42 Analiza sau datele despre aceste probleme și ponderea colectărilor taxelor de radiodifuziune nu au fost de găsit nici la Consiliul Audiovizualului, nici la MRT. Datele relatate au fost obținute în cadrul interviurilor cu angajații MRT.

vantă pentru a stimula interesul cetățenilor să plătească taxa de abonament, aceste plăți sunt încă foarte mici pentru a satisface necesitățile de funcționare normală a serviciului public de radiodifuziune, pe când planificarea sau dezvoltarea și digitalizarea RTM nici nu poate fi luată în considerație⁴³ (Trpevska S. et al., 2010).

2.2.3. Slovenia

Potrivit recensământului din anul 2007, Slovenia are un număr de cca 750 de mii de gospodării casnice obligate să achite taxe de abonament pentru serviciile publice de radiodifuziune. Mărimea taxei constituie 11 euro lunar, iar venitul anual provenit din plățile pentru abonamente este estimat la 99 milioane euro.

Pe lângă taxa de abonament, care constituie mai mult de 70% din veniturile serviciului public de radiodifuziune, bugetul acestuia se constituie din venituri provenite din amplasarea publicității și sponsorizări.

Un studiu de piață în Slovenia a arătat, că valoarea totală a pieței TV de publicitate și sponsorizare pentru anul 2008 este de 160 milioane euro cu următoarea partajare a pieții dintre cei doi operatori TV din țară (Case Study Slovenia, 2009):

Postul TV	Serviciu	Populație	Ponderea pe piață
<i>RTV Slovenija</i>	Public	95%	73%
<i>Pro plus</i> (<i>Pop TV Kanal A</i>)	Comercial	85%	26%

43 În cadrul dezbaterilor referitoare la reducerea mărimii taxei de abonament, organizate la începutul anului 2008, a fost expusă opinia că nu a fost analizat detaliat dacă mărimea contribuției este suficientă pentru asigurarea finanțării totale a serviciului public de radiodifuziune. A se vedea: „Utrinski vesnik“, din 23 februarie 2008, „The lower broadcasting fee passed the first filter“. Disponibil la adresa: <http://www.utrinski.com.mk/default.asp?ItemID=75F7EEFA5773B34DA5F1DDD7A5391D80>.

Legea cu privire la Instituția Audiovizualului din Slovenia⁴⁴ stipulează că serviciul public de radiodifuziune „RTV Slovenia” este finanțat din plățile de abonament pentru serviciile publice de radiodifuziune, bugetul de stat, servicii de propagandă economică și activități economice, precum și din alte surse specificate de lege sau de contract.

Din cauza inconsistenței prevederilor cu privire la plățile de abonament, care au dus la neplata acestei obligațiuni, RTV Slovenia a raportat pierderi financiare esențiale. Drept urmare, în conformitate cu o hotărâre a Curții Constituționale, Parlamentul a adoptat o **Lege pentru modificarea Legii Audiovizualului din Slovenia** (RS Official Gazette, no. 88/89).

Legea prevede obligația achitării plății de abonament pentru programele oferite de RTV Slovenia. Plățile urmează să fie achitate de toate persoanele fizice și juridice înregistrate în calitate de consumatori de energie electrică, cu excepția cazului în care aceștia semnează o declarație pe proprie răspundere despre lipsa în gospodărie a aparatelor radio sau TV. Scopul modificărilor a fost instituirea obligației taxei de abonament practic pentru toți posesorii și utilizatorii de aparate radio și TV, precum și sporirea considerabilă a situației financiare a RTV Slovenia (Urbas J., Setinc L., 2001).

44 Legea cu privire la Instituția Audiovizualului din Slovenia, nr.96/2005 disponibilă la adresa http://www.rtvsl.si/files/RTV_Slovenija/zrtvs_1.pdf

Legea de asemenea specifică diferențele dintre poziția și statutul radiodifuziunii publice și a celei comerciale și aici cea mai importantă diferențiere se referă la finanțare.

2.2.4. Serbia, Danemarca și Germania

În **Serbia**, serviciului public de radiodifuziune este finanțat din redevențe în conformitate cu prevederile *articolului 81 al Legii Audiovizualului*⁴⁵. Taxa urmează să fie achitată de fiecare gospodărie care posedă aparate radio sau TV și constituie 500 Dinari lunar (cca 4,7 euro). Această sumă este supusă indexării. Obligația de plată este definită în felul următor: o gospodărie casnică care are un contor electric și cel puțin un set de recepționare TV sau radio (COWI Consortium, 2010).

În procesul de încasare a redevențelor, serviciul public de radiodifuziune este obligat să redistribuie mijloacele primite către RTV (radiodifuzorul public care acoperă doar provincia Vojvodina, cu 2 posturi TV și 3 posturi radio și care este finanțat exclusiv din redevențe, conform unui procentaj fix).

Colectarea taxelor de la gospodăriile casnice este organizată de 5 reprezentanțe ale companiilor de distribuție a energiei electrice în conformitate cu structura regională statistică a Serbiei. Pentru acoperirea cheltuielilor de colectare, aceste companii rețin o parte din volumul încasat. Colectarea taxelor de la întreprinderi, în conformitate cu legea, este efectuată de serviciul public de radiodifuziune a cărui bază de date conține informațiile respective (COWI

45 Legea Audiovizualului nr. 42/02 din 19 iulie 2002, disponibilă la adresa http://www.mc.rs/upload/pravo_doc/BRA%20ENG.pdf.

Consortium, 2010).

Venitul generat din încasările taxei de abonament este indicat explicit în rapoartele anuale ale serviciului public de radiodifuziune și RTV.

În prezent serviciul public de radiodifuziune respectă standardele UE în economia sa mixtă, formată din taxe de abonament ale utilizatorilor și venituri din publicitate, dar colectează doar 49 % din veniturile prognozate din plata redevențelor de la utilizatori.

În **Danemarca**, Legea Audiovizualului nr.338 din 11.04.2007, prevede că fiecare gospodărie casnică, care are posibilitatea să recepționeze programe radio și TV prin intermediul aparatelor TV, calculatoarelor sau telefoanelor mobile este subiect al unei redevențe, colectată de Oficiul pentru Redevențe a Serviciului Public de Radiodifuziune al Danemaricii. Mărimea redevențelor este stabilită de Parlament pentru o perioadă de 4 ani. Actualmente cca 95% din gospodării achită aceste redevențe și există tendința extinderii cifrei pînă la 99%. La un moment dat era examinată propunerea obligării la plată chiar și a cetățenilor care afirmă că nu au acces la media și solicită scutirea de la plată.

În **Germania**, serviciul public de radiodifuziune este finanțat din mai multe surse: taxele TV, publicitatea (inclusiv sponsorizările) și alte venituri, precum donații, chirii, închirierea clădirilor. Plățile lunare cuprind o taxă de bază de 5,76 euro și o taxă TV suplimentară de 12,22 euro pentru cei care dețin un set TV. Acestea reprezintă o valoare anuală totală de 215,76 euro. Banii sunt folosiți pentru finanțarea a 11 radiodifuzori publici și pentru subvenționarea altor radiodifuzori. (Gagiu C., Neacșu C., 2010).

Mărimea contribuțiilor se determină în fe-

lul următor:

(i) fiecare radiodifuzor public remite bugetul necesităților sale și cheltuielilor de producere a programelor, transmisiunilor, noilor canale digitale etc., bazat pe un concept extrem de detaliat;

(ii) o comisie independentă de experți, numită Comisia pentru Evaluarea Necesităților Financiare, evaluează corespunderea conceptului de programe cu obligațiile unui serviciu public fără a se implica în politica editorială. Comisia raportează Guvernului o dată la doi ani despre schimbările necesităților financiare (Schulz W. et al., 2008);

(iii) Guvernul determină mărimea contribuției după audierile în cadrul cărora radiodifuzorii își justifică bugetul. Veniturile din taxele utilizatorilor sunt distribuite în conformitate cu o grilă pentru radiodifuzorii publici, care trebuie să corespundă standardelor serviciilor publice indiferent de mărime și ponderea pe piață. Astfel, veniturile pentru radiodifuzorii publici mici care difuzează doar pe un anumit teritoriu pot să nu fie suficiente pentru acoperirea cheltuielilor.

Totuși, modelul finanțării prin intermediul taxelor de abonament a stîrnit discuții controversate, dat fiind că subiecții ai taxelor de abonament erau considerați și posesorii de calculatoare cu acces la Internet. De asemenea, Curtea Constituțională Federală a declarat ilegală decizia statelor federale de menținere a mărimii taxelor sub nivelul cerințelor radiodifuzorilor (Schulz W. et al., 2008). În acest an au fost puse în discuții noi modele de finanțare a radiodifuzorilor publici, una dintre alternative fiind că oricare cetățean care are venit să plătească așa-zisa „contribuție media” sau „taxa media”. O altă alternativă presupune impunerea unei taxe

pe fiecare gospodărie, cu o taxă separată pentru cele cu premisa de afacere, „taxa de afacere pentru gospodărie” (Gagiu C., Neacșu C., 2010).

Legislația prevede că contribuțiile utilizatorilor trebuie să constituie sursa primară de finanțare a radiodifuzorilor. Scopul unei asemenea cerințe este asigurarea corespunderii politicii editoriale a radiodifuzorilor cu scopurile misiunii publice.

Facturarea și colectarea taxelor de abonament este realizată de o asociație a radiodifuzorilor publici (Gebühreneinzugszentrale der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten - ‘GEZ’) cu statut de autoritate publică care acționează din numele radiodifuzorilor publici. Asociația dispune de mijloace pentru executarea facturilor de plată în condițiile dreptului public și în conformitate cu legile care reglementează executarea deciziilor administrative. Aceasta reține o parte din redevențele încasate.

2.2.5. Bulgaria

Potrivit Legii audiovizualului⁴⁶, Televiziunea Națională a Bulgariei (TNB) are trei surse principale de finanțare la dispoziția sa: un fond special, subsidiile de la bugetul de stat și venituri din publicitate/sponsorizări. Se presupunea că fondul va fi compus în mare parte din plățile lunare de abonament, din păcate însă un sistem pentru colectarea plăților nu a putut fi aplicat pe motivul lipsei voinței politice de a implementa un asemenea plan. Astfel, TNB actualmente este finanțată din bugetul de stat și, într-o măsură mică, din venituri de la publicitate (Baeva G., 2008).

46 Legea Audiovizualului, nr. 138/24 din noiembrie 1998, disponibilă la adresa <http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/UNTC/UNPAN016248.pdf>.

Alocațiile de la buget reprezintă aproape 90% din bugetul Serviciului Național Radio al Bulgariei și mai mult de 50% din bugetul TNB. Potrivit Legii Audiovizualului atât serviciul radio, cât și Televiziunea Bulgară urmau să fie finanțate din încasarea plăților de abonament pentru serviciile publice de radiodifuziune – o formă de abonament – achitată de fiecare gospodărie casnică, precum și de întreprinderile private comerciale care sunt consumatori de energie electrică (articolul 93). Aceste taxe trebuiau să constituie principala sursă de venituri pentru Fondul Special al Audiovizualului, de unde să fie finanțați radiodifuzorii publici și Consiliul Național al Audiovizualului (articolul 98).

Mărimea taxei lunare de abonament este extrem de joasă – 0.6% din salariul minim lunar (în timp ce salariul minim constituie cca \$ 35) pentru persoane fizice și 2.5% din venitul persoanelor juridice. Legea Audiovizualului stabilește o schemă specială pentru trecerea graduală a radioteleviziunii bulgare de la alocațiile de stat la finanțarea publică totală din mijloacele taxelor de abonament (Zlatev O., 2008).

Cu toate acestea, de la adoptarea Legii și pînă în prezent nu a fost stabilit un asemenea mecanism de colectare a plăților.

Cauzele acestui eșec variază de la cele economice, pînă la cauze sociale și structurale. Cea mai importantă cauză însă a fost și este lipsa voinței elitei politice de a schimba status quo-ul, de frica independenței financiare complete a RNB și TNB față de bugetul de stat, ceea ce ar elimina orice posibilitate a intervenției politice a Guvernului, și va rezulta în independența editorială completă. Aceasta pare să fie unica explicație plauzibilă a faptului de ce statul încă demonstrează disponibilitatea să acorde bani din

bugetul de stat pentru radiodifuziunea publică, în timp ce această sumă ar putea fi liber acoperită de cca 2,78 milioane de gospodării casnice și 500 000 persoane juridice din Bulgaria (Zlatev O., 2008).

2.2.6. Alte state

Noua modalitate de finanțare a serviciului public de radiodifuziune (FTV) în *Franta* a fost stabilită în martie 2009, odată cu adoptarea noii legi cu privire la comunicațiile audiovizuale și serviciul public de televiziune. Potrivit legii, noua schemă de finanțare a FTV include veniturile din taxele TV (cunoscute drept contribuții pentru sectorul audiovizual public), veniturile din activități comerciale și subvenții din bugetul de stat pentru compensarea cheltuielilor serviciului public. Taxa, care este plătită prin taxa de rezidență, se bazează pe deținerea unui set TV, fiind onorată anual și acoperă toți membrii familiei care locuiesc sub același acoperiș. În plus, începînd de la sfîrșitul anului 2011 va fi interzisă difuzarea publicității pe televiziunea publică. Acest fapt va coincide cu trecerea totală de la televiziunea analogică, la cea digitală și va plasa radiodifuzorii comerciali într-o poziție de semi-monopol al publicității (EBU, 2009:28).

În *Slovacia*, serviciul public de radiodifuziune este finanțat atât din taxele TV, ajutor de stat, venituri din publicitate, cât și din subvenții. Toate persoanele fizice și toți angajatorii care au cel puțin trei angajați sau mai mulți trebuie să plătească taxe de radiodifuziune. Taxa lunară este de aproximativ 4,77 euro pentru persoanele fizice și între 4,77 euro și 477,18 euro pentru angajatori în funcție de numărul de angajați. Statul acordă subvenții pe baza acordului

între Slovenská Televízia (STV) și Ministerul Culturii privind conținutul. În baza acordului, statul este obligat să furnizeze 61,4 mil. euro către STV pentru a sprijini producția și transmiterea programelor de interes public (Gagiu C., Neacșu C., 2010).

În *Spania* nu există taxe TV, iar de la 1 septembrie 2009 a intrat în vigoare o nouă lege privind finanțarea serviciului public de radiodifuziune ce furnizează un „nou” model de finanțare pentru radiodifuzorul public Corporación de Radio y Televisión Española (RTVE). Noul model implică finanțarea din subvenții de la stat și trei tipuri diferite de taxe. Radiodifuzorii comerciali free-to-air TV trebuie să plătească 3% din venituri, radiodifuzorii pay-TV - 1,5% și operatorii de comunicații electronice - 0,9% (EBU, 2009:24). De asemenea, noua lege interzice plasarea publicității la RTVE, ceea ce constituie o schimbare drastică, asta deoarece publicitatea este cea mai importantă sursă de finanțare a RTVE (EBU, 2009:25). Totodată, insuficiența mijloacelor financiare va fi compensată dintr-un fond public, constituit atât din surse bugetare, cât și din taxele pentru serviciile de telecomunicații și veniturile din publicitate a radiodifuzorilor privați.

În *Marea Britanie* serviciul public de radiodifuziune este finanțat în principal din taxele TV, al căror nivel este stabilit de Guvern și anual aprobat de Parlament. În ianuarie 2007 s-a parafat cel mai recent acord de stabilire a taxei TV, pentru o perioadă de șase ani, respectiv 2007-2012. Astfel, în perioada 1 aprilie 2007 - 31 martie 2008 valoarea anuală a taxei TV (pentru varianta color) era de 135,50 lire sterline/anual și s-a mărit pînă la 139,50 lire sterline în 2008, iar în 2009 aceasta valora 142,50 lire sterline. În anul 2010, taxa TV (pentru recep-

toarele color) este de 145,50 lire sterline, pentru 2011 fiind aprobată o taxă de 148,50 lire sterline, în timp ce pentru 2012 este estimată o taxă maximă de 151,50 lire sterline. Veniturile trustului media BBC din încasarea taxelor TV sunt folosite pentru a finanța serviciile TV, radio și online, cât și alte servicii (Gagiu C., Neacșu C., 2010).

2.2.7. România

Legea Nr. 41 din 17 iunie 1994 privind organizarea și funcționarea Societății Române de Radiodifuziune și Societății Române de Televiziune⁴⁷ prevede că sursele financiare ale SRR și SRTV se asigură din venituri proprii, alte surse, precum și din alocații de la bugetul de stat (Art. 43).

Articolul 44 al aceleiași legi stabilește, că *„veniturile proprii ale societății provin din taxe de abonament de radio și de televizor, din surse realizate potrivit obiectului de activitate, precum și din donații sau sponsorizări.”*

Posesorii receptoarelor de radio și de televiziune sunt obligați să plătească o taxă de abonament către serviciile publice de radiodifuziune și de televiziune. Nivelul taxelor de abonament pe categorii de plătitori, modalitatea de încasare, precum și faptele care constituie contravenție se stabilesc prin hotărîre a Guvernului.

Hotărîrea Guvernului nr.977/2003 privind taxa pentru serviciul public de radiodifuziune⁴⁸ stabilește obligația persoanelor fizice și juridice cu domiciliul, respectiv sediul în România de a plăti o taxă lunară pentru serviciul public de radiodifuziune. Taxa lunară se plătește pe fami-

47 Document disponibil la adresa http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.htm_act_text?id=14381

48 Disponibilă la adresa http://www.cdep.ro/pls/legis/legis_pck.htm_act_text?id=50043

lie. Potrivit aceleiași hotărâri, sunt exceptate de la plata acestei taxe persoanele care declară pe propria răspundere că nu dețin receptoare radio sau TV.

Cea mai mare parte a finanțării celor două instituții publice de media (Societatea Română de Radiodifuziune și Societatea Română de Televiziune) vine din taxele de abonament încasate de la populație. Gospodăriile private plătesc 0,9 euro pe lună, în timp ce persoanele juridice plătesc 4,5 euro pe lună. Nivelul acestor taxe nu a mai fost actualizat, din 2003, cu rata inflației. Maria Țoghină, președintele-director general al SRR afirma, că numai 60% din locuințele din România plătesc această taxă, restul gospodăriilor fiind scutite. (Open Society Institute, 2008).

Nivelul actual de finanțare al serviciilor publice de radio și televiziune este insuficient pentru dezvoltarea celor două instituții, iar radioul public a fost confruntat cu dificultăți financiare care au pus în pericol funcționarea zilnică a serviciului.

Potrivit opiniei președintelui-director general al SRTv, Alexandru Lazescu, remedierea situației este posibilă doar prin majorarea taxei TV, pe care o consideră cea mai mică din Europa. „Taxa este cea mai mică din Europa. Dacă în România este în jur de 4 lei pe lună, în Cehia este de 35 de euro pe an, în Ungaria 40 de euro pe an, iar în Anglia este de aproape 185 de euro”, a spus Lazescu (Gagiu C., Neacșu C., 2010).

Ponderea încasărilor din taxe în veniturile televiziunii a scăzut de la 74% în 2004 la 60% în 2006. În același timp, cheltuielile au crescut de la an la an.

Potrivit articolului 5 al Hotărârii Guvernului nr.977/2003, taxa lunară pentru

serviciul public de radiodifuziune se va încasa de la plătitorii acesteia de către Societatea Comercială de Distribuție și Furnizare a Energiei Electrice “Electrica” - S.A. prin filialele sale, în baza unui contract de mandat, o dată cu plata energiei electrice consumate.

Pentru serviciile de colectare a taxelor de la persoanele fizice și juridice, Societatea Comercială de Distribuție și Furnizare a Energiei Electrice «Electrica» - S.A. este în drept să deducă comisionul convenit, restul sumelor urmînd a fi virate integral în contul Societății Române de Radiodifuziune, la termenele și în condițiile stabilite prin contractul de mandat (Art.10).

2.3. Concluzii

Alegerea mecanismului financiar este o problemă centrală a sistemului serviciului public de radiodifuziune. În afară de faptul că sunt necesare *mijloace* financiare suficiente pentru realizarea misiunii radiodifuzorului public, *tipul* finanțării este de asemenea relevant pentru îndeplinirea acestei misiuni.

Abordînd problema finanțării, fiecare stat reiese din multitudinea de factori care determină, în cele din urmă, modalitatea de susținere a serviciului public de radiodifuziune: nivelul de dezvoltare social-economică, tradițiile existente, structura administrativ-teritorială, voința politică și opinia societății.

Modelul aplicat pînă acum în Republica Moldova, unde IPNA Compania „Teleradio-Moldova” este finanțată în proporție de 80% din bugetul de stat, a demonstrat în repetate rînduri ineficiența sa, fapt care a avut repercusiuni negative asupra calității produselor me-

diatice. Or, dacă un radiodifuzor se bazează în primul rând pe finanțarea de la stat, există riscul ca autoritățile publice sau partidele politice să utilizeze această „pîrghie” pentru a cîștiga influență asupra politicii editoriale. Chiar și cu această interferență, instituțiile de radiodifuziune adesea sunt nevoite să se „roage” organelor cu putere de decizie în privința finanțării lor. În rezultat, apare tentația „evitării” informațiilor negative despre acestea, înlăturîndu-se programele care critică guvernarea.

La capătul opus, finanțarea radiodifuzorului public exclusiv din mijloacele provenite din publicitate, sponsorizări și plata taxelor de radiodifuziune la fel nu este cea mai bună soluție, deoarece se creează o prea mare dependență de aceste mijloace, iar riscurile fiind enorme.

A devenit clar că, cel puțin în mediul competitiv, nu va fi posibil pentru un radiodifuzor public să-și îndeplinească misiunea fără o finanțare publică. Aceasta este demonstrat de problemele cu care se confruntă radiodifuzorii publici odată cu introducerea radiodifuziunii comerciale, aceștia fiind nevoiți să se bazeze preponderent pe veniturile din publicitate/sponsorizare, în special în țările fără o tradiție a taxei de licență (de ex. Spania). Mai există și alte state (de ex. Franța), unde eforturile au fost făcute pentru a crește suma finanțelor publice, cu scopul de a reduce dependența de venitul din publicitate și a fortifica caracterul serviciului public.

Așa cum nivelul taxei de radiodifuziune trebuie să rămână social acceptat, în mod normal este imposibil de a acoperi, doar prin taxe, toate necesitățile financiare pentru îndeplinirea misiunii serviciului public. În particular, afirmația este valabilă în privința statelor mici, statelor cu diferite regiuni lingvistice și culturale, altor state descentralizate (state federale) și statelor cu venit

scăzut pe cap de locuitor (EBU, 2000:10).

În această categorie intră și Republica Moldova, pentru care cea mai bună soluție, conform numeroaselor experiențe analizate, va fi aplicarea unui mecanism cu finanțare mixtă, care să asigure mai bine independența financiară și editorială a serviciului public de radiodifuziune. Așadar, în sistemul de finanțare a IPNA Compania „Teleradio-Moldova” lipsește un element esențial pentru atingerea echilibrului: mijloacele financiare provenite din taxa de abonament.

Taxa de abonament (numită de asemenea și „taxa de radiodifuziune” sau „taxa de licență”) este adesea privită ca un mijloc de finanțare *sui generis* care corespunde cel mai bine rolului radiodifuzorului public de a servi societatea în întregime (EBU, 2000:5).

Totuși, această taxă nu neapărat va soluționa problema independenței IPNA. În experiența cîtorva state a fost depistată insuficiența banilor care vin din taxa de abonament și păstrarea dependenței de factorul politic. Așadar, urmează să păstrăm mai multe surse de finanțare a radiodifuzorilor publici, inclusiv taxa de abonament. Or, instituirea acestei taxe nu înseamnă abandonarea celorlalte categorii de surse, precum granturile și finanțarea bugetară (Rîbca E., 2010).

Ca orice instrument de finanțare, taxa de abonament are avantaje și dezavantaje.

Avantajele se conturează prin faptul că venitul din taxa de radiodifuziune este stabil și sigur, previzibil și mai puțin volatil, decît alte mijloace de finanțare; reduce dependența de venitul din publicitate și din alocațiile statului; taxa de radiodifuziune stabilește o legătură adițională între organizațiile publice de radiodifuziune și consumatori; în cele mai multe state

acceptarea publică a taxei de radiodifuziune este relativ înaltă.

Dezavantajele se referă la caracterul static al veniturilor (numărul gospodăriilor casnice nu crește semnificativ), cu un potențial foarte scăzut de creștere; creșterile la nivelul taxei de radiodifuziune pot fi nepopulare și dificil de atins la nivel politic; necesitatea de a adapta taxele periodice poate crea dependență de instituțiile statale, dacă procedurile adecvate nu garantează un proces de luare a deciziilor obiectiv și independent; colectarea ar putea fi dificil de realizat, cu o importantă rată de evaziune; acceptarea socială și politică a taxelor de radiodifuziune poate scădea de-a lungul timpului (taxa poate fi văzută ca un anacronism în mediul digital) (EBU, 2000:13).

Acestea fiind spuse, rămâne de văzut când și în ce condiții inițiativa reformării IPNA va deveni realitate căci, odată aprobată, Strategia trebuie implementată și obiectivele realizate. Până atunci, IPNA va fi nevoită să se descurce cu ce are și, mai mult, să progreseze constant, altfel riscă să rămână izolată în raport cu serviciile publice de radiodifuziune din alte state.

Chiar și în lipsa taxei de abonament, mijloacele financiare disponibile urmează a fi utilizate eficient pentru asigurarea produselor calitative.

Pe parcursul anului 2010, atât Consiliul de observatori, cât și administrația IPNA au depus eforturi în vederea asigurării calității și diversității în ceea ce privește informarea. Pentru 2011 se intenționează promovarea celei de-a doua misiuni a unui serviciu public - educația, adică se va lucra pentru asigurarea calității, diversității și interesului față de emisiunile educative. Vor trebui create mecanisme cu ajutorul cărora se va merge pe asigurarea calității emisiunilor, iar instituirea taxei de abonament urmează să faciliteze acest proces (Rîbca E., 2010).

Campania electorală așteptată în noiembrie va fi o imensă provocare pentru serviciul public de radiodifuziune autohton. Însă, în același timp, va fi o mare oportunitate pentru televiziune să demonstreze că, prin aplicarea întocmai a Codului audiovizualului al RM, cu ajutorul unui management eficace, independent și cu verticalitate, cu sprijinul unui Consiliu de observatori competent, să se poată fi cu adevărat în serviciul publicului care o finanțează.

RECOMANDĂRI

Pentru conferirea unui caracter transparent activității mijloacelor de comunicare în masă și asigurarea accesului cetățenilor la informația de interes public, este necesară:

- Adoptarea unui nou *Cod al audiovizualului*.
- Modificarea și completarea *Legii presei*, în vederea:
 - a) eliminării interdicției de finanțare sau susținere în orice altă formă a publicațiilor periodice de către guvernele statelor străine (art.12);
 - b) instituirii altor condiții, forme sau proceduri de susținere directă sau indirectă a presei;
 - c) impunerii cerințelor de transparență pentru presa scrisă, conform categoriilor de informații, prevăzute de Recomandarea Rec (94) 13;
 - d) abrogării prevederilor referitoare la finanțarea publicațiilor periodice și agențiilor de presă care contravin principiilor transparenței.
- Completarea *Legii cu privire la publicitate* cu:
 - a) prevederi exprese privind utilizarea banilor publici pentru publicitate publică (art.21), în baza unor criterii obiective, imparțiale și nediscriminatorii;
 - b) o noțiune nouă și anume „publicitate publică – publicitate achiziționată din bani publici”;
 - c) reglementarea diferenței dintre „publicitatea comercială” și „publicitatea publi-

că”, care să prevadă o serie de obligații pentru sectorul public.

▪ Modificarea *Legii cu privire la achizițiile publice* în vederea:

- a) garantării accesului publicului la o serie de informații, prevăzute în:
 - declarațiile de confidențialitate și imparțialitate, semnate de membrii grupurilor de lucru pentru achiziții ale autorităților contractante (în cadrul achizițiilor publice mass-media) – *art.14 alin.(3)*;
 - documentele prin care se certifică datele de calificare ale operatorilor economici (participanți la achizițiile publice mass-media) – *art.16 alin.(1)*;
 - deciziile de atribuire a contractelor de achiziții publice mass-media – *art.22 alin.(2)*;
 - informațiile ce țin de contractele de achiziții publice mass-media atribuite – *art.22 alin.(3)*;
 - înștiințarea privind respingerea tuturor ofertelor în cadrul achizițiilor publice mass-media – *art.29*;
 - dosarul achiziției publice mass-media – *art.32 alin.(1)*;
 - informația documentată privind examinarea, evaluarea și compararea ofertelor în cadrul achizițiilor publice mass-media – *art.44 alin.(9)*;
 - darea de seamă privind procedura de achiziție publică mass-media – *art.70 alin.(1)*;
- b) instituirii obligației exprese de a publi-

ca pe pagina-web a Agenției Rezerve Materiale copiile contractelor de achiziții publice mass-media și copiile dărilor de seamă privind realizarea achizițiilor publice mass-media de valoare mică;

c) instituirii obligației autorităților contractante de a elabora, adopta și publica pe pagina-web a Agenției Rezerve Materiale a raportului de evaluare a achiziției publice mass-media.

▪ Adoptarea **Legii cu privire la ajutoarele de stat pentru publicațiile periodice**, prin care să fie reglementată susținerea și promovarea de către stat a dezvoltării economice a publicațiilor periodice și a independenței editoriale a publicațiilor periodice, protejării de către autoritățile și instituțiile publice a concurenței loiale, combaterii activității autorităților administrației publice de limitare a concurenței în domeniul presei scrise.

▪ Completarea **legii bugetare anuale** cu prevederi, prin care presa de importanță socială să beneficieze de subsidii pentru acoperirea cheltuielilor de distribuție.

▪ Modificarea **Codului Fiscal** prin:

a) stabilirea unui cadru fiscal preferențial pentru instituțiile de presă;

b) adoptarea unui proiect de lege pentru scutirea instituțiilor mass-media de taxa locală de 5% pentru plasarea publicității.

▪ Introducerea în cadrul legal național a prevederilor menite să asigure transparența și accesul liber la informația cu privire la proprietățile mass-media, inclusiv la informațiile despre tirajele de presă și structurile de holding mass-media existente în Moldova.

▪ Elaborarea unui mecanism eficient care

ar asigura publicarea informațiilor privind sursa și valoarea donațiilor, inclusiv a celor nefinanciare; precum și referitor la persoanele care dețin și influențează politica editorială a mijloacelor de informare în masă respective.

▪ Elaborarea de către Consiliul Coordonator al Audiovizualului a unei instrucțiuni, care să explice detaliat ce vor include datele despre proprietari și sursele de finanțare, la care se face referință în art.7 și 23 al Codului audiovizualului al Republicii Moldova.

Excluderea imixtiunii statului (reprezentanților puterii) în politica editorială a IPNA Compania „Teleradio-Moldova” și asigurarea independenței financiare reale a Companiei, pot fi atinse prin:

▪ Elaborarea și adoptarea unor bugete pentru o perioadă mai mare decât cea a guvernării.

▪ Introducerea taxei de abonament pentru serviciile publice de radiodifuziune.

▪ Obligarea Consiliului de observatori să prezinte dări de seamă la fiecare șase luni nu doar în Parlament, dar și în cadrul unor evenimente publice speciale.

▪ Întocmirea rapoartelor periodice de gestionare a resurselor financiare, așa încât publicul plătitor de impozite să știe ce face serviciul public de radiodifuziune, care sunt obiectivele pe termen lung și imediat, standardele și normele de conduită, reușitele și provocările, inclusiv tentativele de imixtiune ale factorilor politici în politica editorială.

▪ Dezbaterea publică a Caietului de sarcini al IPNA Compania „Teleradio-Moldova”.

ANEXE

Tabelul 1: Taxele TV valabile în 2010

Statul	Taxa TV/lunar	Salariul minim/lună
România	0,9 euro	141 euro
Cehia	3 euro	309 euro
Slovacia	4,77 euro	307 euro
Franța	10,08 euro	1 343 euro
Anglia	12,25 lire sterl.	1 076 euro
Germania	17,98	se practică doar pe anumite ramuri ale economiei naționale, precum construcții sau poșta
Finlanda	19,25 euro	se practică doar pe anumite ramuri ale economiei
Elveția	29 euro	2 800 euro
Olanda	nu se percepe	1 407 euro
Spania	nu se percepe	739 euro

*Sursa: Financiarul.com*⁴⁹

Tabelul 2: Sursele principale de finanțare a radiodifuzorilor publici din statele membre ale UERT (2008)

Sursa de finanțare: TAXA TV			Sursa de finanțare: BUGETUL DE STAT		
Statul	Radiodifuzorul	Taxa %	Statul	Radiodifuzorul	Taxa %
Suedia	SR	97.1 %	Vatican	Radio Vatican	100%
Norvegia	NRK	95.3 %	Federația Rusă	Radio Voice of Russia	99.6 %
Finlanda	YLE	94.6 %	Bulgaria	BNR	94.9 %
Suedia	SVT	93.0 %	Estonia	ERR	91.8 %
Danemarca	DR	91.0 %	Ucraina	NRCU	81.5 %
Republica Cehă	CRo	87.2 %	Moldova	TRM	79.5 %
Franța	Radio France	85.7 %	Ungaria	MTV	78.3 %
Germania	ZDF	84.3 %	Belgia (comunitatea francofonă)	RTBF	72.4 %
Germania	ARD	83.6 %	Cipru	CyBC	72.1 %
Slovacia	SRo	81.5 %	Letonia	LR	68.9 %
Marea Britanie	BBC	75.9 %	Belgia (Flandria)	VRT	64.4%
Republica Cehă	CT	73.9 %	Olanda	NPO	63.6 %
Elveția	SRG-SSR	71.4 %	Lituania	LRT	58.9 %
Franța	France Televisions	70.7 %	Portugalia	RTP	39.5 %
Slovacia	STV	69.3 %	Sursa de finanțare: PUBLICITATEA, Etc.		
Croația	HRT	68.8 %	Statul	Radiodifuzorul	Taxa %
Turcia	TRT	68.3 %	Marea Britanie	Channel 4	87.2 %
Serbia	RTS	66.2 %	Finlanda	MTV3	79.8 %
Islanda	RUV	64.9 %	Marea Britanie	ITV	70.2 %
Slovenia	RTV-SLO	64.8 %	Polonia	TVP	55.9 %
Polonia	PR	63.3 %	Spania	RTVE	49.9 %
Italia	RAI	54.8 %			
Austria	ORF	50.5 %			
Ungaria	MR	46.5 %			
Irlanda	RTE	45.6 %			

Sursa: UERT, în baza informațiilor parvenite de la statele membre

49 http://www.financiarul.com/articol_51504/se-poate-si-fara-taxa-tv-in-olanda-spania-si-portugalia-aceasta-nu-exista-.html.

REFERINȚE

- Baeva Gergana, (2008). „Evaluation of the Public Service Broadcasting in Bulgaria”, *Studies in Communication Sciences*, Journal of the Swiss Association of Communication and Media Research, Vol. 8, Nr. 2-3.
- Bunduchi Ion, Director-executiv al Asociației Presei Electronice din Moldova (APEL), interviu realizat la 12.10.2010.
- Case Study on transition from analogue to digital terrestrial TV (DTTV) broadcasting in the Republic of Slovenia, (2009), [On-line] la adresa http://www.itu.int/ITU-D/tech/digital-broadcasting/Bulgaria_Assistance_Transition/Slovenia/Slovenia_Web.pdf, accesată la 23.09.2010.
- Centrul Independent de Jurnalism, (2008). „Relațiile dintre presă și autoritățile de stat – spre transparență și responsabilitate”, Raport final, [On-line] la adresa http://ijc.md/Publicatii/presa_stat_raport_final.pdf, accesat la 25.10.2010.
- Ciurea Cornel, expert al Institutului de Dezvoltare și Inițiative Sociale (IDIS) „Viitorul”, interviu realizat la 15.10.2010.
- COWI Consortium, (2010). „Media Study Report Serbia”, [On-line] la adresa <http://www.europa.rs/upload/documents/documents/news/MediaStudyReport.pdf>, accesată la 15.09.2010.
- European Broadcasting Union, (2000). “The funding of Public Service Broadcasting”, [On-line] la adresa http://www.ebu.ch/CMSImages/en/leg_p_funding_psb_tcm6-4443.pdf, accesată la 29.09.2010.
- European Broadcasting Union, (2009). “Funding of Public Service Broadcasters”.
- Gagiu Claudia, Neacșu Carmen, (2010). „Se poate și fără taxă TV: în Olanda, Spania și Portugalia aceasta nu există”, *Ziarul Financiarul*, ediție din 5 octombrie 2010, ”, [On-line] la adresa http://www.financiarul.com/articol_51504/se-poate-si-fara-taxa-tv-in-olanda-spania-si-portugalia-aceasta-nu-exista-.html, accesată la 23.10.2010.
- Marin Constantin, Președinte al IPNA Compania “Teleradio-Moldova”, interviu realizat la 15.10.2010.
- Open Society Institute, (2008). “Televiziunea în Europa: România”, EU monitoring and Advocacy Program, [On-line] la adresa http://www.soros.org/initiatives/media/articles_publications/publications/television_20090313/romanian_20080429.pdf, accesată la 21.09.2010.
- Rîbca Eugen, Președinte al Consiliului de observatori al IPNA Compania “Teleradio-Moldova”, interviu realizat la 11.10.2010.
- Schulz Wolfgang, Held Thorsten, Dreyer Stephan, (2008). “Regulation of Broadcasting and Internet Services in Germany. A brief overview”, 2nd edition, Arbeitspapiere des Hans-Bredow-Instituts Nr. 13, [On-line] la adresa http://www.hans-bredow-institut.de/webfm_send/124, accesată la 20.10.2010.
- Spinei Vasile, (2003). ”Mass-media și legislația. Analiză. Opinii. Propuneri”, Chișinău, Universul, [On-line] la adresa <http://www.acces-info.org.md/index.php?cid=169>, accesat la 25.10.2010.
- Trpevska Snezana, Jakimovski Ljubomir, Shopar Vesna, Petkovska Biljana and Trajkovska Zaneta, (2010). ”Analysis of the Public Broadcasting in the Republic of Macedonia in the Context of the European Media Policy”, [On-line] la adresa http://www.mim.org.mk/english/attachments/122_ANALYSIS.pdf, accesată la 20.10.2010.
- Tuca Victor Iulian, (2008). ”Transparența surselor de finanțare în mass-media”, Centrul Roman pentru Jurnalism de Investigație, proiectul Media ca serviciu public, [On-line] la adresa http://www2.cji.ro/userfiles/file/documente/ANNEX_5_Transparenta_mijloacelor_de_finantare.doc, accesat la 25.10.2010.
- Urbas Jana, Setinc Lenart, (2001). „Media Legislation in the Republic of Slovenia”, [On-line] la adresa <http://www.mediaonline.ba/en/pdf.asp?ID=42&n=MEDIA%20LEGISLATION>, accesată la 20.09.2010.
- Zlatev Ognian, (2008). „Development of Public Service Broadcasting in Bulgaria: Activities, Problems, Perspectives”.



NOTE

