

SUBVENȚIONAREA PUBLICĂ A MASS-MEDIEI CA INVESTIȚIE ÎN PLURALISMUL MEDIATIC. PRACTICI EUROPENE

*Ana GONȚA,
doctor în științe politice*

Summary. State subsidies for the press is a normal practice in many countries. The governments decided to adopt this measure in order to protect the pluralism and the media diversity, when many publications, especially the print press, were threatened to disappear. The present article focuses on the best European practices of state subsidies for the mass-media. At the end of the article, we present the evolution of the topic in the Republic of Moldova, and propose to implement the European practices in order to develop the media pluralism and the democracy.

Key words: public subsidies for the press, media pluralism, democracy, European practices, direct subsidies, indirect subsidies.

Cele mai multe dintre statele europene au o tradiție/experiență a acordării ajutoarelor pentru presă de jumătate de veac. Per ansamblu, trei elemente principale au stat la baza deciziei de a subvenționa presa: criza financiară în care s-au pomenit ziarele după Al Doilea Război Mondial, concurența acerbă a televiziunii care amenința existența presei scrise naționale, dar în special a celei locale, și fenomenul concentrării proprietății care punea la grea încercare pluralismul și diversitatea mediatică, acestea din urmă fiind vitale pentru o presă ce se dezvoltă pe piața liberă a ideilor, dar și pentru democrație. De-a lungul timpului, guvernele au încercat să aplice mai multe tipuri/mecanisme de subvenționare a presei, unele fiind valabile și astăzi, altele modificându-se odată cu schimbările de ordin tehnologic și comunicațional. Potrivit cercetătorului Peter Humphreys, „majoritatea statelor membre ale UE au acordat sectorului de presă rate preferențiale ale TVA, tarife preferențiale pentru servicii poștale și feroviare pentru distribuție și tarife favorabile pentru telecomunicații. Alte măsuri au inclus reduceri fiscale pentru investiții și alte tipuri de facilități fiscale. Unele state au subvenționat prețul hârtiei de ziar, un cost semnificativ de producție. Unele agenții de știri, cum ar fi Agence France Presse (AFP), sunt sprijinite de guverne” [3, p. 39].

În statele nordice (Suedia, Norvegia, Danemarca, Finlanda), unde subvențiile pentru presă au fost introduse în anii '60 ai secolului trecut, acestea constituie un produs al politicii culturale și fac parte din conceptul de Stat al Bunăstării (The Media Welfare State) [18]. Justificarea pentru oferirea de suport financiar public pentru presa

privată în aceste state a fost susținerea diversității la două niveluri: diversitatea opiniilor politice și diversitatea geografică. De asemenea, s-a urmărit scopul contracarării fragmentării regionale și locale a sistemului mediatic și ajutorul pentru susținerea comunităților, fără a atenta la libertatea și autoreglementarea mass-mediei. Astăzi, sistemul de subsidii pentru presă constituie o parte importantă a reglementării domeniului în țările nordice. În 2009, subsidiile pentru ziare au constituit 3% din veniturile totale în Suedia, 2% în Norvegia, un procent în Finlanda și 3% în Danemarca. În 2010, țările nordice și Austria, Franța și Olanda, au fost considerate țările cu cel mai eficient sistem al suportului public al ziarelor. În Norvegia, Finlanda și Suedia ziarele locale, care sunt principalii beneficiari ai ajutoarelor de stat, rămân de o importanță primordială în raport cu cele naționale [18; 11]. Regatul Unit al Marii Britanii și al Irlandei de Nord, Irlanda, Germania și Elveția, pe de altă parte, nu au un sistem de subvenții directe pentru presă, iar Spania l-a lichidat în 1988, după ce îl aplicase masiv în anii '70-80 ai secolului trecut, iar odată cu intrarea în UE, Comisia Europeană i-a pus condiții dure în acest sens (acordarea subvențiilor în Spania se făcea în neconcordanță cu Legea concurenței, iar ziarele naționale aveau supraprofit). De asemenea, în majoritatea statelor membre ale UE și în Elveția, există ajutoare indirecte pentru presă, în special sub formă de reduceri sau scutiri de TVA. De exemplu, în Belgia, Danemarca și Marea Britanie nu se percepe TVA pentru vânzarea ziarelor, în Elveția TVA este de 2,4%, comparativ cu standardul de 7,6%, iar în Germania de 7%, comparativ cu standardul de 19% [2, p. 57; 19, pp. 8-9]. Actualmente, două state membre ale Uniunii Europene nu acordă scutiri de TVA pentru presă – Bulgaria și Slovacia. În același context, Franța, care are și un sistem de subsidii directe pentru presă, aplică și cea mai mică TVA pentru acest sector din UE – 2,1% (în raport cu rata standard de 20%), țara fiind și ținta unui litigiu cu instituțiile europene pentru aplicarea aceleiași rate și pentru presa online. La rândul său, guvernul croat a stabilit o rată a TVA de 5% pentru ziarele cu un conținut publicitar mai mic de 50%, și de 13% - pentru cele cu un conținut publicitar mai mare de 50% [19]. Deși există critici și nemulțumiri în ceea ce privește mecanismele, criteriile de selecție și volumul subvențiilor în diferite țări (în Franța sau Suedia, de exemplu, politica de subvenționare a fost, în mai multe rânduri, acuzată de favorizarea celor mai bogate ziare/companii de presă), iar despre riscurile de subordonare față de stat a presei subvenționate s-a vorbit și se vorbește, toate țările care au introdus politici de subvenționare au recunoscut rolul indubitabil al acestora în procesul de salvagardare și promovare a pluralismului mediatic și al unui mediu democratic de dezvoltare a presei. În condițiile dezvoltării și modernizării rapide a tehnologiilor, presa scrisă rezistă cu greu în afara unor politici de ajutoare publice. „Pericolul” ce vine din zona online este dezbătut din ce în ce mai mult la nivel european, iar niște mecanisme exacte pentru a permite funcționarea și dezvoltarea concomitentă a presei scrise și a celei digitale nu au fost deocamdată stabilite.

Exemple de practici de subvenționare a presei

Regatul Belgiei. În Belgia, primele reduceri acordate presei pentru telefonie și servicii telegrafice datează din anii '30 ai secolului al XX-lea. Profundul proces de concentrare a presei scrise francofone, și concurența din ce în ce mai acerbă din partea televiziunii în anii '60, au zdruncinat sistemul mediatic, deși la început, oamenii de presă nu i-au acordat atenția cuvenită, contând în continuare pe veniturile din abonamente. După ce Poșta a încetat să mai distribuie presa cotidiană duminica (1958) și sâmbătă după-amiază (1966), pericolul subminării presei scrise în favoarea audiovizualului a devenit evident și a început a fi luat în seamă. Astfel, primul mecanism de ajutor direct pentru presă este pus în funcțiune pe 23 octombrie 1973. [11, p. 20]. La început, autoritățile au prevăzut o distribuire echitabilă a ajutoarelor între presa neerlandofonă, francofonă și germanofonă. Transformată în lege (1974), inițiativa este criticată în special pentru noțiunile de presă de opinie și ajutor direct, acesta din urmă fiind văzut ca un posibil pericol pentru independența presei. În același timp, guvernul decide ca presa să fie scutită de plata TVA, încă de la introducerea acesteia în Belgia, în 1971 [11].

La sfârșitul anilor '70 ai secolului al XX-lea are loc prima reformă a sistemului de ajutoare directe pentru presă, ziarelor alăturându-li-se agenția de presă Belga (1978). În plus, entitățile de presă sunt impuse, prin această reformă, să contracteze un abonament la serviciile agenției Belga pentru a putea beneficia de ajutor direct din partea statului. Tot atunci sunt introduse noțiunile de ajutor „selectiv” și „compensatoriu”. Primul era atribuit prioritar cotidienelelor cu un număr de unități vândute zilnic, inferior unei cifre stabilite de autorități și cu venituri care nu atingeau un anumit volum. După determinarea ajutorului selectiv, banii erau atribuiți în fiecare comunitate sub formă de ajutor compensatoriu, repartizat în baza unui sistem de cote. Astfel, până la sfârșitul anilor '80, sistemul de ajutor direct avantaja ziarele cele mai slabe. Între 1989 și 1996 s-a practicat transferarea unei părți din veniturile brute din publicitatea comercială difuzată de radiodifuzorul public către presa scrisă, după ce operatorii recoltau publicitatea de la distribuitori. Între 2004 și 2007, după reformarea sistemului de acordare a subvențiilor, radiodifuzorii au continuat să transfere o parte din veniturile publicitare către presa cotidiană francofonă, dar această parte s-a redus progresiv pe măsură ce s-a mărit contribuția comunității franceze. Astfel, după mai multe probleme legate de inegalitatea piețelor mediatice ale celor trei comunități, acestea au decis să-și separe sistemele de subvenționare a presei. Astfel, deși prevăzut inițial pentru întreaga țară, începând cu anul 1988, fiecare comunitate (francofonă, flamandă și germanofonă) a Belgiei își gestionează propriul sistem de ajutoare pentru presă. Chiar dacă atribuțiile pentru acordarea subvențiilor pentru presă au trecut de la guvernul federal la cele trei comunități, subvențiile indirecte (0% TVA pentru ziare, 6% TVA pentru reviste, precum și rate poștale și telefonice preferențiale) sunt în continuare în competența guvernului federal. În cazul comunității flamande,

modalitățile de acordare a subvențiilor pentru presă sunt definite printr-un protocol semnat între guvernul regional și editori [2, p. 60]. Autoritățile flamande pun un accent deosebit în ultima perioadă pe „sprijinul financiar pentru formarea jurnaliștilor și dezvoltarea activităților digitale” [3, p. 48].

În Comunitatea francofonă, ajutoarele pentru presă sunt gestionate de către Centrul de ajutor pentru presa scrisă, serviciu creat prin Decretul din 31 martie 2004 privind ajutoarele atribuite presei cotidiene scrise francofone și dezvoltării inițiativelor presei cotidiene scrise francofone în mediul școlar. Documentul prevede acordarea a trei categorii de ajutoare: 1) Pentru susținerea creării noilor titluri de presă; 2) Pentru încurajarea angajamentului jurnaliștilor, profesioniștilor salariați, dezvoltarea programelor de formare civică a cititorului și adaptarea presei scrise la tehnologiile moderne de comunicare; 3) Pentru menținerea celei mai mari diversități în interiorul presei cotidiene prin privilegierea titlurilor cel mai puțin rentabile [10].

Pentru a obține ajutoare, instituțiile de presă trebuie să adreseze Centrului o cerere scrisă și motivată, nu mai târziu de data de 1 iunie a anului în curs, anexând elementele care permit verificarea faptului dacă instituțiile de presă răspund condițiilor Decretului. Acestea se referă la: a) volumul total al resurselor nete provenite din publicitatea comercială; b) cifrele privind distribuția; c) numărul exact al jurnaliștilor profesioniști angajați prin contract; d) elemente ale costurilor potențiale de adaptare la tehnologiile moderne de comunicare; e) programe originale pentru încurajarea citirii ziarului, contribuirea la formarea aptitudinilor civice ale cititorului și la educația pentru media. De asemenea, în Comunitatea franceză a Regatului Belgiei, subsidiile sunt condiționate și de respectarea deontologiei. În urma multiplelor plângeri adresate de către cititori Consiliului pentru deontologie jurnalistică, în 2017, două publicații au fost lipsite de ajutoare financiare pentru încălcarea normelor deontologice, iar federația Wallonie-Bruxelles vrea să revizuiască Decretul din 2004 privind ajutoarele pentru presa scrisă, prin impunerea unor criterii mai dure privind respectarea normelor deontologice [9; 6].

Franța. Statul francez intervine direct și indirect în subvenționarea presei de peste șapte decenii, iar reglementarea celor mai importante valori ale libertății presei, inclusiv a pluralismului și a diversității, datează în această țară din perioada adoptării Declarației Drepturilor Omului și ale Cetățeanului din 1789. Ziarele franceze beneficiau de taxe poștale preferențiale încă din perioada Revoluției. Între 1944 și 1947, mai multe Ordonanțe au stabilit reguli și standarde pentru dezvoltarea industriei presei care urmăreau, printre altele: protejarea mass-mediei de presiunile economice și financiare, promovarea diversității opiniei prin interzicerea monopolurilor și a fuzionării instituțiilor media, stabilirea unui preț care să acopere cheltuielile pentru fiecare număr de ziar sau legalizarea libertății distribuirii presei [12]. În anii '50-60 ai secolului al XX-lea au venit tarifele preferențiale de telecomunicații, precum și 50% reduceri pentru distribuirea ziarelor de către operatorul național de cale ferată

(subvenție valabilă și astăzi în baza unui acord anual dintre SNCF și statul francez). După mai multe încercări de a stabili cote ale TVA pentru diferite tipuri de publicații, din 1989 a fost stabilită rata unică de 2,1%, cu o cotă pentru distribuție și mai redusă, de 1,05%, pentru teritoriile și departamentele de peste mare ale Franței [12]. Sistemul actual de subsidii pentru presă în Franța este unul complex și cuprinde atât subvenții directe, cât și indirecte. De beneficiile subvențiilor pot profita publicațiile înregistrate în registrele Comisiei Mixte pentru Publicații și Agenții de Presă (CPPAP) din Franța. Acest organism, care implică reprezentanți ai statului și editori, este responsabil pentru emiterea unui aviz, în funcție de diferite criterii, al cărui caracter favorabil permite beneficierea de sistemul de sprijin public pentru presă. Din sistemul multidimensional de susținere publică a presei scrise (și în unele cazuri a celei online) din Franța fac parte următoarele mecanisme:

A. Fondul de susținere pentru presa emergentă și pentru inovații în presă, din care pot fi acoperite: 1) burse pentru instituțiile emergente (din 2016, pentru instituțiile mai noi de trei ani, în sumă de 50000 de euro, bursa este disponibilă atât pentru presa scrisă cât și pentru cea online); 2) programe de incubare dedicate instituțiilor de presă (proiecte anunțate pentru o anumită perioadă. NB: Un incubator este definit ca o structură de sprijin care, oferind companiilor competențele și instrumentele de care au nevoie pentru a se lansa și a se dezvolta, contribuie la transformarea proiectelor în unele structurate și viabile) [6]; 3) programe de incubare dedicate mass-mediei emergente (proiecte anunțate pentru o anumită perioadă); 4) programe de cercetare și de dezvoltare (proiecte anunțate pentru o anumită perioadă).

B. Fondul strategic pentru dezvoltarea presei - proiecte care reprezintă o inovație, cresc productivitatea mass-mediei, îi îmbunătățesc și diversifică forma editorială, precum și proiecte care asigură prezența presei franceze în țările vorbitoare de limbă franceză. Fondul strategic permite acordarea de granturi și proiectelor serviciilor de presă online, editorilor de presă și agențiilor de știri.

C. Fondul de susținere a presei de informare socială de proximitate – vizează publicațiile tipărite, site-uri de presă, radio, televiziune, web, radio pe Internet etc., care contribuie la promovarea dezbaterii democratice locale, dând voce locuitorilor din teritoriu, urban și rural, și reprezintă un vector de informare și un factor de coeziune socială. Aceste medii trebuie să ajute la îmbunătățirea imaginii teritoriilor și să permită publicului larg să se familiarizeze cu practica jurnalistică, participând astfel la obiectivul educației mediatice. Teritoriile vizate în special, dar nu exclusiv, sunt cartierele prioritare ale politicii orașului și zonele de revitalizare rurală.

D. Ajutoare pentru distribuție: 1) reduceri tarifare ale SNCF (Societatea Națională a Căii Ferate); 2) ajutor pentru modernizarea distribuitorilor (acordat de Ministerul Culturii și al Comunicării distribuitorilor care doresc să-și renoveze spațiile de vânzare sau să-și optimizeze gestionarea produselor de presă); 3) ajutor pentru distribuirea presei la domiciliu sau la locul de muncă (pentru cele mai multe exemplare distribuite);

4) ajutor pentru distribuirea presei cotidiene naționale de informare politică și generală, vândută la bucată în Franța, dar și pentru distribuirea presei franceze în străinătate.

E. Ajutoare care contribuie la menținerea pluralismului: 1) fonduri de subvenții pentru cotidienele naționale de informare politică și generală cu resurse publicitare slabe (veniturile din publicitate nu trebuie să depășească 25% din veniturile totale); 2) fonduri de subvenții pentru publicațiile naționale de informare politică și generală cu resurse publicitare slabe (veniturile din publicitate nu trebuie să depășească 25% din veniturile totale); 3) fonduri de subvenții pentru cotidienele regionale, departamentale și locale de informare politică și generală cu resurse slabe din mica publicitate (cotidiene în limba franceză de informare politică și generală, cu difuzare regională, departamentală sau locală, ale căror venituri din mica publicitate nu depășesc 5% din total; cotidienele de informare politică și generală, cu difuzare regională, departamentală sau locală, ale căror venituri din mica publicitate nu depășesc 15% din total și a căror distribuție este asigurată în proporție mai mare de 25% prin abonament poștal); 4) ajutor pentru pluralism în presa periodică regională și locală.

F. Ajutoare fiscale indirecte: 1) TVA redusă pentru presa tipărită și cea digitală (2,1% și 1,05% în teritoriile de peste mare); 2) scutirea de Contribuția economică teritorială pentru distribuitorii de presă; 3) deducerea fiscală a investițiilor companiilor de presă; 4) reducerea impozitului pe venit a persoanelor particulare pentru donații în favoarea companiilor de presă; 5) reducerea impozitului pentru persoanele particulare pentru participarea la capitalul societăților de presă.

G. Ajutoare poștale indirecte: 1) tarife poștale preferențiale (lista de prețuri pe care se bazează aceste tarife ia în considerare ponderea publicațiilor, urgența și gradul de pregătire a expedițiilor).

H. Ajutoare sociale indirecte: 1) sistemul derogatoriu al ratelor contribuțiilor la sistemul asigurării sociale ale vânzătorilor, comercianților și poștașilor care distribuie presa (rata forfetară a fost stabilită la 4% din plafonul zilnic al taxei pentru securitatea socială); 2) calcularea diferențiată a contribuțiilor sociale ale jurnaliștilor (deducerea este în limita a 7 600 Euro pe anul calendaristic, calculată la o rată de 30%); 3) statutul social al corespondenților locali de presă (atunci când venitul lor este mai mic de 15% din plafonul de securitate socială, afilierea la sistemele sociale este opțională (scutire de facto de la contribuțiile la asigurările sociale). Pe de altă parte, atunci când venitul lor este mai mare decât acest prag, dar mai mic de 25% din același plafon, statutul de membru este obligatoriu, dar statul plătește 50% din contribuțiile de asigurări de boală, maternitate și bătrânețe) [13].

Franța, trebuie de menționat, a beneficiat în ultimii ani și de subsidii private din partea Google, care a lansat în 2013 un Fond de susținere pentru dezvoltarea presei scrise în Franța, cu scopul de a susține jurnalismul de calitate. Un alt fond de acest fel a fost creat de Google la nivel european (Digital News Innovation Fund) și vizează susținerea publicațiilor care promovează inovațiile în format digital [4; 7].

Norvegia. Sistemul norvegian de subvenționare a presei, unul dintre cele mai vechi din Europa, este actualmente gestionat de Ministerul Culturii și afacerilor cultelor, prin intermediul Autorității pentru Media. Guvernul norvegian a introdus, în 1969, un program de susținere financiară directă a celor mai mici ziare care pierdeau competiția față de concurenții locali. Ținta subsidiilor a fost așa-numitul „al doilea” ziar sau „ziarul nr. 2”, adică al doilea ca circulație pe piața sa relevantă. Măsura a fost luată pentru a contribui la menținerea concurenței pe piețele locale și la stoparea tendinței de dispariție a ziarelor datorată mai multor monopoluri de pe piața publicațiilor locale. Norvegia a introdus, de asemenea, ajutoare pentru „publicații specifice”, care reprezintă grupuri de interese sociale sau politice, iar din 2002 - o subvenție temporară (de 3 ani) pentru dezvoltare, destinată să ajute ziarele care au dreptul la o subvenție de producție, să facă investiții pentru a-și fortifica poziția pe piața locală [18; 11]. De asemenea, statul norvegian acordă subvenții publicațiilor în limbile minoritare și alocă bani pentru promovarea cercetării în domeniul mass-mediei, instruirii jurnaliștilor, a personalului tehnic și a managerilor media. Țara plătește subvenții pentru activitățile de informare ale partidelor politice, iar unele subvenții mici sunt acordate de către diferite ministere publicațiilor a căror tematică o consideră relevantă. Cât privește subvențiile indirecte, cotidienele norvegiene (nu și săptămânalele) sunt scutite de la plata TVA la 24% [2, p. 69].

O provocare actuală o constituie mediul online, iar discuțiile despre cum și dacă sistemul de subsidii trebuie să fie aplicat și mass-mediei online sunt multiple în Norvegia. Dacă presa scrisă este ușor împărțită în regională, locală sau națională, edițiile online au o distribuire mult mai complexă, dificil de măsurat. Începând cu anul 2010, guvernul norvegian, de rând cu cele ale celorlalte state nordice, a creat comitete pentru a discuta și schița reguli noi pentru subsidiile pentru presa online. Unele sugestii au fost orientate spre extinderea subsidiilor deja existente către domeniul online, mai degrabă decât spre o abordare complet nouă. S-a propus chiar ideea sprijinului public pentru platformele de social media. O tendință există acum în Norvegia ca ONG-urile să ofere sprijin unor instituții media alternative sau chiar bloggerilor [18]. Guvernul norvegian a mai instituit, în toamna anului 2016, o Comisie privind Diversitatea Media (constituită din 10 membri: 4 editori, inclusiv al unui ziar online și al unui local, un proprietar de ziar, unul care lucrează cu mass-media digitală într-o editură de ziare și reviste, un reprezentant al Asociației Afacerilor de Media, un economist, un consultant și un reprezentant al mediului academic), care își focalizează atenția spre cetățean în calitate de consumator de media. În contextul politicii de subvenționare a presei, Comisia a propus, în 2017, extinderea scutirii de TVA către furnizorii de știri de nișă, precum și către articolele individuale vândute de către furnizorii online (actorii de știri online ca alternative la abonament). În plus, Comisia a propus o nouă măsură indirectă pentru a sprijini platformele digitale – o scutire temporară, pentru mass-media de știri, de obligația de a plăti contribuția de asigurări sociale a angajatorilor. Aceeași

Comisia a sugerat reducerea anumitor fonduri directe acordate ziarelor care primesc cele mai multe subsidii și sporirea, în schimb, a sprijinului pentru presa locală scrisă și online. Nu în ultimul rând, entitatea a propus trei instrumente temporare de subvenționare, și anume: granturi pentru instituțiile media care produc știri și sunt gratuite pentru utilizator; granturi pentru promovarea proiectelor inovatoare în media de știri; granturi pentru stimularea jurnalismului de importanță vitală pentru societate și discursul public. Pe viitor, această schemă ar trebui să includă și subsidii pentru mass-media minorităților etnice și lingvistice [15].

Republica Moldova în contextul politicilor de subvenționare publică a presei

Republica Moldova, la cele aproape trei decenii de independență statală, nu are un sistem de subvenționare a presei, precum nu are politici viabile, continue și eficiente în domeniul mass-mediei. Singurele instituții mediatice finanțate din bani publici sunt IPNA Compania Teleradio-Moldova și IPRA Teleradio-Găgăuzia. De asemenea, Agenția Moldpres, fondată inițial ca organ de stat, și trecută ulterior la autofinanțare, este susținută de stat prin sistemul de abonamente și acordarea sediului. Într-un studiu realizat acum câțiva ani, Doina Costin scrie că în 1999, Parlamentul Republicii Moldova a adoptat Concepția susținerii de către stat și promovării mijloacelor de informare în masă în anii 1999-2003. Ca document de politică publică, această concepție ar fi trebuit să conducă la modificarea cadrului legal și la o serie de reforme în media. Documentul, însă, a murit în fașă pentru că în 2001 au venit la putere comuniștii, care au reînființat și finanțat din bugetul public publicațiile oficiale ale administrației publice locale. Guvernarea comunistă a creat și a menținut concurența neloială între presa privată locală și publicațiile oficiale, alocând acestora finanțare directă și indirectă pentru sedii, salarii, producție, distribuție și abonamente [1].

Potrivit aceleiași autoare, legislația moldovenească conține o singură prevedere care intră în categoria subvențiilor de stat pentru presa privată autohtonă. Codul fiscal, în articolul 103 (al.1, p.20), prevede că importul și livrarea publicațiilor periodice sunt scutite de plata TVA, precum și serviciile de editare ale acestora. Este scutită de TVA abonarea, comercializarea, importul publicațiilor periodice, precum și redactarea, editarea și executarea poligrafică, care constă în pregătirea, tipărirea și difuzarea publicațiilor periodice. Potrivit unei circulare a Inspectoratului Fiscal Principal de Stat din 2010, scutirea de TVA prevăzută de Codul fiscal se aplică serviciilor de livrare a publicațiilor periodice, indiferent dacă acestea sunt tipărite sau electronice, inclusiv cele plasate în Internet. Sunt exceptate de la aceste înlesniri publicațiile periodice cu caracter publicitar și erotic, care sunt impozitate la cota standard TVA. Publicațiile de acest gen nu sunt reglementate separat de lege, dar prin interpretarea extensivă a articolului 14 al Legii cu privire la publicitate, Ministerul Finanțelor califică o publicație periodică ca având caracter publicitar dacă publicitatea depășește 30% din spațiul unei ediții [1]. Adăugăm, în același context, că legea fiscală a mai prevăzut,

până în 2012, scutirea de TVA „pentru producția de carte și publicațiile periodice vizând domeniile culturii, religiei, educației, științei și învățămîntului, precum și serviciile de redactare, editare și executare poligrafică a producției de carte și a publicațiilor periodice ce țin de domeniile menționate (cu excepția celor cu caracter publicitar și erotic)” (art.103, al.1, p.23) [14]. Punctul respectiv a fost însă abrogat acum 6 ani [16]. De asemenea, pentru a elimina concurența neloială pe piața presei scrise, în 2010, în Republica Moldova a fost adoptată Legea privind deetatizarea publicațiilor periodice, care interzice finanțarea de către autorități a unor publicații periodice tipărite de informare generală, cu excepția unor monitoare oficiale care conțin atât proiectele de decizii și deciziile adoptate de către acestea, cât și altă informație, publicarea căreia este obligatorie conform legii. Abordarea europeană, cea conform căreia pluralismul și diversitatea trebuie urmărite în elaborarea și aplicarea politicii de subvenții, este deocamdată străină Republicii Moldova. De fapt, țara noastră se confruntă astăzi cu cele trei elemente amintite în preliminariile acestui studiu. Mai exact, ziarele traversează o criză economică majoră (dar și gradul de accesare a lor de către cititori este în continuă scădere), existența și dezvoltarea presei scrise este, din ce în ce mai puternic, amenințată de televiziune și de internet, iar fenomenul concentrării proprietății nu ne este străin de ani buni. Altfel spus, cu o diferență de jumătate de veac, traversăm aceleași etape ca și țările Europei de Vest. Prin urmare, ar fi cazul ca statul să conștientizeze toate pericolele la care este expus sistemul mediatic și, în special, presa scrisă, și să inițieze crearea unui mecanism de subvenții care, injectate în această parte a sistemului, să-l salveze și să-l dezvolte. Evident, obiectivul trebuie să fie promovarea pluralismului și nicidecum supunerea presei și (re)etatizarea acesteia.

Concluzii. În concluzie, diferitele sisteme de subvenționare a presei au demonstrat de-a lungul timpului că, indiferent de breșele sau imperfecțiunile pe care le au, s-au dovedit a fi un sprijin real și incontestabil atât pentru menținerea și dezvoltarea sistemelor mediatice din țările care le-au introdus și implementat, cât și pentru salvagardarea, promovarea și fortificarea pluralismului și diversității mediatice – pilonii unei societăți democratice. Cele mai multe sisteme europene de subvenționare a presei nu sunt deocamdată adaptate la provocările generate de noile tehnologii, iar presa online rămâne încă în afara reglementărilor și regulilor precise care să-i ghideze activitatea. În același timp, însă, multe produse mediatice digitale sunt de o calitate jurnalistică incontestabilă și merită să le fie susținută dezvoltarea. În acest sens, sunt importante discuțiile inițiate la nivelul Uniunii Europene în ceea ce privește cotele TVA și alte mecanisme de susținere, dar și acțiunile întreprinse de țările membre separat pentru a cuprinde și a împăca cele două elemente ale sistemelor mediatice. Pentru Republica Moldova aceste dezbateri și discuții la nivel comunitar pot fi de real folos în vederea creării unui sistem de subvenționare a presei adaptat la cele mai noi cerințe și provocări ale pieței. Pentru noi, drumul poate fi mai ușor, dacă preluăm idei

și formate din cele existente deja, dar care să ni se potrivească. Prin urmare, Republica Moldova nu ar trebui să inventeze nimic, ci să încerce să preia, din practicile prezentate în acest studiu, dar și din altele. În România, de exemplu, care are deja o rată a TVA redusă pentru vânzarea ziarelor, Patronatul Presei, Romedia și Patronatul Difuzorilor de Presă au înaintat Guvernului mai multe propuneri în vederea creării unui sistem de ajutor pentru presă, inclusiv subvenționarea prețului unor abonamente anuale, scutirea de la plata unor impozite, înființarea unui Fond Special pentru Mass-Media, acordarea unor vouchere pentru jumătate din cheltuielile pentru hârtia de ziar, subvenționarea proiectelor jurnalistice de anvergură și TVA de 6,5% pentru publicitate [5]. În aceeași ordine de idei, Letonia intenționează să creeze un Fond de susținere pentru mass-media, pentru promovarea creării de conținuturi necomerciale, dar semnificative din punctul de vedere al interesului public în mass-media, indiferent de tipul și de platforma folosite. Fondul ar urma să sprijine genurile critice, analitice și de investigație, precum și presa regională [17]. Presa locală și cea regională pot și trebuie să fie prioritare în acest sens, pentru că democrația înseamnă o diversitate cât mai mare a opiniilor distribuite la toate nivelurile, inclusiv sau mai ales prin intermediul unei prese diverse și pluraliste. Luând în considerare cele descrise în prezentul studiu, este limpede că fără o intervenție din partea statului, presa scrisă, iar la nivel local și regional și cea electronică din Republica Moldova, riscă să ajungă în situația în care să nu poată supraviețui.

Referințe bibliografice:

1. Costin D. Subvenționarea publică a presei. Studiu: API, 2015.
2. Fernández Alonso I.; Blasco Gil J. J. Press Subventions in Europe in 2006. Categories, Funding Provided and Assignment Systems (pp.56-70) in Isabel Fernández Alonso, Miquel de Moragas, José Joaquín Blasco Gil and Núria Almiron (eds.). Press subsidies in Europe. Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona, 2006.
3. Humphreys P. Press Subsidies in the Context of the Information Society. Historical Perspective, Modalities, Concept and Justification (pp.38-51) in Isabel Fernández Alonso, Miquel de Moragas, José Joaquín Blasco Gil and Núria Almiron (eds.). Press subsidies in Europe. Institut de la Comunicació, Universitat Autònoma de Barcelona, 2006.
4. Aides publiques et privées à la presse: tout pour les médias les plus riches!, Observatoire du journalisme, 26 février 2018. <https://www.ojim.fr/aides-publiques-et-privées-a-la-presse-tout-pour-les-medias-les-plus-riches/> (vizitat 12.04.2018).
5. Bucșe C. Legea care ar putea salva presa românească. Capital, 22 noiembrie 2016. <http://www.capital.ro/legea-care-ar-putea-salva-presa-romaneasca.html> (vizitat 10.03.2018).
6. Cahier des charges de l'appel à projets «programmes d'incubation dédiés aux médias émergents». file:///C:/Users/User/Downloads/Cahier%20des%20charges%20de%20l'appel%20C3%A0%20projets.pdf (vizitat 10.03.2018).

7. Decretul privind subvenționarea presei scrise în comunitatea francofonă a Regatului Belgiei. le décret du 31 mars 2004 relatif aux aides attribuées à la presse quotidienne écrite francophone et au développement d'initiatives de la presse quotidienne écrite francophone en milieu scolaire (.pdf) (vizitat 25.02.2018).
8. Delhalle D. Aides à la presse suspendues pour deux quotidiens: la déontologie, critère plus sévère dans l'attribution, 6 octobre 2017. https://www.rtb.be/info/societe/detail_la-deontologie-critere-plus-severe-dans-l-aide-a-la-presse-ecrite?id=9729286 (vizitat 12.03.2018).
9. Digital News Innovation Fund. <https://newsinitiative.withgoogle.com/dnifund/> (vizitat 22.03.2018).
10. Fédération Wallonie-Bruxelles; Service général de l'Audiovisuel et des Médias. Le Cendre d'Aides à a presse écrite. <http://www.audiovisuel.cfwb.be/index.php?id=avmpresseecrite0> (vizitat 12.03.2018).
11. Gassée M. L'aide directe à la presse en Communauté française (1973-2005). CRISP, 2005, nr. 1873. <https://www.cairn.info/revue-courrier-hebdomadaire-du-crisp-2005-8-page-1.htm> (vizitat 23.03.2018).
12. Lardeau M., Le Floch P. France: Press Subsidies – Inefficient but Enduring, Springer-Verlag, Editors: Paul Murschetz (dir.), 2013. https://www.researchgate.net/publication/265122807_France_Press_Subsidies_-_Inefficient_but_Enduring (vizitat 24.03.2018).
13. Ministère de la Culture. Aides a la presse. <http://www.culture.gouv.fr/Thematiques/Presse/Aides-a-la-presse> (vizitat 10.04.2018).
14. Ministerul Finanțelor. Comunicat nr. 287 din 16.05.2001 privind scutirea de TVA a producției de carte și a publicațiilor periodice. <http://lex.justice.md/index.php?action=view&view=doc&lang=1&id=286173> (vizitat 23.04.2018).
15. Moe H. Ensuring media diversity and plurality in Norway. 10 aprilie 2017. <http://blogs.lse.ac.uk/mediapolicyproject/2017/04/10/ensuring-media-diversity-and-plurality-in-norway/> (vizitat 17.03.2018).
16. Parlamentul Republicii Moldova. Lege nr. 178 din 11.07.2012 pentru modificarea și completarea unor acte legislative. <http://lex.justice.md/md/344738/> (vizitat 26.04.2018).
17. Plan for implementation of the mass-media policy guidelines of Latvia 2016-2020, 43 pag. https://www.km.gov.lv/uploads/ckeditor/files/EN/media_policy/Plan%20for%20Implementation%20of%20the%20Mass%20Media%20Policy%20Guidelines.pdf (vizitat 28.04.2018).
18. Syvertsen T.; Enli G., Mjøs J. O., Moe H. The Media Welfare State: Nordic Media in the Digital Era. <https://quod.lib.umich.edu/n/nmw/12367206.0001.001/1:4/--media-welfare-state-nordic-media-in-the-digital-era?g=dculture;rgn=div1;view=fulltext;xc=1> (vizitat 13.03.2018).
19. VAT rates applied to news media in EU Member States, 23rd April 2017. www.wan-ifra.org/policy 12 pag. (vizitat 12.04.2018).