

# Зарубежный опыт государственной поддержки прессы

Астана, 2013



# Основные цели государственной информационной политики



# Взаимодействие государства и медиасферы

Регулирование

Господдержка

# Основные принципы государственной поддержки на Западе

Государство в меньшей степени вмешивается в деятельность СМИ

В тоже время, создает привилегированный экономический общенациональный режим для СМИ

- **Информационный бизнес** – это не просто бизнес, но **деятельность**, которая способствует информированию и культурному обогащению общества.

# Задачи для СМИ

- поддержка плюрализма мнений

- обеспечение равного доступа граждан к информации

- сохранение целостности единого информационного пространства.

# Типы государственной помощи печатным изданиям

**Непрямая поддержка**  
это льготные налоговые ставки, льготы на почтовые и железнодорожные тарифы на распространение, и льготы на телекоммуникационные тарифы. Зачастую они достигают огромных сумм.

**Прямая поддержка**-  
финансирование (обычно посредством предоставления займа или денежного перевода) направлено на поддержку газет, соответствующих установленным требованиям. Например, небольшие газеты с малым количеством подписчиков и с небольшими доходами от рекламы, газеты, издаваемые на языке нац.меньшинств, или газеты с определенным количеством своеобразного редакционного содержания

# Агентства, осуществляющие надзор над субсидированием прессы

- **Управление коммуникаций Австрии .**
- Состав: 5 членов: включая Председателя и Заместителя Председателя. Члены назначаются президентом по рекомендации правительства на шестилетний срок. Обладают полной независимостью при исполнении своих функций
- Основные функции: Предоставление финансирования заявителям, которые соответствуют установленным требованиям. Перед принятием каждого решения по предоставлению субсидии необходимо проконсультироваться с Комиссией по предоставлению субсидий прессе.
- 
- **Комиссия по субсидированию прессы.** 6 членов: по 2 члена, назначаемых Председателем, Ассоциацией газет Австрии и профсоюз и профсоюзом журналистов, 1 председатель, избираемый членами.  
Функции:
- Подготовка и предоставление отчетов в соответствии с установленными требованиями на финансирование.
- • Определение критериев проверки объемов тиража
- • Предоставление обоснованных рекомендаций KommAustria, с учетом распределения средств среди потенциальных бенефициаров
- • Публикация всех результатов

# Обзор экономических инструментов поддержки СМИ и направленности их действия | на примере печатных изданий стран ОЭСР |

Экономические инструменты

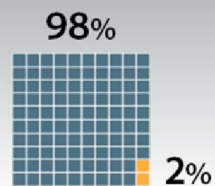
Меры поддержки

Направленность

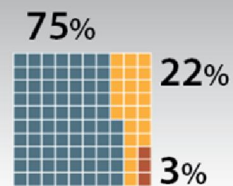
Экономические инструменты	Меры поддержки	Направленность
Налоговые льготы	Снижение или отмена НДС, Налога с продаж	Снижение издержек производства
Тарифная политика	Тарифы на услуги инфраструктуры логистики распространения изданий (почта, связь, транспорт)	
Прямые целевые субсидии из бюджета	Дотации «вторым» газетам на конкурентном рынке	Поддержка конкуренции (избирательно)
	Низкопроцентные займы и дотации на технологические инновации	Снижение издержек производства
	Государственная реклама социального или экологического характера	Развитие интеллектуального потенциала, человеческих ресурсов сферы
	Исследовательская деятельность в форме грантов	
	Журналистское образование	
Программы по расширению читательской аудитории	Поддержка чтения у молодежи	
Прямые общие субсидии	Поддержка новых газет	Преодоление входных барьеров на рынок
	Поддержка газет с низкой долей или отсутствием рекламы	Снижение розничной цены для поддержки читательской аудитории
	Поддержка специализированных изданий	Поддержка субкультуры (этнических меньшинств, инвалидов, иммигрантов и др.)



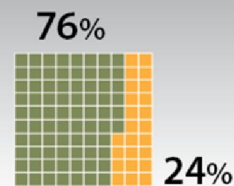
# Доля различных источников финансирования в структуре доходов общественных телерадиовещательных компаний в Европе | 2000 г.



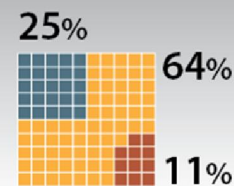
**Австралия**



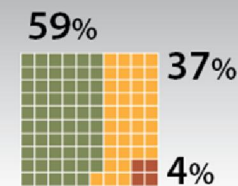
**Канада**



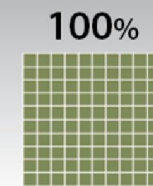
**Финляндия**



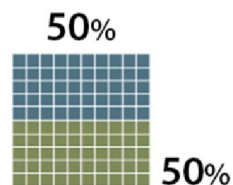
**Испания**



**Италия**

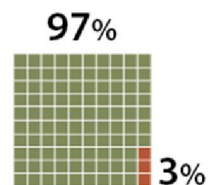


**Япония**



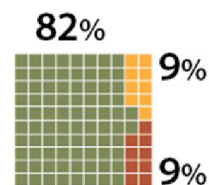
**Франция**

Телевидение, финансируемое пополам государством и зрителями, ориентированное на сохранение и пропаганду французской культуры и французского языка



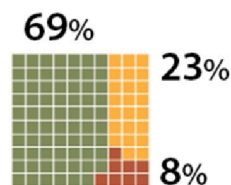
**Великобритания**

Классическое общественное телевидение, функционирующее на средства зрителей, приоритетом которого является высокое качество программ и, как следствие, конкурентоспособность



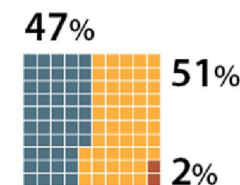
**Германия**

Общественно-правовое телевидение, не финансируемое, но защищенное государством и подконтрольное общественным советам граждан



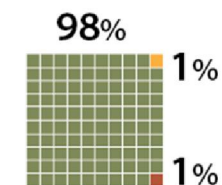
**Нидерланды**

Финансирование за счет специального налога и предоставление эфира пропорционально численности социальных групп, заинтересованных в контенте определенного содержания



**США**

Широкий охват населения, не имеющего доступа к коммерческим системам вещания, осуществляемый на средства государства и спонсоров



**Швеция**

Общественное телевидение, не финансируемое, но защищенное государством, ориентированное на поддержку национального и культурного своеобразия

■ абонентская плата    ■ государственные субсидии    ■ реклама, спонсорство    ■ другие

# Рекомендации

- Гос.субсидии должны предоставляться печатным изданиям в соответствии с законом.
- Закон о субсидировании СМИ в качестве своих целей должен ставить плюрализм в средствах массовой информации и обеспечение культурного и языкового разнообразия прессы.
- Законодательство должно гарантировать, что прямые или не прямые инвестиции будут распределяться на честной и объективной основе. Субсидии не должны зависеть от политического содержания или позиций газеты.
- В случае, если правительство принимает решение о не прямом субсидировании печатных изданий, субсидии должны быть доступны для всех газет и журналов.
- Прямые субсидии, при их наличии, должны распределяться независимым органом на основе честных и объективных критериев.
- Газета должна иметь возможность оспаривать решения об отказе в прямом субсидировании в суде.
- Орган, уполномоченный распределять государственную помощь печатным изданиям, должен предоставлять парламенту ежегодный открытый отчет о том, как он расходует государственные средства.
- Независимо от правовой формы все печатные СМИ, получающие государственные субсидии, должны проходить аудиторскую проверку и публиковать результаты аудиторской проверки.