

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ПОДДЕРЖКА ПЕЧАТНЫХ СМИ

В 2018 г. в Российской Федерации предусмотрено некоторое увеличение государственной поддержки на реализацию социально значимых проектов в региональных и местных печатных СМИ в размере 200 млн. руб., что установлено Федеральным законом от 05.12.2017 г. № 362 “О федеральном бюджете на 2018 год и плановый период 2019 — 2020 годов”. Этим же законом объем средств на субсидирование социально значимых проектов в федеральных печатных СМИ был сокращен на сумму более 7 млн. руб., а субсидии на реализацию социально значимых проектов в региональных и муниципальных СМИ были освобождены от казначейского сопровождения.

Таким образом, общая сумма средств, направляемых на указанные цели, составила 548957,8 тыс. руб. против 355,8 млн. в 2017 г. Господдержка периодических печатных изданий для инвалидов и инвалидов по зрению осталась практически на уровне 2017 г. Совокупный уровень поддержки СМИ из бюджетов субъектов Российской Федерации в 2017 г. оценивался экспертами в 37 — 38 млрд. руб.

В связи с этим представляет интерес доклад Всемирной газетной и новостной ассоциации WAN — IFRA о мерах государственной поддержки печатных средств массовой информации в различных странах мира, выпущенный в середине 2017 г. (размещен на сайте Федерального агентства по печати и массовым коммуникациям РФ). Из этого доклада следует, что в большинстве стран государственная поддержка печатной прессы в той или иной форме существует — как прямая, так и косвенная.

Северная Америка

В Канаде нет прямых субсидий, предоставляемых ежедневным газетам. При этом еженедельные газеты получают привилегии в рамках субсидиарной программы федерального правительства для газет сообществ. Программа предназначена для газет с маленькими тиражами (меньше 25 тыс. экз.), а льготы зависят от количества проданных экземпляров. Общая сумма субсидий составляет 6 млн. канадских долларов (около 4,5 млн. долл. США). На национальном уровне взимается налог на товары и услуги (GST), который распространяется как на розничные продажи газет, так и на их продажи по подписке. В состав GST входит дополнительный провинциальный налог — объединенный налог с продаж (HST). Плюс к этому штаты имеют право ввести еще один свой провинциальный налог. Соответственно, картина по отдельным штатам существенно разнится. К примеру, в штате Онтарио правительство освободило газеты от провинциальной части HST, а в Британской Колумбии и Саскачеване провинциального налога с продаж для газет не существует вовсе (во всех остальных провинциях газеты платят стандартную ставку). В Манитобе провинциальный налог продаж распространяется и на газеты, однако правительство оплачивает из налоговых поступлений все расходы по переработке газет. Льготных налоговых ставок для газет не существует, однако их введение обсуждается.

В США нет ни прямых, ни косвенных субсидий для газет и журналов в

форме льготных ставок/освобождения от НДС, но Почтовая служба США обязана продвигать культурную, литературную и образовательную ценность печатной периодики, поэтому исторически предоставляет газетам, журналам и прочей периодике “привилегированные” ставки. Эта деятельность почты финансируется из федерального бюджета. Пониженные ставки на почтовую доставку помогают издателям сохранять аудиторию и подписные тиражи (подписные издания в США гораздо дешевле, чем в рознице), но существенной экономии расходов они не приносят. Такая мера выгодна, в основном, небольшим местным еженедельникам, рассылающим тиражи в пределах одного округа.

Ключевым для газет в США является конституционное требование об обязательной публикации официальных сообщений. Формально такие публикации не являются формой прямой или косвенной поддержки, но их вполне можно считать видом косвенной помощи газетам и другим медиа. Требование (действует на уровне локальных правительств, правительств отдельных штатов и на федеральном уровне) введено для информирования общества о деятельности правительств через газеты. Иными словами, такие публикации служат исполнению обязательства органов власти по удовлетворению права общества на доступ к информации, а газеты считаются лучшим средством донесения информации до общества.

В частности, Государственное казначейство обязано уведомлять общество через газетную рекламу о случаях продажи через публичный аукцион конфискованной собственности. В сфере миграционной политики