

АНТИКРИЗОВА ПІДТРИМКА ДЛЯ ДРУКОВАНИХ ТА ОНЛАЙН-МЕДІА



НАЦІОНАЛЬНА СПІЛКА ЖУРНАЛІСТІВ УКРАЇНИ

Київ. 20 квітня 2020 року



Критична ситуація на медіаринку, пов'язана з економічною кризою, прямим чином впливає на інформаційну безпеку держави і потребує негайного реагування з боку влади. Українські друковані та онлайн-медіа опинилися перед загрозою закриття. Якщо це станеться, кількість альтернативних джерел інформації, якими користуються українці, різко зменшиться.

Негативними наслідками такого закриття стануть:

1) зниження рівня поінформованості українців про суспільно важливі події місцевого та загальноукраїнського масштабу;

2) відсутність достатнього вибору джерел інформації, підвищена чутливість до сприйняття фейків;

3) відсутність доступу до якісної журналістики, викривлене сприйняття ситуації, сформоване одним джерелом, у тому числі – з використанням маніпулятивних технологій.

Під час опитування редакторів місцевих газет, онлайн-видань і телерадіокомпаній, проведеного Національною спілкою журналістів України, 82% редакцій відзначили, що втратили рекламодавців через запровадження карантинних заходів та економічну кризу, викликану епідемією коронавірусу.

Редакції згортають реалізацію нових проектів (52%) та скорочують обсяги медіавиробництва (44%). При цьому 9% медіа призупинили свою діяльність на час карантину. У редакціях масово скорочують витрати на персонал: зменшуються заробітні плати (20% ЗМІ), співробітники відправляються у безоплатні відпустки (15%) або починається скорочення працівників (6%). Про виникнення заборгованості у березні за оренду або комунальні платежі інформує п'ята частина ЗМІ (21%).

Національна спілка журналістів України підготувала низку пропозицій для збереження критично важливої для суспільства сфери незалежних медіа та закликає Президента України, Верховну Раду України, Кабінет міністрів України та органи влади на місцях реалізувати зазначені пропозиції якнайшвидше.

ПОДАТКОВІ ЗАХОДИ

(Потребують внесення змін до законодавства)

Зменшення навантаження на фонд оплати праці:

- Скасування ЄСВ або його зменшення з 22 до 11%
- Скасування податку на доходи фізичних осіб для офіційно працевлаштованих працівників друкованих та онлайн-медіа
- Дотації на заробітну плату працівників редакції протягом карантину або
- Відшкодування 40% фонду заробітної плати працівників медіа на час карантину.

Зменшення податкового навантаження для редакцій:

- Податкові канікули для друкованих медіа до кінця 2020 року
- Внести зміни у п.1 ст. 181 Податкового кодексу України, а саме підвищити загальну суму від здійснення операцій з постачання товарів/послуг, що підлягають оподаткуванню з 1 000 000 гривень до 3 000 000 гривень (без урахування податку на додану вартість).
- Скасування штрафних санкцій за несвоєчасну сплату ПДВ (варіант: на час карантину та протягом 3 місяців після його завершення).
- Після карантину - встановлення пільгового оподаткування редакцій (юридичних осіб, видавців) у розмірі 40-50% до нинішніх ставок та застосовувати його відповідно до Податкового кодексу.

- Не застосовувати ввізне мито на обладнання та матеріали, призначені для власної інформаційної діяльності засобів масової інформації, виробництва і розповсюдження їхньої інформаційної продукції, якщо таке обладнання і матеріали не виробляються в Україні.
- Встановлення розміру плати за землю ЗМІ, підприємствам зв'язку, які займаються розповсюдженням друкованої продукції, теле- і радіопрограм, у межах розміру плати за землю закладами культури.
- Дозволити роздержавленим ЗМІ здавати приміщення в суборенду.

Податкові пільги пропонується поширити на друковані ЗМІ, які виходять друком не менше, ніж 1 раз на тиждень, не менше формату А4. Пільги не поширюються на медіа (друковані та онлайн), засновані політичними партіями.

ЕКОНОМІЧНІ ЗАХОДИ

(Не потребують внесення змін до законодавства, можуть бути встановлені постановою чи розпорядженням голови Уряду, міністерства чи органів державної влади на місцях)

ВАРІАНТИ:

- Запровадження «державного замовлення» або «регіонального замовлення» у друкованих та онлайн-ЗМІ із інформацією, важливою в період епідемії¹,
або
- Замовлення тиражу спецвипуску газети з порадами та іншою інформацією для літніх людей. Уряд оплачує медійникам виготовлення контенту+друк і віддає на доставку через Укрпошту,
або
- Розміщення офіційної інформації про протидію епідемії та оплата за рекламними тарифами.

МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ: за рахунок коштів, виділених на подолання епідемії COVID-19.

- Передбачити кошти на комунікаційну кампанію в місцевих медіа для всіх органів державної влади на місцях, місцевих правоохоронних органів. Органи влади реалізують комунікаційні заходи шляхом укладення договорів зі ЗМІ.
- Заборонити ОТГ випуск інформаційних бюлетенів (чинне законодавство уже забороняє органам влади виступати засновниками газет, подібні бюлетені видаються без державної реєстрації). Натомість, зобов'язати органи влади і місцевого самоврядування, ОТГ укласти з редакціями газет договори на висвітлення діяльності.
- Забезпечити економічну незалежність місцевих ЗМІ шляхом часткового фінансування з боку державного бюджету (за зразком Канади, Франції тощо).
- Грантова підтримка медіа (фінансування висвітлення суспільно важливих тем)
або
- Урядова програма з підтримки україномовних видань, або тих, що висвітлюють певну тематику (захист України, реформування медицини, децентралізацію тощо).

МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ: розробка критеріїв і порядку надання допомоги. Допомога надається лише ЗМІ, які відповідатимуть розробленим критеріям.

Також варто розглянути наступні пропозиції, які висловлюють редактори ЗМІ:

- Виконати норму Закону України «Про реформування державних і комунальних ЗМІ» і виплатити всім реформованим газетам одноразову допомогу в розмірі 100 тис. грн.
- Передбачити для редакцій (юридичні особи та видавці) засобів масової інформації, пільгові кредити для розвитку цих засобів масової інформації та розв'язання соціальних проблем їх трудових колективів.

- Встановлення тарифу на оформлення передплати та доставку передплатникам друкованих засобів масової інформації в розмірі не більше 30 відсотків собівартості виготовлення одного примірника передплатного видання.

або

- Компенсація витрат на доставку преси в розмірі 50%.
- Закупівля і надання безкоштовно газетного паперу для друкованих ЗМІ на 6 місяців.
- Запровадження пільгових розцінок на поліграфічні та поштові послуги для друкованих ЗМІ.
- Пільги для комунальних платежів для медіа.

ОРГАНІЗАЦІЙНІ ЗАХОДИ

(Не потребують внесення змін до законодавства, можуть бути встановлені постановою чи розпорядженням голови Уряду, міністерства чи органів державної влади на місцях)

- Дозволити працювати газетним кіоскам у період карантину².
- Доволити реалізацію газет в аптеках на час епідемії.
- Передбачити заходи для реалізації газет у супермаркетах.

МЕХАНІЗМ РЕАЛІЗАЦІЇ: внести норму про обов'язок підприємств роздрібної торгівлі виділити площу під продаж друкованих ЗМІ, в тому числі місцевих. Європейська норма: 1 точка продажу на 5000 мешканців; торгівельна точка площею понад 100 кв. м повинна мати місце для продажу преси.

- Співробітникам медіа (не лише журналістам) дозволити користування транспортом і пересування містом у разі обмежень
- Встановити відповідальність за неякісне та невчасне доведення до споживачів аудіовізуальної інформації, неякісну і невчасну доставку передплатних видань, їх пошкодження та ненадходження за передплатною адресою, інші недоліки в процесі розповсюдження інформаційної продукції для організацій-розповсюджувачів.

¹ На час карантину, пов'язаного з COVID-19, **запровадити практику цільового розміщення («державного замовлення») матеріалів від органів державної влади в друкованих медіа**, чия аудиторія – здебільшого люди літнього віку, тобто група ризику.

Розміщення матеріалів – 1 раз на тиждень.

Обсяг розміщення – 1 сторінка.

Оплата – по 1 грн. за кожен примірник передплатного тиражу.

Критерії для відбору ЗМІ:

- вихід щонайменше 1 раз на тиждень,
- формат А3 або більше,
- підтверджений передплатний тираж (довідка з «Укрпошти»).

Реалізація такої пропозиції обійдеться в 4-5 млн. грн. на тиждень, або в 20 млн. грн. на місяць.

Щотижня 4-5 млн. передплатників газет, здебільшого – літні люди, які не мають доступу до Інтернет-ресурсів, отримуватимуть із доставкою додому офіційну інформацію

- про ситуацію з епідемією коронавірусу;
- про заходи, яких вживає влада;
- поради і консультації, потрібні в цей період.

² **Аргументація на користь збереження роботи газетних кіосків.**

Кіоск – це сьогодні найбезпечніша форма торгівлі: поза приміщенням, без безпосереднього контакту продавця й покупця, без скупчення людей.

Надаючи людям достовірну інформацію із газет про протиепідемічні заходи, кіоски Преса підтримають інформаційну безпеку в місті.

В кіоску Преса можна придбати картки поповнення мобільного зв'язку, а це стратегічний товар, оскільки для багатьох людей це – єдиний звичний спосіб завжди залишатися на зв'язку.

Кіоски Преса торгують гігієнічними товарами – серветками, антисептиками, масками.

Таким чином, кіоски Преса не підлягають закриттю на карантин, оскільки товари, які продаються там, збігаються із асортиментом торгівельних точок, яким дозволено працювати постановою Кабміну.