

1. Наименование концепции

«О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам информации».

2. Название законопроекта

Основанием разработки концепции проекта Закона «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам информации» (далее – *Концепция*) является поручение Руководителя Администрации Президента А. Исекешева от 14 января

2019 года, поручение Заместителя Премьер-Министра от 13 ноября 2018 года, от 21 июня 2018 года № 20-3/05-2019 и от 23 июля 2018 года № 11-3/05-2038. Вышеуказанные поручения направлены на совершенствование законодательства в области средств массовой информации, телерадиовещания и доступа к информации.

Кроме того Концепция разработана с учетом практики применения законодательства в области средств массовой информации, телерадиовещания и доступа к информации, а также с учетом наилучших рекомендаций Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР).

1. На сегодняшний день, телевидение сохраняет за собой лидирующую позицию в качестве самого популярного и востребованного медиа в стране. Учитывая это, государство проводит системную модернизацию данной отрасли. Так, до 2020 года более 95% населения будет охвачено цифровым телевизионным сигналом, а уровень проникновения национального спутникового вещания «OTAU TV» уже достиг 28 %.

Однако в настоящее время существует проблемный вопрос вещания на территории Республики Казахстан зарубежных спутниковых операторов («Радуга ТВ», «Триколор ТВ», «НТВ+», «Орион Экспресс», «Ямал», «Hotbird», «Платформа HD», «Телекарта») незарегистрированных на территории Казахстана.

Согласно проведенному анализу за 2018 год, процент проникновения незарегистрированных на территории Казахстана зарубежных спутниковых операторов (далее – НЗСО) составляет 15%. В 2011 году данный показатель составлял 30%.

Анализ распространения спутникового вещания показывает, что в 4 приграничных регионах с Российской Федерацией уровень проникновения НЗСО остается высоким.

При этом уровень вещания «OTAU TV» по сравнению с НЗСО остается низким (ЗКО - «OTAU TV» - 30%, НЗСО – 40%; Костанай - «OTAU TV» - 17%, НЗСО – 19%; Павлодар - «OTAU TV» - 18%, НЗСО – 26%; СКО - «OTAU TV» - 16%, НЗСО – 27%).

Вместе с тем, необходимо отметить, что, в остальных регионах, несмотря на высокий уровень проникновения «OTAU TV», в четырех регионах уровень проникновения НЗСО выше среднего показателя по Республике Казахстан (Акмолинская область - «OTAU TV» - 34%, НЗСО – 27%; Актюбинская область - «OTAU TV» - 40%, НЗСО – 30%; Атырауская область - «OTAU TV» - 72%, НЗСО – 16%; г. Шымкент - «OTAU TV» - 71%, НЗСО – 17%).

Необходимо отметить, что НЗСО не транслируют казахстанские телеканалы, а также не

выполняют требований отечественного законодательства в области телерадиовещания, СМИ и рекламы, в том числе Закона Республики Казахстан от 2 июля 2018 года «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Таким образом, граждане Казахстана, использующие зарубежные спутниковые приемные устройства, живут вне информационного пространства Республики Казахстан.

С целью регулирования деятельности зарубежных спутниковых операторов в 2017 году Законом Республики Казахстан от 28 декабря 2017 года «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам информации и коммуникаций» были внесены поправки в Закон Республики Казахстан от 18 января 2012 года «О телерадиовещании», в частности установлен запрет на распространение карт условного доступа к услугам операторов телерадиовещания и оборудования, предназначенного для индивидуального приема теле-, радиосигнала операторов телерадиовещания, не имеющих лицензию в сфере телерадиовещания и не обладающих собственными спутниковыми системами вещания на территории Республики Казахстан. При этом, законодательством не предусмотрена ответственность за нарушение вышеуказанного требования.

За прошедший год апробация норм показала слабую эффективность принятого положения в рамках вышеуказанного Закона.

Учитывая вышеизложенные проблемы по НЗСО, возникает необходимость установления административных санкций за распространение и незаконную установку зарубежных спутниковых приемных устройств.

Дополнительно к этому, предлагаем дополнить компетенцию местных исполнительных органов по выявлению фактов вышеуказанного нарушения, что повлияет на эффективность исполнения законодательства в области телерадиовещания и СМИ.

2. В настоящее время увеличивается количество теле-, радиоканалов, по состоянию на 2019 год их количество составляет 149 телеканалов.

При этом количество отечественных телеканалов с государственным участием составляет всего 8 телеканалов.

В этой связи в целях развития конкуренции требуется ввести новых подходы в сфере СМИ.

Так, в целях внедрения новых подходов, предлагается уполномоченный орган наделить полномочием по принятию решения по деятельности вещания теле-, радиоканалов с государственной долей участия в уставном капитале. Данный метод способствует расширению аудиторий телеканалов. Соответственно, это будет отражаться на экономическом росте субъектов СМИ и донесение до граждан качественной информации.

3. На сегодняшний день реклама является основным, неотъемлемым элементом комплекса продвижения и источником финансов, в том числе для СМИ. Многие субъекты СМИ существуют за счет рекламных средств.

Так, доходы от рекламы могут составлять до 60% содержания журналов, 70% объема газет, около 100% времени эфира теле- и радиопрограмм. В свою очередь, возможность получения доходов от рекламы в СМИ напрямую влияет на качество новостной ленты и программ.

При этом реклама, развивая тенденции к расширению производства товаров, содействует обеспечению занятости в сфере услуг и производственном секторе экономики страны.

Однако, законами «О средствах массовой информации» и «О рекламе» установлен запрет на рекламу ряда продукции, в том числе слабоалкогольной.

Вместе с тем, как показывает зарубежный опыт, а в частности Европейская конвенция о трансграничном телевидении не налагает запрета на рекламу алкогольных напитков при соблюдении следующих правил:

- рекламировать саму продукцию;
- сниматься с участием несовершеннолетних, в том числе выполняться с помощью мультипликации (анимации);
- быть адресована несовершеннолетним;
- утверждать, что рекламируемая продукция имеет лечебные свойства, поощрять их неумеренное потребление;
- осуждать воздержание от их употребления;
- утверждать, что способствует укреплению взаимоотношений.

На основании международного опыта предлагается внести соответствующие поправки в законодательство в части рекламирования товарного знака и наименования, известного как наименование пива, пивного напитка и вина с установлением запрета в период с пяти часов утра до одиннадцати часов ночи местного времени, а также в праздничные и выходные дни.

Таким образом, разрешение рекламы слабоалкогольных продуктов в определенное время (ограниченное время), положительно отразится на развитии отрасли СМИ.

4. Кроме того, Концепцией предполагается решить проблемный вопрос по пустотам в эфирном времени при ретрансляции иностранных теле-, радиоканалов на территории Республики Казахстан.

Так, согласно пункту 2 статьи 34 Закона «О телерадиовещании», операторы телерадиовещания при ретрансляции иностранных теле-, радиоканалов на территории Республики Казахстан не должны допускать распространение рекламы, за исключением иностранных теле-, радиоканалов, специализирующихся исключительно на сообщениях и материалах рекламного характера.

На практике пустые экраны создают неудобства как для абонентов получающих услуги от операторов телерадиовещания, так и для операторов телерадиовещания, при заполнении заставкой о том, что согласно законодательству ретрансляция рекламы не допускается.

Таким образом, такие крупные операторы, как IDTV, Alma-TV, Otau-TV и другие, удаляют рекламные блоки самостоятельно с помощью программных средств и вручную.

В целях урегулирования вышеуказанного вопроса предлагается операторам телерадиовещания дать право заменять черные/пустые экраны на рекламу.

5. На сегодняшний день уполномоченный орган и местные исполнительные органы формирует, размещает и контролирует осуществление государственного заказа по проведению государственной политики.

В рамках информационного заказа осуществляется поддержка новых проектов в информационной сфере, инвестируется отечественная продакшн-индустрия, и это положительно отражается на развитии рынка, повышается его конкурентоспособность. В рамках государственного информационного заказа предусмотрены целевые средства на развитие цифрового вещания и распространение каналов свободного доступа бесплатных для граждан.

Кроме того, в 2017 году в рамках государственного информационного заказа было снято 40 телесериалов, что почти в 2 раза больше, чем годом ранее. Из них 15 снял телеканал «Казахстан», 13 – «Хабар» и еще 12 – частные телеканалы.

Несмотря на положительную практику имеется ряд негативных последствий.

Так, наблюдается двойное субсидирование, когда одни и те же СМИ получают средства на центральном и на местном уровнях. Проведенный анализ показал, что около 35 % государственного информационного заказа местных исполнительных органов реализуется через республиканские СМИ, обеспечивая практику их двойного финансирования.

При этом уполномоченный орган фактически не имеет механизмов корректировать распределение информационного заказа.

Согласно поручению Руководителя Администрации Президента и в целях совершенствования существующей практики предлагается пересмотреть действующие процедуры распределения государственного информационного заказа посредством внесения соответствующих поправок в законодательства в части вывода регионального государственного информационного заказа в срок на два года из системы государственных закупок, поскольку согласно Закону «О ратификации Договора о Евразийском экономическом союзе» государство-член вправе в одностороннем порядке, установленном своим законодательством о закупках, установить в исключительных случаях изъятия из национального режима на срок не более 2 лет. Также предлагается закрепления процедуры согласования местными исполнительными органами тематических линий.

Данная мера позволит сформировать единую систему государственной информационной политике.

Вместе с тем планируется рассмотреть налоговые льготы для отечественных СМИ, данный вопрос будет рассматриваться в случае получения положительных решений уполномоченных органов и Республиканской бюджетной комиссии.

6. Мониторинг реализации Закона Республики Казахстан от 16 ноября 2015 года «О доступе к информации» (далее – Закон о доступе к информации) выявил ряд проблем с его реализацией на практике в течение трех прошедших после его принятия лет. Об этом упоминается в публикациях в СМИ, в выступлениях депутатов Мажилиса Парламента Республики Казахстан, представителей НПО, бизнеса и других. Критика касается не только государственных органов как основного обладателя информации, которые обязаны выполнять требования

законодательства в области доступа к информации, но и субъектов квазигосударственного сектора, а также других категорий обладателей информации.

Кроме того в рамках реализации проектов «Дополнительный обзор, ведущий к полному обзору государственного управления (Функциональный обзор)» (*Грантовое соглашение между Правительством Казахстана и ОЭСР, утвержденное ППРК от 27 апреля 2015 года № 356*) и «Поддержка реализации Функционального обзора» (*Грантовое соглашение между Правительством Казахстана и ОЭСР, утвержденное ППРК от 26 сентября 2017 года № 589*) экспертами ОЭСР отмечалось, что Закон пока не работает в полной мере, в том числе отсутствует эффективный контроль за его соблюдением.

Данные выводы также подтверждаются результатами проведенного в 2018 году по заказу Министерства информации и коммуникаций Республики Казахстан исследования на тему: «Обеспечение доступа граждан и профессионального медиа-сообщества к информации в Казахстане: регионы и центры».

Позиции Казахстан в международных рейтингах также свидетельствуют о необходимости законодательных изменений.

В этой связи, на данном этапе необходим очередной пакет поправок в законодательство Республики Казахстан для дальнейшего развития транспарентного и подотчетного государства.

Так, несмотря на принятие в 2015 году Закона «О доступе к информации» и функционирование при Министерстве Комиссии по вопросам доступа к информации, на сегодня отсутствует компетенция уполномоченного органа в области доступа к информации, что вызывает множество вопросов на практике.

Таким образом, необходимо определить компетенцию уполномоченного органа на законодательном уровне.

В рамках 94 шага Плана нации в Казахстане внедряются принципы «Открытого правительства», в том числе созданы интернет-порталы

«Открытого правительства». Однако на сегодня отсутствует понятие «открытого правительства». В связи с чем, требуется его законодательное определение.

К обладателям информации в соответствии с Законом отнесены государственные органы, государственные учреждения, не являющиеся государственными органами, субъекты квазигосударственного сектора, субъекты государственной монополии и др., которые обязаны размещать информацию на интернет-ресурсе.

При этом, в соответствии с поручениями Заместителя Премьер-Министра от 21 июня 2018 года № 20-3/05-2019 и от 23 июля 2018 года № 11-3/05-2038, создается единый сайт государственных органов, который объединит интернет-ресурсы всех центральных государственных и местных исполнительных органов.

Законом определен перечень информации, размещаемой обладателями информации на интернет-ресурсе. В то же время, указанный перечень не учитывает специфики деятельности

государственных учреждений, не являющихся государственными органами, субъектами квазигосударственного сектора и других обладателей информации, а также потребностей населения и бизнеса.

Вышеуказанное потребует внесения изменений в статью 16 Закона «О доступе к информации».

Работа созданных в рамках внедрения «Открытого правительства» интернет-порталов «Открытые данные», «Открытые бюджеты», «Открытые НПА», «Оценка эффективности деятельности государственных органов» урегулирована статьей 17 Закона «О доступе к информации».

Однако, нормативно-правовая основа для функционирования портала «Открытый диалог», где граждане подают обращения на блоги первых руководителей, а также участвуют в интернет-конференциях и опросах, отсутствует, что требует соответствующих изменений.

В настоящее время на интернет-портале открытых данных информация размещается только государственными органами. В то же время, обладателями информации согласно Закону являются также государственные учреждения, не являющиеся государственными органами, субъекты квазигосударственного сектора, субъекты государственной монополии и др. Указанное влечет за собой необходимость внесения изменений в статью 17 в части расширения категорий лиц, обязанных размещать информацию на портале «Открытые данные».

Данные меры позволят обеспечить эффективную реализацию конституционного права каждого на доступ к информации, а также соответствие международным стандартам, политикам и лучшей практике стран-членов ОЭСР.

В рамках проекта закона предусматривается устранения пробелов и коллизий в законодательстве.

3. Обоснование необходимости разработки законопроекта

Целью принятия законопроекта является совершенствование действующего законодательства и создание единых требований для субъектов средств массовой информации.

4. Цели принятия законопроекта

Предметом регулирования законопроекта являются общественные отношения в области средств массовой информации и телерадиовещания.

5. Предмет регулирования законопроекта

Структура законопроекта состоит из статьи 1, предусматривающей внесение изменений и

дополнений в законодательные акты, и статьи 2, предусматривающей порядок введения Закона в действие.

Статья 1. Внесение изменений и дополнений:

Кодекс «Об административных правонарушениях» от 5 июля 2014 года № 235-V;

Закон «Об информатизации» от 24 ноября 2015 года № 418-V;

Закон «О доступе к информации» от 16 ноября 2015 года № 401-V;

Закон «О телерадиовещании» от 18 января 2012 года № 545-IV;

Закон «О рекламе» от 19 декабря 2003 года № 508;

Закон «Об архитектурной, градостроительной и строительной деятельности в Республике Казахстан» от 16 июля 2001 года № 242;

Закон «О средствах массовой информации» от 23 июля 1999 года № 451-I;

Статья 2. Порядок введения Закона в действие.

6. Структура законопроекта

По результатам проведенного мониторинга необходимость внесения изменений и дополнений в законодательные акты не установлена.

7. Предполагаемые правовые и социально-экономические последствия, в случае принятия законопроекта

Принятие законопроекта направлено на приведение в соответствие норм отдельных законодательных актов Республики Казахстан, регулирующих вопросы средств массовой информации, телерадиовещания и доступа к информации с правоприменительной практикой, что исключает негативные правовые последствия в случае принятия законопроекта.

Кроме того, принятие законопроекта приведет к единообразному применению норм законодательства Республики Казахстан, в части разрешительных процедур в области телерадиовещания. Вместе с тем, разрешится порядок проведения государственного контроля за соблюдением законодательства Республики Казахстан. Также позволит сформировать целостную картину государственной информационной политики и синхронизировать подходы в медиа-планировании на государственном и региональном уровнях.

Помимо этого, принятие законопроекта позволит создать условия и предусмотреть

необходимые меры для качественного и эффективного информационного обеспечения граждан.

Отрицательных социально-экономических последствий принятие данного законопроекта не повлечет.

8. Необходимость одновременного (последующего) проведения других законодательных актов в соответствие с разрабатываемым законопроектом

Отсутствует.

9. Регламентированность предмета законопроекта иными словами НПА (список НПА)

Кодекс от 5 июля 2014 года «Об административных правонарушениях»;

Закон от 18 января 2012 года «О телерадиовещании»;

Закон от 16 ноября 2015 года «О доступе к информации»;

Закон от 24 ноября 2015 года «Об информатизации»;

Закон от 19 декабря 2003 года «О рекламе»;

Закон от 16 июля 2001 года «Об архитектурной, градостроительной и строительной деятельности в Республике Казахстан»;

Закон от 23 июля 1999 года «О средствах массовой информации».

10. Наличие зарубежного опыта

По зарубежным спутниковым устройствам

В Латвии основные направления медиаполитики предполагают, что до 2020 года должны быть созданы благоприятные условия для деятельности местных СМИ, повышено качество медиасреды и уровня ответственности. По мнению экспертов, это позволит снизить «односторонний эффект» насыщенных пропагандой зарубежных СМИ.

Так, МВД Латвии предусматривает меры по искоренению незаконного ТВ, то есть спутниковых тарелок и Интернет-вещания.

План реализации проекта направлен на предотвращение незаконных аудиовизуальных медиауслуг, их распределением в приграничных районах и на остальной части территории Латвии, а

также для укрепления потенциала Государственной полиции, представители которой будут следить за нарушениями авторских прав.

По информации Ассоциации вещательных организаций Латвии, такое решение было принято для того, чтобы упорядочить систему легального вещания.

В «Основных направлениях латвийской медиаполитики» отмечено следующее: «В связи с тем, что из года в год растет разнообразие информации, в том числе из-за зарубежных СМИ, в нынешних геополитических условиях очень важно развивать не только качественную и надежную журналистику, но и медиаграмотность населения. Это позволит снизить «односторонний эффект» насыщенных пропагандой зарубежных СМИ. В нынешней ситуации необходимы четкие указания к политике СМИ, которые бы гармонично сочетались с демократической Латвией, являющейся членом ЕС. Плюрализм мнений, разнообразие информации, её доступность в регионах - вот основные направления работы.».

По разрешению рекламы товарного знака алкогольной продукции

Европейская конвенция о трансграничном телевидении не налагает запрета на рекламу алкогольных напитков при соблюдении следующих правил:

- рекламировать саму продукцию;
- содержать связи с физической работой или вождением автомобиля;
- сниматься с участием несовершеннолетних, в том числе выполняться с помощью мультипликации (анимации);
- быть адресована несовершеннолетним;
- утверждать, что рекламируемая продукция имеет лечебные свойства, поощрять их неумеренное потребление;
- осуждать воздержание от их употребления;
- утверждать, что способствует укреплению взаимоотношений.

В **Российской Федерации** разрешается реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенного из выращенного на территории РФ винограда, на выставках пищевой продукции и выставках организаций общественного питания.

Парламент **Армении** принял поправки к законам «О телевидении и радио» и «О рекламе», согласно которым действующим на территории страны телекомпаниям вновь разрешается рекламировать алкогольные напитки местного производства.

Согласно принятым поправкам, национальную продукцию телеканалы и электронные СМИ смогут рекламировать независимо от времени суток и без возрастных ограничений для аудитории. Так, к примеру, армянский коньяк разрешено рекламировать круглосуточно.

Алкогольную продукцию других производителей можно будет рекламировать с 22.00 вечера до 6.00 утра.

В **Беларуси** реклама алкогольных напитков в сети Интернет не запрещена, но значительно ограничена по содержанию.

В рекламе алкогольных напитков не должно быть:

- информации о физических, химических и иных потребительских свойствах;
- сведений о цене;
- изображений алкогольных напитков и их потребительской тары (упаковки);
- наименований видов указанных напитков;
- образов людей или животных, в том числе рисованных, мультипликационных (анимационных), за исключением использования таких образов в зарегистрированных товарных знаках, используемых для обозначения алкогольных напитков;
- образов, высказываний, внушающих, что потребление алкогольных напитков содействует достижению успеха либо улучшает физическое или психическое состояние.

В **Киргизии** реклама алкогольной продукции в радиоэфире разрешена только в ночное время — в период с 00:00 до 7:00.

Касательно государственного информационного заказа

По обеспечению доступа к информации

Рекомендация Совета ОЭСР по Открытому Правительству от 14 декабря 2017 года гласит, что сторонники данной системы должны «2. Обеспечить наличие и осуществление необходимой открытой правительственной нормативно-правовой базы, в том числе путем предоставления вспомогательных документов, таких, как руководящие принципы и руководства, при одновременном создании надлежащих механизмов надзора для обеспечения соблюдения требований».

Все страны ОЭСР имеют орган для рассмотрения права на доступ к информации. Конституции некоторых стран ОЭСР предусматривает создание надзорного органа для доступа к информации, но большинство из этих учреждений были созданы посредством Закона или Указа.

В странах ОЭСР данные функции могут выполняться отдельными или коллективными учреждениями:

Комиссар по вопросам информации (например, в Великобритании, Германии, Венгрии);

Комиссия / Институт (например, во Франции, Португалии, Мексике);

Омбудсмен, наделенный правом надзора за осуществлением этого права (например, в Швеции, Норвегии, Новой Зеландии);

другой орган, осуществляющий надзор за применением этого права (например, в Турции).

Органы надзора за доступом к информации в странах ОЭСР пользуются широкой оперативной и директивной автономией. Некоторые органы учреждаются в качестве конституционного положения, например шведский (Глава 12 Акта о форме правления) и датский (Статья 55 Конституции) омбудсмены. Национальный институт по вопросам транспарентности, доступа к информации и защиты личных данных в Мексике также является конституционным органом. По этой причине эти органы не находятся под прямым влиянием исполнительной, законодательной и судебной властей.

Как отмечалось выше, в **странах ОЭСР** существует несколько видов органов надзора за доступом к информации. Анализ показывает, что процедуры их назначения весьма разнообразны. Вместе с тем во всех этих законодательных актах придается большое значение условиям назначения, которые являются одним из важнейших средств обеспечения независимости и компетенции органа и, в более общем плане, поощрения открытого управления. Для комиссий наиболее распространенной практикой в странах ОЭСР является точное определение числа членов комиссии и условий их назначения, ограничение дискреционных полномочий исполнительной власти и обеспечение надлежащего представительства граждан.

Комиссар по вопросам информации **Великобритании** ежегодно размещает программу работы Комиссии и обеспечивает ее широкое распространение с помощью различных средств коммуникации, например, через прессу или веб-сайты.

Доступ к информационным учреждениям в странах ОЭСР подотчетен гражданам и правительствам в отношении их деятельности. Они выполняют это обязательство различными способами, включая ежегодные отчеты о деятельности. Например, федеральный комиссар **Германии** по защите данных и свободе информации в своем докладе дает обзор приоритетных направлений деятельности на двухгодичный период и перспективы в отношении ключевых вопросов защиты данных на будущее.

Одним из важных аспектов законодательства по свободе информации **Израиля** является то, что не требуется создания независимого регулирующего органа, такой как офис Уполномоченного по информации для наблюдения за исполнением законодательства, разрешения споров, введения санкций или предоставления руководства государственным органам и должностным лицам. Вместо этого люди, не удовлетворенные ответами на свои запросы, могут оспаривать отказ через административные суды, которые проводят проверку общественного интереса.

При рассмотрении отказа по предоставлению информации должностное лицо должно учитывать «заинтересованность заявителя в информации, если она указана в запросе, и общественный интерес к раскрытию информации в целях поддержания общественного здоровья, безопасности или окружающей среда». Это так называемый трехчастный тест, который, при необходимости, может быть проверен еще раз, в административном суде.

Закон также включает в себя некоторые прогрессивные меры для обеспечения того, чтобы

исключения из общего принципа открытости информации не использовались неправильно.

Абсолютные исключения включают:

- информацию, касающуюся национальной безопасности и иностранных дел,
- информацию, которая, если она будет раскрыта, будет нарушать конфиденциальность других лиц,
- информацию, которая не может быть предоставлена в соответствии с другим законодательством.

В **Швеции** право на доступ к информации может быть ограничено только при наличии одного из нижеследующих исключений:

- 1) разглашение информации может нарушать безопасность Королевства или его отношения с другим государством или международной организацией;
- 2) центральная финансовая, денежно-кредитная или валютная политика Королевства;
- 3) инспекционная, контрольная или другая надзорная деятельность государственного органа;
- 4) заинтересованность в предупреждении или преследовании преступности;
- 5) экономические интересы государственных учреждений;
- 6) защита личных данных частных субъектов;
- 7) сохранение видов животных или растений.

Эти исключения из правил более подробно рассматриваются в Законе о публичности и секретности 2009 года, в котором подробно описывается, какие документы государственные учреждения могут хранить в секрете, какая процедура при этом должна быть соблюдена, какой период времени, и как обеспечивается доступ к информации затем, когда необходимость в её засекречивании уже пропала.

В **Новой Зеландии** на законодательном уровне закреплено право вторичного использования официальной информации и открытых данных. На специальном портале доступны для скачивания и повторного использования, в том числе в коммерческих целях, открытые данные 156 организаций.

В **Великобритании**, являющейся признанным лидером по свободе информации, открытого правительства, доступа к государственным реестрам и открытым данным, Закон о свободе информации предусматривает испытание на общественный интерес. В соответствии с Законом, обязанность раскрывать информацию не применяется там, где «при всех обстоятельствах конкретного случая общественный интерес в сохранении исключения превалирует над общественным интересом в раскрытии информации».

В **США**, принявшей одной из первых Закон о свободе информации, Закон предусматривает

обязательства по обнародованию информации в инициативном порядке.

В странах ОЭСР установлена ответственность в виде штрафов за нарушение сроков предоставления информации либо ее непредоставление.

11. Предполагаемые финансовые затраты

Принятие данного проекта Закона не повлечет затрат из государственного бюджета.

1. Наименование концепции

«О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам информации».

2. Название законопроекта

Основанием разработки концепции проекта Закона «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам информации» (далее – Концепция) является поручение Руководителя Администрации Президента А. Исекешева от 14 января 2019 года, поручение Заместителя Премьер-Министра от 13 ноября 2018 года, от 21 июня 2018 года № 20-3/05-2019 и от 23 июля 2018 года № 11-3/05-2038. Вышеуказанные поручения направлены на совершенствование законодательства в области средств массовой информации, телерадиовещания и доступа к информации.

Кроме того Концепция разработана с учетом практики применения законодательства в области средств массовой информации, телерадиовещания и доступа к информации, а также с учетом наилучших рекомендаций Организации экономического сотрудничества и развития (ОЭСР).

1. На сегодняшний день, телевидение сохраняет за собой лидирующую позицию в качестве самого популярного и востребованного медиа в стране. Учитывая это, государство проводит системную модернизацию данной отрасли. Так, до 2020 года более 95% населения будет охвачено цифровым телевизионным сигналом, а уровень проникновения национального спутникового вещания «OTAU TV» уже достиг 28 %.

Однако в настоящее время существует проблемный вопрос вещания на территории Республики Казахстан зарубежных спутниковых операторов («Радуга ТВ», «Триколор ТВ», «НТВ+», «Орион Экспресс», «Ямал», «Hotbird», «Платформа HD», «Телекарта») незарегистрированных на территории Казахстана.

Согласно проведенному анализу за 2018 год, процент проникновения незарегистрированных на территории Казахстана зарубежных спутниковых операторов (далее – НЗСО) составляет 15%. В 2011 году данный показатель составлял 30%.

Анализ распространения спутникового вещания показывает, что в 4 приграничных регионах с Российской Федерацией уровень проникновения НЗСО остается высоким.

При этом уровень вещания «ОТАУ TV» по сравнению с НЗСО остается низким (*ЗКО - «ОТАУ TV» - 30%, НЗСО – 40%; Костанай - «ОТАУ TV» - 17%, НЗСО – 19%; Павлодар - «ОТАУ TV» - 18%, НЗСО – 26%; СКО - «ОТАУ TV» - 16%, НЗСО – 27%*).

Вместе с тем, необходимо отметить, что, в остальных регионах, несмотря на высокий уровень проникновения «ОТАУ TV», в четырех регионах уровень проникновения НЗСО выше среднего показателя по Республике Казахстан (*Акмолинская область - «ОТАУ TV» - 34%, НЗСО – 27%; Актюбинская область - «ОТАУ TV» - 40%, НЗСО – 30%; Атырауская область - «ОТАУ TV» - 72%, НЗСО – 16%; г. Шымкент - «ОТАУ TV» - 71%, НЗСО – 17%*).

Необходимо отметить, что НЗСО не транслируют казахстанские телеканалы, а также не выполняют требований отечественного законодательства в области телерадиовещания, СМИ и рекламы, в том числе Закона Республики Казахстан от 2 июля 2018 года «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Таким образом, граждане Казахстана, использующие зарубежные спутниковые приемные устройства, живут вне информационного пространства Республики Казахстан.

С целью регулирования деятельности зарубежных спутниковых операторов в 2017 году Законом Республики Казахстан от 28 декабря 2017 года «О внесении изменений и дополнений в некоторые законодательные акты Республики Казахстан по вопросам информации и коммуникаций» были внесены поправки в Закон Республики Казахстан от 18 января 2012 года «О телерадиовещании», в частности установлен запрет на распространение карт условного доступа к услугам операторов телерадиовещания и оборудования, предназначенного для индивидуального приема теле-, радиосигнала операторов телерадиовещания, не имеющих лицензию в сфере телерадиовещания и не обладающих собственными спутниковыми системами вещания на территории Республики Казахстан. При этом, законодательством не предусмотрена ответственность за нарушение вышеуказанного требования.

За прошедший год апробация норм показала слабую эффективность принятого положения в рамках вышеуказанного Закона.

Учитывая вышеизложенные проблемы по НЗСО, возникает необходимость установления административных санкций за распространение и незаконную установку зарубежных спутниковых приемных устройств.

Дополнительно к этому, предлагаем дополнить компетенцию местных исполнительных органов по выявлению фактов вышеуказанного нарушения, что повлияет на эффективность исполнения законодательства в области телерадиовещания и СМИ.

2. В настоящее время увеличивается количество теле-, радиоканалов, по состоянию на 2019 год их количество составляет 149 телеканалов.

При этом количество отечественных телеканалов с государственным участием составляет всего 8 телеканалов.

В этой связи в целях развития конкуренции требуется ввести новых подходы в сфере СМИ.

Так, в целях внедрения новых подходов, предлагается уполномоченный орган наделить полномочием по принятию решения по деятельности вещания теле-, радиоканалов с государственной долей участия в уставном капитале. Данный метод способствует расширению аудиторий телеканалов. Соответственно, это будет отражаться на экономическом росте субъектов СМИ и донесение до граждан качественной информации.

3. На сегодняшний день реклама является основным, неотъемлемым элементом комплекса продвижения и источником финансов, в том числе для СМИ. Многие субъекты СМИ существуют за счет рекламных средств.

Так, доходы от рекламы могут составлять до 60% содержания журналов, 70% объема газет, около 100% времени эфира теле- и радиопрограмм. В свою очередь, возможность получения доходов от рекламы в СМИ напрямую влияет на качество новостной ленты и программ.

При этом реклама, развивая тенденции к расширению производства товаров, содействует обеспечению занятости в сфере услуг и производственном секторе экономики страны.

Однако, законами «О средствах массовой информации» и «О рекламе» установлен запрет на рекламу ряда продукции, в том числе слабоалкогольной.

Вместе с тем, как показывает зарубежный опыт, а в частности Европейская конвенция о трансграничном телевидении не налагает запрета на рекламу алкогольных напитков при соблюдении следующих правил:

- рекламировать саму продукцию;
- сниматься с участием несовершеннолетних, в том числе выполняться с помощью мультипликации (анимации);
- быть адресована несовершеннолетним;
- утверждать, что рекламируемая продукция имеет лечебные свойства, поощрять их неумеренное потребление;
- осуждать воздержание от их употребления;
- утверждать, что способствует укреплению взаимоотношений.

На основании международного опыта предлагается внести соответствующие поправки в законодательство в части рекламирования товарного знака и наименования, известного как наименование пива, пивного напитка и вина с установлением запрета в период с пяти часов утра до одиннадцати часов ночи местного времени, а также в праздничные и выходные дни.

Таким образом, разрешение рекламы слабоалкогольных продуктов в определенное время (ограниченное время), положительно отразится на развитии отрасли СМИ.

4. Кроме того, Концепцией предполагается решить проблемный вопрос по пустотам в эфирном времени при ретрансляции иностранных теле-, радиоканалов на территории Республики Казахстан.

Так, согласно пункту 2 статьи 34 Закона «О телерадиовещании», операторы телерадиовещания при ретрансляции иностранных теле-, радиоканалов на территории

Республики Казахстан не должны допускать распространение рекламы, за исключением иностранных теле-, радиоканалов, специализирующихся исключительно на сообщениях и материалах рекламного характера.

На практике пустые экраны создают неудобства как для абонентов получающих услуги от операторов телерадиовещания, так и для операторов телерадиовещания, при заполнении заставкой о том, что согласно законодательству ретрансляция рекламы не допускается.

Таким образом, такие крупные операторы, как IDTV, Alma-TV, Otau-TV и другие, удаляют рекламные блоки самостоятельно с помощью программных средств и вручную.

В целях урегулирования вышеуказанного вопроса предлагается операторам телерадиовещания дать право заменять черные/пустые экраны на рекламу.

5. На сегодняшний день уполномоченный орган и местные исполнительные органы формирует, размещает и контролирует осуществление государственного заказа по проведению государственной политики.

В рамках информационного заказа осуществляется поддержка новых проектов в информационной сфере, инвестируется отечественная продакшн-индустрия, и это положительно отражается на развитии рынка, повышается его конкурентоспособность. В рамках государственного информационного заказа предусмотрены целевые средства на развитие цифрового вещания и распространение каналов свободного доступа бесплатных для граждан.

Кроме того, в 2017 году в рамках государственного информационного заказа было снято 40 телесериалов, что почти в 2 раза больше, чем годом ранее. Из них 15 снял телеканал «Казахстан», 13 – «Хабар» и еще 12 – частные телеканалы.

Несмотря на положительную практику имеется ряд негативных последствий.

Так, наблюдается двойное субсидирование, когда одни и те же СМИ получают средства на центральном и на местном уровнях. Проведенный анализ показал, что около 35 % государственного информационного заказа местных исполнительных органов реализуется через республиканские СМИ, обеспечивая практику их двойного финансирования.

При этом уполномоченный орган фактически не имеет механизмов корректировать распределение информационного заказа.

Согласно поручению Руководителя Администрации Президента и в целях совершенствования существующей практики предлагается пересмотреть действующие процедуры распределения государственного информационного заказа посредством внесения соответствующих поправок в законодательства в части вывода регионального государственного информационного заказа в срок на два года из системы государственных закупок, поскольку согласно Закону «О ратификации Договора о Евразийском экономическом союзе» государство-член вправе в одностороннем порядке, установленном своим законодательством о закупках, установить в исключительных случаях изъятия из национального режима на срок не более 2 лет. Также предлагается закрепления процедуры согласования местными исполнительными органами тематических линий.

Данная мера позволит сформировать единую систему государственной информационной политике.

Вместе с тем планируется рассмотреть налоговые льготы для отечественных СМИ, данный вопрос будет рассматриваться в случае получения положительных решений уполномоченных органов и Республиканской бюджетной комиссии.

6. Мониторинг реализации Закона Республики Казахстан от 16 ноября 2015 года «О доступе к информации» (*далее – Закон о доступе к информации*) выявил ряд проблем с его реализацией на практике в течение трех прошедших после его принятия лет. Об этом упоминается в публикациях в СМИ, в выступлениях депутатов Мажилиса Парламента Республики Казахстан, представителей НПО, бизнеса и других. Критика касается не только государственных органов как основного обладателя информации, которые обязаны выполнять требования законодательства в области доступа к информации, но и субъектов квазигосударственного сектора, а также других категорий обладателей информации.

Кроме того в рамках реализации проектов «Дополнительный обзор, ведущий к полному обзору государственного управления (Функциональный обзор)» (*Грантовое соглашение между Правительством Казахстана и ОЭСР, утвержденное ППРК от 27 апреля 2015 года № 356*) и «Поддержка реализации Функционального обзора» (*Грантовое соглашение между Правительством Казахстана и ОЭСР, утвержденное ППРК от 26 сентября 2017 года № 589*) экспертами ОЭСР отмечалось, что Закон пока не работает в полной мере, в том числе отсутствует эффективный контроль за его соблюдением.

Данные выводы также подтверждаются результатами проведенного в 2018 году по заказу Министерства информации и коммуникаций Республики Казахстан исследования на тему: «Обеспечение доступа граждан и профессионального медиа-сообщества к информации в Казахстане: регионы и центры».

Позиции Казахстан в международных рейтингах также свидетельствуют о необходимости законодательных изменений.

В этой связи, на данном этапе необходим очередной пакет поправок в законодательство Республики Казахстан для дальнейшего развития транспарентного и подотчетного государства.

Так, несмотря на принятие в 2015 году Закона «О доступе к информации» и функционирование при Министерстве Комиссии по вопросам доступа к информации, на сегодня отсутствует компетенция уполномоченного органа в области доступа к информации, что вызывает множество вопросов на практике.

Таким образом, необходимо определить компетенцию уполномоченного органа на законодательном уровне.

В рамках 94 шага Плана нации в Казахстане внедряются принципы «Открытого правительства», в том числе созданы интернет-порталы

«Открытого правительства». Однако на сегодня отсутствует понятие «открытого правительства». В связи с чем, требуется его законодательное определение.

К обладателям информации в соответствии с Законом отнесены государственные органы, государственные учреждения, не являющиеся государственными органами, субъекты квазигосударственного сектора, субъекты государственной монополии и др., которые обязаны размещать информацию на интернет-ресурсе.

При этом, в соответствии с поручениями Заместителя Премьер-Министра от 21 июня 2018 года № 20-3/05-2019 и от 23 июля 2018 года

№ 11-3/05-2038, создается единый сайт государственных органов, который объединит интернет-ресурсы всех центральных государственных и местных исполнительных органов.

Законом определен перечень информации, размещаемой обладателями информации на интернет-ресурсе. В то же время, указанный перечень не учитывает специфики деятельности государственных учреждений, не являющихся государственными органами, субъектами квазигосударственного сектора и других обладателей информации, а также потребностей населения и бизнеса.

Вышеуказанное потребует внесения изменений в статью 16 Закона «О доступе к информации».

Работа созданных в рамках внедрения «Открытого правительства» интернет-порталов «Открытые данные», «Открытые бюджеты», «Открытые НПА», «Оценка эффективности деятельности государственных органов» урегулирована статьей 17 Закона «О доступе к информации».

Однако, нормативно-правовая основа для функционирования портала «Открытый диалог», где граждане подают обращения на блоги первых руководителей, а также участвуют в интернет-конференциях и опросах, отсутствует, что требует соответствующих изменений.

В настоящее время на интернет-портале открытых данных информация размещается только государственными органами. В то же время, обладателями информации согласно Закону являются также государственные учреждения, не являющиеся государственными органами, субъекты квазигосударственного сектора, субъекты государственной монополии и др. Указанное влечет за собой необходимость внесения изменений в статью 17 в части расширения категорий лиц, обязанных размещать информацию на портале «Открытые данные».

Данные меры позволят обеспечить эффективную реализацию конституционного права каждого на доступ к информации, а также соответствие международным стандартам, политикам и лучшей практике стран-членов ОЭСР.

В рамках проекта закона предусматривается устранения пробелов и коллизий в законодательстве.

3. Обоснование необходимости разработки законопроекта

Целью принятия законопроекта является совершенствование действующего законодательства и создание единых требований для субъектов средств массовой информации.

4. Цели принятия законопроекта

Предметом регулирования законопроекта являются общественные отношения в области средств массовой информации и телерадиовещания.

5. Предмет регулирования законопроекта

Структура законопроекта состоит из статьи 1, предусматривающей внесение изменений и дополнений в законодательные акты, и статьи 2, предусматривающей порядок введения Закона в действие.

Статья 1. Внесение изменений и дополнений:

Кодекс «Об административных правонарушениях» от 5 июля 2014 года № 235-V;

Закон «Об информатизации» от 24 ноября 2015 года № 418-V;

Закон «О доступе к информации» от 16 ноября 2015 года № 401-V;

Закон «О телерадиовещании» от 18 января 2012 года № 545-IV;

Закон «О рекламе» от 19 декабря 2003 года № 508;

Закон «Об архитектурной, градостроительной и строительной деятельности в Республике Казахстан» от 16 июля 2001 года № 242;

Закон «О средствах массовой информации» от 23 июля 1999 года № 451-I;

Статья 2. Порядок введения Закона в действие.

6. Структура законопроекта

По результатам проведенного мониторинга необходимость внесения изменений и дополнений в законодательные акты не установлена.

7. Предполагаемые правовые и социально-экономические последствия, в случае принятия законопроекта

Принятие законопроекта направлено на приведение в соответствие норм отдельных

законодательных актов Республики Казахстан, регулирующих вопросы средств массовой информации, телерадиовещания и доступа к информации с правоприменительной практикой, что исключает негативные правовые последствия в случае принятия законопроекта.

Кроме того, принятие законопроекта приведет к единообразному применению норм законодательства Республики Казахстан, в части разрешительных процедур в области телерадиовещания. Вместе с тем, разрешится порядок проведения государственного контроля за соблюдением законодательства Республики Казахстан. Также позволит сформировать целостную картину государственной информационной политики и синхронизировать подходы в медиа-планировании на государственном и региональном уровнях.

Помимо этого, принятие законопроекта позволит создать условия и предусмотреть необходимые меры для качественного и эффективного информационного обеспечения граждан.

Отрицательных социально-экономических последствий принятие данного законопроекта не повлечет.

8. Необходимость одновременного (последующего) проведения других законодательных актов в соответствии с разрабатываемым законопроектом

Отсутствует.

9. Регламентированность предмета законопроекта иными словами НПА (список НПА)

Кодекс от 5 июля 2014 года «Об административных правонарушениях»;

Закон от 18 января 2012 года «О телерадиовещании»;

Закон от 16 ноября 2015 года «О доступе к информации»;

Закон от 24 ноября 2015 года «Об информатизации»;

Закон от 19 декабря 2003 года «О рекламе»;

Закон от 16 июля 2001 года «Об архитектурной, градостроительной и строительной деятельности в Республике Казахстан»;

Закон от 23 июля 1999 года «О средствах массовой информации».

10. Наличие зарубежного опыта

По зарубежным спутниковым устройствам

В Латвии основные направления медиаполитики предполагают, что до 2020 года должны быть созданы благоприятные условия для деятельности местных СМИ, повышено качество медиасреды и уровня ответственности. По мнению экспертов, это позволит снизить «односторонний эффект» насыщенных пропагандой зарубежных СМИ.

Так, МВД Латвии предусматривает меры по искоренению незаконного ТВ, то есть спутниковых тарелок и Интернет-вещания.

План реализации проекта направлен на предотвращение незаконных аудиовизуальных медиа-услуг, их распределением в приграничных районах и на остальной части территории Латвии, а также для укрепления потенциала Государственной полиции, представители которой будут следить за нарушениями авторских прав.

По информации Ассоциации вещательных организаций Латвии, такое решение было принято для того, чтобы упорядочить систему легального вещания.

В «Основных направлениях латвийской медиаполитики» отмечено следующее: «В связи с тем, что из года в год растет разнообразие информации, в том числе из-за зарубежных СМИ, в нынешних геополитических условиях очень важно развивать не только качественную и надежную журналистику, но и медиаграмотность населения. Это позволит снизить «односторонний эффект» насыщенных пропагандой зарубежных СМИ. В нынешней ситуации необходимы четкие указания к политике СМИ, которые бы гармонично сочетались с демократической Латвией, являющейся членом ЕС. Плюрализм мнений, разнообразие информации, её доступность в регионах - вот основные направления работы.».

По разрешению рекламы товарного знака алкогольной продукции

Европейская конвенция о трансграничном телевидении не налагает запрета на рекламу алкогольных напитков при соблюдении следующих правил:

- рекламировать саму продукцию;
- содержать связи с физической работой или вождением автомобиля;
- сниматься с участием несовершеннолетних, в том числе выполняться с помощью мультипликации (анимации);
- быть адресована несовершеннолетним;
- утверждать, что рекламируемая продукция имеет лечебные свойства, поощрять их неумеренное потребление;
- осуждать воздержание от их употребления;
- утверждать, что способствует укреплению взаимоотношений.

В **Российской Федерации** разрешается реклама вина и игристого вина (шампанского), произведенного из выращенного на территории РФ винограда, на выставках пищевой продукции и выставках организаций общественного питания.

Парламент **Армении** принял поправки к законам «О телевидении и радио» и «О рекламе», согласно которым действующим на территории страны телекомпаниям вновь разрешается рекламировать алкогольные напитки местного производства.

Согласно принятым поправкам, национальную продукцию телеканалы и электронные СМИ смогут рекламировать независимо от времени суток и без возрастных ограничений для аудитории. Так, к примеру, армянский коньяк разрешено рекламировать круглосуточно.

Алкогольную продукцию других производителей можно будет рекламировать с 22.00 вечера до 6.00 утра.

В **Беларуси** реклама алкогольных напитков в сети Интернет не запрещена, но значительно ограничена по содержанию.

В рекламе алкогольных напитков не должно быть:

- информации о физических, химических и иных потребительских свойствах;
- сведений о цене;
- изображений алкогольных напитков и их потребительской тары (упаковки);
- наименований видов указанных напитков;
- образов людей или животных, в том числе рисованных, мультипликационных (анимационных), за исключением использования таких образов в зарегистрированных товарных знаках, используемых для обозначения алкогольных напитков;
- образов, высказываний, внушающих, что потребление алкогольных напитков содействует достижению успеха либо улучшает физическое или психическое состояние.

В **Киргизии** реклама алкогольной продукции в радиозэфире разрешена только в ночное время — в период с 00:00 до 7:00.

Касательно государственного информационного заказа

По обеспечению доступа к информации

Рекомендация Совета ОЭСР по Открытому Правительству от 14 декабря 2017 года гласит, что сторонники данной системы должны «2. Обеспечить наличие и осуществление необходимой открытой правительственной нормативно-правовой базы, в том числе путем предоставления вспомогательных документов, таких, как руководящие принципы и руководства, при одновременном создании надлежащих механизмов надзора для обеспечения соблюдения требований».

Все страны ОЭСР имеют орган для рассмотрения права на доступ к информации. Конституции некоторых стран ОЭСР предусматривают создание надзорного органа для доступа к информации, но большинство из этих учреждений были созданы посредством Закона или Указа.

В странах ОЭСР данные функции могут выполняться отдельными или коллективными учреждениями:

Комиссар по вопросам информации (например, в Великобритании, Германии, Венгрии);

Комиссия / Институт (например, во Франции, Португалии, Мексике);

Омбудсмен, наделенный правом надзора за осуществлением этого права (например, в Швеции, Норвегии, Новой Зеландии);

другой орган, осуществляющий надзор за применением этого права (например, в Турции).

Органы надзора за доступом к информации в странах ОЭСР пользуются широкой оперативной и директивной автономией. Некоторые органы учреждаются в качестве конституционного положения, например шведский (Глава 12 Акта о форме правления) и датский (Статья 55 Конституции) омбудсмены. Национальный институт по вопросам транспарентности, доступа к информации и защиты личных данных в Мексике также является конституционным органом. По этой причине эти органы не находятся под прямым влиянием исполнительной, законодательной и судебной властей.

Как отмечалось выше, в **странах ОЭСР** существует несколько видов органов надзора за доступом к информации. Анализ показывает, что процедуры их назначения весьма разнообразны. Вместе с тем во всех этих законодательных актах придается большое значение условиям назначения, которые являются одним из важнейших средств обеспечения независимости и компетенции органа и, в более общем плане, поощрения открытого управления. Для комиссий наиболее распространенной практикой в странах ОЭСР является точное определение числа членов комиссии и условий их назначения, ограничение дискреционных полномочий исполнительной власти и обеспечение надлежащего представительства граждан.

Комиссар по вопросам информации **Великобритании** ежегодно размещает программу работы Комиссии и обеспечивает ее широкое распространение с помощью различных средств коммуникации, например, через прессу или веб-сайты.

Доступ к информационным учреждениям в странах ОЭСР подотчетен гражданам и правительствам в отношении их деятельности. Они выполняют это обязательство различными способами, включая ежегодные отчеты о деятельности. Например, федеральный комиссар **Германии** по защите данных и свободе информации в своем докладе дает обзор приоритетных направлений деятельности на двухгодичный период и перспективы в отношении ключевых вопросов защиты данных на будущее.

Одним из важных аспектов законодательства по свободе информации **Израиля** является то, что не требуется создания независимого регулирующего органа, такой как офис Уполномоченного по информации для наблюдения за исполнением законодательства,

разрешения споров, введения санкций или предоставления руководства государственным органам и должностным лицам. Вместо этого люди, не удовлетворенные ответами на свои запросы, могут оспаривать отказ через административные суды, которые проводят проверку общественного интереса.

При рассмотрении отказа по предоставлению информации должностное лицо должно учитывать «заинтересованность заявителя в информации, если она указана в запросе, и общественный интерес к раскрытию информации в целях поддержания общественного здоровья, безопасности или окружающей среда». Это так называемый трехчастный тест, который, при необходимости, может быть проверен еще раз, в административном суде.

Закон также включает в себя некоторые прогрессивные меры для обеспечения того, чтобы исключения из общего принципа открытости информации не использовались неправильно.

Абсолютные исключения включают:

- информацию, касающуюся национальной безопасности и иностранных дел,
- информацию, которая, если она будет раскрыта, будет нарушать конфиденциальность других лиц,
- информацию, которая не может быть предоставлена в соответствии с другим законодательством.

В **Швеции** право на доступ к информации может быть ограничено только при наличии одного из нижеследующих исключений:

- 1) разглашение информации может нарушать безопасность Королевства или его отношения с другим государством или международной организацией;
- 2) центральная финансовая, денежно-кредитная или валютная политика Королевства;
- 3) инспекционная, контрольная или другая надзорная деятельность государственного органа;
- 4) заинтересованность в предупреждении или преследовании преступности;
- 5) экономические интересы государственных учреждений;
- 6) защита личных данных частных субъектов;
- 7) сохранение видов животных или растений.

Эти исключения из правил более подробно рассматриваются в Законе о публичности и секретности 2009 года, в котором подробно описывается, какие документы государственные учреждения могут хранить в секрете, какая процедура при этом должна быть соблюдена, какой период времени, и как обеспечивается доступ к информации затем, когда необходимость в её засекречивании уже пропала.

В **Новой Зеландии** на законодательном уровне закреплено право вторичного использования

официальной информации и открытых данных. На специальном портале доступны для скачивания и повторного использования, в том числе в коммерческих целях, открытые данные 156 организаций.

В **Великобритании**, являющейся признанным лидером по свободе информации, открытого правительства, доступа к государственным реестрам и открытым данным, Закон о свободе информации предусматривает испытание на общественный интерес. В соответствии с Законом, обязанность раскрывать информацию не применяется там, где «при всех обстоятельствах конкретного случая общественный интерес в сохранении исключения превалирует над общественным интересом в раскрытии информации».

В **США**, принявшей одной из первых Закон о свободе информации, Закон предусматривает обязательства по обнародованию информации в инициативном порядке.

В **странах ОЭСР** установлена ответственность в виде штрафов за нарушение сроков предоставления информации либо ее непредоставление.

11. Предполагаемые финансовые затраты

Принятие данного проекта Закона не повлечет затрат из государственного бюджета.
