ОРГАНИЗАЦИЯ ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ

TD

КОНФЕРЕНЦИЯ ОРГАНИЗАЦИИ ОБЪЕДИНЕННЫХ НАЦИЙ ПО ТОРГОВЛЕ И РАЗВИТИЮ

Distr.
GENERAL

TD/B/COM.1/EM.20/2
30 September 2002

RUSSIAN
Original: ENGLISH

СОВЕТ ПО ТОРГОВЛЕ И РАЗВИТИЮ
Комиссия по торговле товарами и услугами
и по сырьевым товарам
Совещание экспертов по теме "Аудиовизуальные
услуги: расширение участия развивающихся стран"
Женева, 13-15 ноября 2002 года

АУДИОВИЗУАЛЬНЫЕ УСЛУГИ: РАСШИРЕНИЕ УЧАСТИЯ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН

Записка секретариата ЮНКТАД

Резюме

Аудиовизуальные услуги находятся в центре процесса глобализации, и вместе с тем они выступают важными носителями отдельных культур. На глобальном уровне доминирующее положение занимает небольшая группа интегрированных компаний, производящих аудиовизуальные продукты, в результате чего даже успешным производителям кинофильмов и телевизионных программ из развивающихся стран трудно конкурировать на мировых рынках и порой на своих внутренних рынках. Трения между вопросами культуры и интересами торговли так же, как между целями здравоохранения и интересами торговли, вновь обостряются по мере того, как страны проводят переговоры в рамках ГАТС. Для достижения прогресса на многосторонних переговорах необходимо найти сбалансированный подход, позволяющий разрешить данный конфликт. Для этого могут быть использованы такие инструменты, как приложение, протокол или аналогичный договорный инструмент, касающийся конкретно данного сектора. В таком секторальном инструменте могла бы быть предусмотрена связь с другими международными инструментами по вопросам культуры, которые могут разрабатываться за пределами ВТО. Эксперты, возможно, сочтут целесообразным рассмотреть оптимальные стратегии в области торговли и развития применительно к аудиовизуальному сектору развивающихся стран, призванные обеспечить, чтобы не возникало противоречий между задачами в сфере культуры и торговыми соображениями; условия, при которых развивающиеся страны могут получать выгоды от постепенной либерализации данного сектора; и вопрос о том, каким образом региональная интеграция может способствовать укреплению торговли и обеспечению сбалансированного развития развивающихся стран.

GE.02-51973 (R) 101002 141002

СОДЕРЖАНИЕ

Глава *Стр.*

Введение 3

I. Рынок аудиовизуальных услуг 3

A. Структурные особенности рынков кинопродукции и телевизионных рынков 4

B. Музыкальная индустрия 9

II. Основные черты торговли аудиовизуальными услугами 10

A. Барьеры в торговле 11

B. Культура и торговля 13

C. Значение торговли аудиовизуальными услугами в развивающихся странах 14

D. Инвестиции в аудиовизуальном секторе 14

E. Перемещение лиц 15

F. Размер рынка 16

G. Правительственная поддержка 16

H. Региональное сотрудничество 18

I. Влияние новых технологий и стандартов 18

III. Вопросы аудиовизуальных услуг в ВТО 20

A. Аудиовизуальные услуги в ГАТС 20

B. Вопросы, регулируемые одновременно ГАТС и ГАТТ 22

C. Проводимые в настоящее время переговоры по услугам 22

D. Другие вопросы, которые могут иметь важное значение для переговоров в рамках ГАТС 25

IV. Интересы и задачи развивающихся стран 26

ВВЕДЕНИЕ

1. Комиссия по торговле товарами и услугами приняла решение на своей шестой сессии (4-8 февраля 2002 года) созвать в соответствии с Бангкокским планом действий совещание экспертов по теме "Аудиовизуальные услуги: расширение участия развивающихся стран". ЮНКТАД и ЮНЕСКО объединили свои усилия в процессе подготовки данного совещания экспертов, с тем чтобы вопросы торговли и культуры были надлежащим образом учтены и рассмотрены. Настоящая записка посвящена прежде всего услугам, которые представляют собой центральное звено аудиовизуальной индустрии и которые поставляются на международные рынки в форме телерадиовещания, демонстрации фильмов в кинотеатрах и продажи и проката видеофильмов, а также продукции мультимедиа. В каждой из этих областей признается важное значение прав интеллектуальной собственности, однако вопросы, касающиеся ТАПИС, заслуживают отдельного изучения специалистами и поэтому не рассматриваются подробно в настоящем документе.

2. В настоящей проблемной записке анализируется существующая структура глобальных рынков аудиовизуальной продукции и основные особенности торговли аудиовизуальными услугами, а также возможности для эффективного участия развивающихся стран в этой торговле. ЮНЕСКО выступает инициатором в работе по изучению продукции в сфере культуры, хотя следует признать, что пока еще нет сопоставимых на международном уровне статистических данных о торговле услугами, и поэтому представленные в настоящем документе данные, собранные из различных источников, приводятся лишь для иллюстративных целей.

I. РЫНОК АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ УСЛУГ

3. К 2000 году 92% мировых доходов от аудиовизуальных услуг получали аудиовизуальные компании Соединенных Штатов, Европейского союза и Японии. В развитии конгломератов средств массовой информации (СМИ) произошел крупный качественный скачок в 90-х годах, когда благодаря поразительным темпам роста они фактически превратились в гигантские аудиовизуальные империи. Крупные компании СМИ увеличили свое присутствие на телевизионных рынках во всем мире как путем непосредственной эксплуатации частных телевизионных каналов, так и путем продажи своей продукции национальным частным и общественным телекомпаниям.

Диаграмма 1

Распределение оборота 50 крупнейших мировых аудиовизуальных компаний, 2000 год

4. Помимо девяти гигантов СМИ, существует вторая группа, насчитывающая 60-70 мощных национальных или региональных компаний СМИ с годовым объемом продаж более 1 млрд. долл. США. Конгломераты СМИ существуют также в развивающихся странах, где они сохраняют особенно сильное положение на рынке. Конгломераты СМИ как развитых, так и развивающихся стран все активнее стремятся закрепиться на различных рынках, в особенности в странах, говорящих на том же языке.

5. На возможности поставки аудиовизуальных услуг влияют следующие факторы: a) как правило, высокие постоянные и невозвратные издержки при низких предельных затратах, что дает преимущество странам с крупными внутренними рынками, позволяя им использовать экономию, обусловленную большим масштабом и широкой сферой деятельности; b) наличие талантливых и творческих кадров; c) недостатки функционирования рыночных механизмов с точки зрения побочного воздействия, культурных факторов и защиты прав интеллектуальной собственности; d) значение развития цифровых технологий для различных сегментов отрасли; e) неопределенность спроса и связанные с этим риски, в частности для новой аудиовизуальной продукции и услуг; и f) регулирующий рамочный механизм и политика в области культуры.

A. Структурные особенности рынков кинопродукции и телевизионных рынков

6. Телевизионные компании и компании кинопроката обычно платят лицензионный сбор за право демонстрации какого-либо фильма или телевизионной программы в течение ограниченного периода времени или определенное число раз на оговоренном рынке.

Вместе с тем телевизионная компания может принять участие в финансировании программы, и в дальнейшем она будет участвовать в продаже прав на демонстрацию этой программы другим телекомпаниям. Все большее значение приобретает продажа смежной продукции, в особенности связанной с некоторыми мегафильмами. Сектор телерадиовещания существенно изменился за последнее десятилетие, и теперь он рассматривается в качестве одного из основных компонентов новой экономики. Технологический прогресс способствовал конвергенции телекоммуникационных услуг, Интернет-услуг и аудиовизуальных услуг и открытию новых возможностей для слияний и создания совместных предприятий, что заставило государственные и частные компании быстро осваивать новые услуги в области СМИ.

7. В секторе Интернет-услуг и телекоммуникаций чрезмерные инвестиции, вложенные в развитие инфраструктурных услуг, привели к серьезным последствиям для некоторых телерадиовещательных компаний. После определенного периода, в течение которого крупные компании СМИ стали еще крупнее, инвестировав средства в развитие сетей распространения своей продукции, последствия скандала вокруг компании "Вивенди" могут привести к серии операций по разукрупнению этих же самых мегакомпаний.

8. Средние инвестиции, вкладываемые в производство художественного фильма в Соединенных Штатах, значительно превышают бюджет любого европейского кинофильма. В силу размера внутреннего рынка США с точки зрения окупаемости инвестиций, производимые там кинофильмы будут более конкурентоспособными на других рынках. То же самое относится к телевизионным программам, в случае которых издержки на их производство также могут окупаться на внутреннем рынке. В результате кинофильмы и телевизионные программы США продаются в другие страны по ценам, которые в несколько раз ниже уровня затрат на производство местных телепрограмм.

9. В 2000 году мировой объем производства кинематографической продукции[1] составил 3 540 фильмов, при этом их производство возросло на 21% в Соединенных Штатах, сохранилось на прежнем уровне (93 кинофильма) в Южной Америке, расширилось на 2% в Восточной Азии, а также увеличилось на 12% в Индии благодаря мерам, принятым правительством для открытия киноиндустрии для новых частных инвестиций. На Соединенное Королевство и Францию приходился 61% европейских инвестиций в производство кинофильмов. Доля кинофильмов совместного производства составляла 8% их мирового производства, при этом данный показатель является наиболее высоким в Европе, где он достигает 30%. Соединенные Штаты по-прежнему занимают бесспорное доминирующее положение практически на всех мировых рынках

---

[1] http://www.screeendigest.com/.

художественных фильмов, лишь за некоторыми исключениями. Как следует из диаграммы 2, на многих рынках на кинофильмы и телевизионные программы США приходится более половины совокупного рынка. К редким исключениям относятся, например, Гонконг (Китай), Индия, Нигерия, которым удается стимулировать развитие своих внутренних рынков и которые благодаря емкости их рынков могут обеспечивать конкурентоспособность фильмов отечественного производства по отношению к фильмам США.

10. Согласно оценкам, в 2000 году менее 2% жителей африканских стран смотрели хотя бы один африканский фильм, что неудивительно для региона, который за последние девять десятилетий произвел чуть более 600 художественных фильмов[2]. В настоящее время Южная Африка выпускает по два художественных фильма в год и является крупнейшим производителем фильмов в регионе. На африканском рынке доля фильмов США составляет 70%, тогда как на фильмы стран региона приходится 3%. Наименее развитые страны, несмотря на предпринимаемые ими целенаправленные усилия по развитию местного производства кинофильмов и их распространение через телевизионные сети и на видеокассетах, сталкиваются с серьезными проблемами финансирования. Одной из приоритетных задач НРС является обеспечение телевизионного вещания с общенациональным покрытием при условии получения необходимой технологии и соответствующих инвестиций. В некоторых развивающихся странах в секторе телевизионного вещания преобладают государственные телекомпании, и лишь недавно многие из этих стран приступили к изучению или осуществлению процесса приватизации телевизионного вещания.

---

[2] Joffe and N. Jacklin, "SME development and employment in the cultural sector in the SADC region: The film and TV industries in the SADC region", доклад, подготовленный для МОТ, ноябрь 2001 года.

Диаграмма 2

Источник: ЮНЕСКО и Screen Digest, http://www.screendigest.com/.

11. Определенные виды деловой практики участников рынков кинофильмов и телевизионных программ дают основания для обеспокоенности в связи с возможными антиконкурентными действиями. Заслуживают более внимательного анализа экономические последствия нижеперечисленных мер:

- Система распространения по принципу "окон", которая обеспечивает последовательный выпуск кинофильмов, видеофильмов и телевизионных программ в рамках поэтапного процесса ("окон"), что позволяет реализовывать продукцию на различных рынках в разное время при небольших дополнительных затратах.

- Ценовая дискриминация, которая иногда связывается с демпингом, поскольку первоначальные расходы на производство в значительной степени окупаются на внутреннем рынке, и цены, устанавливаемые на иностранных рынках, слабо связаны с фактическими издержками производства.

- Ограничения на параллельный импорт кинофильмов, видеозаписей и телевизионных программ, используемые для укрепления систем распространения продукции на основе принципа "окон", которые также лежат в основе схем финансирования большинства телевизионных и кинематографических проектов и прав на распространение продукции.

- Ограничительная торговая практика в области международного распространения программ. Например, во многих странах предусматриваются ограниченные изъятия из антитрестовского законодательства в отношении создания и функционирования ассоциаций между предприятиями, которые в противном случае конкурировали бы друг с другом, для осуществления коллективных продаж на экспортных рынках.

- Требования о минимальном периоде демонстрации кинофильмов, устанавливаемые компаниями-распространиителями, что может заставлять мелкие прокатные фирмы отказываться от демонстрации отдельных фильмов и что таким образом может отрицательно сказываться на их коммерческой жизнеспособности.

- Соглашения о реализации продукции, в соответствии с которыми фирмы-распространители требуют от операторов кинотеатров или телевизионных компаний приобретать всю или определенную часть продукции фирмы-распространителя или производителя, вместо того чтобы покупать отдельные программы по мере их выпуска;

- Практика подготовки программных блоков или предложения пакетов кинофильмов или телевизионных программ, используемая международными компаниями-распространителями, в результате чего менее популярная продукция увязывается с продукцией, пользующейся большим спросом.

- Практика установления "эксклюзивных" периодов, используемая крупными компаниями-распространителями кинофильмов, для того чтобы запретить кинотеатрам демонстрировать другие фильмы в другое время дня или в другие дни недели, что оборачивается особенно высокими издержками для мелких независимых кинопрокатных предприятий.

- Отказ предоставить кинофильмы для показа и предусмотренные в контрактах на прокат кинофильмов оговорки об исключительных правах, в соответствии с которыми компания-распространитель может запрещать демонстрацию

потенциальных кассовых кинофильмов первого показа в двух конкурирующих кинотеатрах, если только увеличение аудитории в результате такого одновременного показа не будет достаточно значительным, чтобы это компенсировало как снижение арендной платы за счет выручки, так и дополнительные затраты на тиражирование фильмов. В таких случаях независимые компании-распространители зачастую оказываются в проигрыше, поскольку к тому времени, когда они получают кинофильм для показа, спрос на него уже может снизиться.

B. Музыкальная индустрия

12. Музыкальная индустрия включает изготовление, воспроизведение и распространение записей, представление произведений в живом исполнении, передачу произведений в эфир, прокат записей, передачу произведений по каналам кабельной и спутниковой связи и т.д. В ней участвуют композиторы, авторы текста и исполнители, а также агенты, менеджеры, промоутеры, нотные издательства, записывающие компании, общества по сбору платы в связи с авторскими правами и целый ряд других поставщиков услуг, таких, как владельцы студий, а также пользователи музыкальных произведений и отдельные потребители. На протяжении последних лет мировой объем продаж музыкальных произведений стабилизировался с середины 90-х годов на уровне примерно 40 млрд. долл. США, при этом, как следует из диаграммы 3, 80% мирового рынка

Диаграмма 3

Регион или страна	Доминирующее положение крупных корпораций на музыкальном рынке, доля в процентах, 1995 год
Европа	80
США	72
Латинская Америка	66
Япония	56
Юго-Восточная Азия	34
Китай	20

Источник: The music industry in the New Economy, Report of the Asia-Europe seminar, Lyon 25-28 October 2001, Institute d'Etudes Politiques de Lyon.

контролируется ведущими транснациональными корпорациями Соединенных Штатов, Европы и Японии[3]. В настоящее время на мировую музыкальную индустрию оказывает влияние целый ряд факторов, которые приводят к радикальным изменениям в методах производства, распространения и потребления музыкальных произведений. К основным таким факторам относятся изменения в структуре спроса; существующая структура звукозаписывающей индустрии, в которой на протяжении многих лет наблюдается неизменное господство крупных корпораций, в результате чего независимым звукозаписывающим компаниям все сложнее оставаться конкурентоспособными; пиратство и обеспечение авторских прав; а также влияние электронной торговли и новых цифровых технологий, открывающих перед музыкальной индустрией новые возможности для получения коммерческих доходов. Последние тенденции в данном секторе свидетельствуют о медленном росте на сформировавшихся рынках и более динамичном росте в Восточной Европе, Латинской Америке, Азии, Африке и на Ближнем Востоке. Увеличение расходов на музыку напрямую связано с ростом доходов населения. Вместе с тем расширение музыкальных рынков в развивающихся странах объяснялось в основном увеличением спроса на американскую и европейскую музыку. Хотя исполнители из развивающихся стран добились определенного успеха и признания на международных рынках, коммерческие результаты такого успеха не находят отражения в положительном сальдо торговли в развивающихся странах.

II. ОСНОВНЫЕ ЧЕРТЫ ТОРГОВЛИ АУДИОВИЗУАЛЬНЫМИ УСЛУГАМИ

13. Международная торговля аудиовизуальными услугами включает производство (в том числе обработку и доработку), распространение (в том числе вещание) и воспроизведение кинематографических произведений, телерадиопрограмм и музыкальных записей. Она также включает продажу рекламного времени всеми операторами.

14. С точки зрения торговли сектор аудиовизуальных услуг отличается от всех других секторов инфраструктурных услуг и в большей степени напоминает сети передачи данных, но отличается от них содержанием передаваемой информации. Аудиовизуальные услуги оказывают воздействие на многие другие области, включая образовательное воздействие, связи с товарными рынками и содействие развитию определенных статей экспорта, в частности туризма. В этом контексте Соединенным Штатам удалось занять лидирующее положение на глобальных рынках, и теперь их компании достигли такого качественного уровня и размера, которых нет в других странах мира. В результате дальнейшего расширения деятельности и распределения рисков путем установления контроля за сетями распространения продукции эти компании еще больше укрепляют

---

[3] Alonso Guiomar, Arizpe Lourdes. "Culture, globalization and international trade". Background papers, Vol. I Human Development Report 1999.

свои позиции на рынках, характеризующихся усилением конвергенции, что также в свою очередь способствует укреплению доминирующего положения США. Экономия, обусловленная масштабами деятельности, делает Соединенные Штаты самым конкурентоспособным поставщиком, предлагающим недорогие и привлекательные продукты. Вместе с тем, поскольку культурные, экономические, социальные и политические аспекты неразрывно переплетаются между собой в торговле аудиовизуальной продукцией, остальные страны мира настороженно относятся к такому успеху и воздействию, которое экспорт культуры может оказывать на их общество. Некоторые страны приняли стратегические меры, определяющие торговую политику в данной области (они анализируются ниже).

A. Барьеры в торговле

15. На каждом этапе торговли могут существовать различные барьеры, препятствующие экспорту аудиовизуальной продукции. На *этапе производства* к наиболее распространенным барьерам относятся требования о тиражировании фильмов в данной стране для их последующего показа, а также обязательства об осуществлении дублирования или ввода субтитров в этой стране. Кроме того, в ряде стран существуют требования о том, чтобы иностранные кинокомпании нанимали, по крайней мере, часть актерского состава и съемочной группы среди местных актеров и специалистов.

16. В области *распространения фильмов* участие иностранных компаний во многих случаях ограничивается или даже вообще запрещается. Квоты или импортные лицензии также используются для ограничения количества импортируемых ежегодно иностранных фильмов, и могут устанавливаться максимальные пределы для годового объема переводов доходов от всех иностранных фильмов. При существовании определенных процедур просмотра и одобрения иностранных фильмов, а также при их проверке на цензурное качество и взимании соответствующих сборов может наблюдаться дискриминация в пользу фильмов национального производства. Например, в Канаде запрещается приобретение национальных компаний, занимающихся распространением фильмов, иностранными фирмами и устанавливаются условия в отношении иностранных инвестиций, в частности иностранным компаниям разрешается реализовывать только свои собственные фирменные продукты или для них устанавливаются условия о реинвестировании части своих доходов, получаемых в Канаде. Однако наиболее серьезным барьером для конкуренции на глобальном рынке является вертикальная интеграция в рамках производственно-сбытовых цепочек, созданных крупными студиями США и позволяющих им осуществлять контроль за ресурсами и доступом на рынки.

17. В сфере *продажи и проката видеофильмов* могут устанавливаться требования для прокатных предприятий, предусматривающие определенную минимальную долю местных видеофильмов в общем фонде. Кроме того, может существовать специальная система рейтинга, примером которой является индексная система Германского органа по защите молодежи в секторе ДВД и которая может предусматривать необходимость местной репродукции и распространения в отличие от более экономичной региональной схемы распространения продукции.

18. В большинстве стран всех континентов при *компоновке телевизионных программ* существуют ограничения в отношении программ, произведенных неместными компаниями. В некоторых случаях местными считаются только компании, принадлежащие гражданам страны. Могут устанавливаться квоты для выделения определенного времени для местных или региональных программ, и эти квоты могут применяться без исключения ко всем телевизионным компаниям. Могут также устанавливаться более жесткие квоты применительно к распределению времени массового просмотра, при этом они могут быть различными для кинофильмов, мультипликационных фильмов и популярной музыки. Квоты для местных программ могут различаться в зависимости от вида телевизионных компаний, например в отношении специализированных и кабельных телевизионных компаний и компаний, обеспечивающих прямой прием спутникового вещания на домашние телевизоры, могут применяться квоты, определяющие количество иностранных программ на канал или максимальное количество таких каналов в общем пакете; ретрансляция иностранных программ через спутники может ограничиваться установлением определенной квоты в рамках общего числа действующих каналов и т.д. В Австралии платные телевизионные каналы, у которых драматические программы составляют более 50% эфирного времени, обязаны расходовать 10% своего бюджета для программ на новые драматические программы австралийского производства. Помимо ограничения времени в телевизионном эфире, могут устанавливаться ограничения или запреты на иностранные инвестиции в сети и компании наземного телевизионного вещания. Во многих странах сохраняются ограничения в отношении участия иностранных инвесторов в любых телевизионных компаниях или конкретно в телевизионных компаниях и компаниях, производящих телепрограммы, в секторе кабельного и спутникового вещания. Например, в Соединенных Штатах участие иностранных фирм в телевизионном секторе ограничивается 25%.

Диаграмма 4

Доля местных программ в телевизионных программах стран региона САДК, 2001 год

Страна	Ангола	Ботсвана	Лесото	Малави	Мозамбик	Намибия	Южная Африка	Свазиленд	Танзания	Замбия	Зимбабве
Доля в процентах	63	60	Данных нет	8-25	60	30	35-55	Данных нет	75-90	Данных нет	50
Количество часов эфирного времени в день	17,5	3	1	24	Данных нет	24	24	24	Данных нет	7	18

Источник: A. Joffe and N. Jacklin,SME development and employment in the cultural sector in the SADC region, 2001.

19. Аналогичным образом, в секторе радиовещания также устанавливаются требования в отношении доли местных программ, например, в Канаде и Франции, где такие требования могут различаться для общественных или частных, платных компаний эфирного или кабельного вещания.

20. В случае кинотеатров часто применяются квоты в отношении демонстрации фильмов на большом экране. Такие квоты могут предусматривать обязательный показ местных фильмов в течение определенного числа дней в году или определенную долю местных фильмов по отношению к иностранным фильмам, либо может устанавливаться доля мест и кинозалов для показа фильмов местного или регионального производства, как это имеет место в Италии. В некоторых европейских странах признается существование проблемы концентрации собственности в секторе кинотеатров и их вертикальной интеграции с компаниями, занимающимися распространением фильмов. Для решения этой проблемы в некоторых случаях отдается предпочтение тем компаниям-распространителям, которые уделяют приоритетное внимание поставке европейских фильмов в кинотеатры.

B. Культура и торговля

21. Представленный выше обзор отражает реальность, заключающуюся в том, что в большинстве стран в аудиовизуальном секторе применяются меры, направленные на защиту их культурной самобытности. Это свидетельствует о том, что задачи в области культуры и цели торговой политики во многих случаях противоречат друг другу. Аудиовизуальные услуги рассматриваются в качестве формы выражения социальных, политических, экономических и торговых соображений, а также в качестве инструмента, гарантирующего другие ценности общества, такие, как плюрализм и демократия. В силу

двойного характера этих услуг особенно важное значение имеет понимание преимуществ постепенной либерализации. Вряд ли можно ожидать, что страны будут стремиться к проведению дальнейших многосторонних переговоров по аудиовизуальному сектору, если они не будут уверены в том, что их неторговые интересы найдут должное отражение в их специфических обязательствах. При развитии торговли следует учитывать необходимость оказания поддержки отечественному производству и обеспечения культурного разнообразия.

C. Значение торговли аудиовизуальными услугами в развивающихся странах

22. Многие развивающиеся страны из всех регионов мира превратились в региональных и мировых экспортеров кинофильмов и телевизионных программ. Вместе с тем развивающиеся страны являются относительно новыми участниками международной торговли в этом секторе, и их потенциальные выгоды во многих случаях ограничены, поскольку он сталкиваются с устоявшейся структурой мирового рынка и регулирующими положениями на национальном уровне, которые сформировались главным образом под влиянием торговых трений между Соединенными Штатами и европейскими странами. С другой стороны, аудиовизуальный сектор оказывает минимальное воздействие на жизнь подавляющего большинства населения в менее развитых странах. Они нуждаются в поддержке со стороны правительства и создании соответствующих возможностей, для того чтобы они могли развивать свою культуру и культурную жизнь. Почему же торговля аудиовизуальными услугами имеет важное значение для развивающихся стран, если она затрагивает лишь небольшой сегмент их населения? Как показывает опыт, в тех случаях, когда, например, процветает коммерческая музыкальная индустрия, принадлежащая местной общине, получаемые доходы распределяются на низовом уровне и способствуют дальнейшему развитию продукции в сфере культуры. Исходным механизмом для коммерческой реализации местных музыкальных произведений может во многих случаях служить инфраструктура, созданная для импорта музыки. Однако в определенный момент импорт иностранной продукции может прекратить приносить выгоды для собственной культуры страны, и может возникнуть эффект замещения. Для снижения такого эффекта должны быть созданы соответствующие инструменты на национальном и, возможно, международном уровнях.

D. Инвестиции в аудиовизуальном секторе

23. В рамках общей политики привлечения инвестиций в ряде стран были приняты конкретные меры, касающиеся аудиовизуального сектора. В плюралистических обществах инвестиции в аудиовизуальные услуги в целом поощряются в целях защиты плюрализма, предотвращения процесса концентрации в сфере СМИ и сохранения

нишевых сегментов для независимых производителей и их продукции. Различные стратегии, принятые странами в области иностранных инвестиций, принесли сходные результаты. Канада успешно обеспечивает защиту своей аудиовизуальной индустрии, используя осторожный подход к допуску иностранных инвестиций, с тем чтобы часть инвестиций в этом секторе была канадской. В отличие от этого, в Германии сохраняется открытый режим для инвестиций, однако две основные национальные компании, а именно "Бертельсманн" и "Кирш груп" (до ее недавнего банкротства), контролировали 90% телевизионного рынка, не сталкиваясь с дополнительной конкуренцией со стороны иностранных инвесторов.

24. При ограниченных иностранных инвестициях в аудиовизуальном секторе большинство развивающихся стран вынуждены искать другие способы финансирования своих усилий по выходу на международные рынки. Основные проблемы, которые им необходимо решить, связаны с распространением их продукции и нахождением финансирования. Опыт Сенегала свидетельствует о том, что для национальных музыкантов одной из возможностей является заключение контрактов о совместном производстве с певцами из Соединенных Штатов и стран ЕС, пользующимися международной известностью. Это позволяет им выяснить способы получения доступа к каналам распространения, получить известность на международном уровне и начать продавать свои собственные записи. Кроме того, местные банки начинают проявлять готовность к предоставлению кредитов музыкантам, поскольку они больше не рассматривают их в качестве сектора с высоким уровнем риска.

E. Перемещение лиц

25. Артисты относятся к тем немногим профессиям, представители которых пользуются относительно свободным режимом перемещения через границы многих стран. Вместе с тем перемещение физических лиц в качестве формы торговли услугами выходит за рамки вопроса о найме иностранных директоров, актеров или лиц аналогичных профессий. Важно обеспечить доступ на рынки для всех членов группы, осуществляющей съемки фильма в другой стране. Хотя страны, как правило, предоставляют преференциальный режим и делают изъятия из обычных процедур применения иммиграционного законодательства, как представляется, не существует международного механизма, обеспечивающего беспрепятственное перемещение лиц, работающих в творческой аудиовизуальной индустрии. Переговоры в рамках ВТО пока принесли лишь ограниченный успех с точки зрения принятия развитыми странами на себя обязательств в области перемещения всех категорий лиц, участвующих в поставке услуг.

F. Размер рынка

26. Успех кинематографической промышленности США отчасти объясняется ее размером и возможностями для окупаемости производственных затрат на внутреннем рынке. Такие структурные особенности позволяют ей предлагать свою продукцию по ценам, которые пока не могут себе позволить другие международные производители. Как представляется, существует слабая связь между производственными издержками и стоимостью распространяемой продукции. Для производителей в третьих странах, которые конкурируют на одном и том же рынке с производителями США и которые нуждаются в получении доходов от продажи своей продукции на международных рынках для покрытия произведенных инвестиций, подобное положение означает неравные "условия игры". Даже в музыкальной индустрии музыканты из развивающихся стран могут производить свои записи внутри страны, однако им необходимо реализовывать ее на иностранных рынках, для того чтобы окупить произведенные инвестиции, поскольку внутренние рынки являются слишком узкими с точки зрения покупательной способности. Размер рынка может определять возможности страны для развития своей аудиовизуальной индустрии, включая ее экспортный потенциал. Все страны заинтересованы в сохранении возможностей для местного производства, направленного на выпуск национальной/местной культурной продукции. Для сохранения таких возможностей для местного производства, возможно, требуется принятие соответствующих мер на национальном и, возможно, международном уровнях. Основная задача заключается в том, чтобы эти меры не оборачивались протекционизмом и чтобы содействие развитию местного производства в таких условиях действительно способствовало сохранению национальной культуры.

G. Правительственная поддержка

27. Как известно, европейская модель характеризуется системой субсидий, а также важным значением, которое многие европейские страны придают общественному вещанию. В рамках программы Европейского союза по финансированию СМИ, призванной содействовать подготовке кадров и развитию, распространению и поощрению европейской кинематографической и аудиовизуальной индустрии, предусматривается бюджет в размере 400 млн. евро на период 2001-2005 годов. Она подкрепляется новыми финансовыми механизмами Европейской комиссии и Европейского инвестиционного банка, которые оказывают финансовую помощь и более общую поддержку данному сектору. Европейский инвестиционный банк должен финансировать среднесрочные и долгосрочные инвестиции, содействовать укреплению акционерной базы и предоставлять гарантии для малых и средних предприятий. Более 500 млн. евро будет направлено на

Страны	**Государственное финансирование, 2001 год**
Южная Африка	1,5 млн. долл. США
Зимбабве	600 000 долл. США
Намибия	500 000 долл. США
	Государственное финансирование, 1996 год
Аргентина	53,4 долл. США
Чили	900 000 долл. США
Колумбия	110 000 долл. США
Мексика	2,5 млн. долл. США
Венесуэла	5,3 млн. долл. США

развитие частной и общественной инфраструктуры. Вместе с тем в сравнении с бюджетами, выделяемыми для производства телевизионных программ и кинофильмов в Соединенных Штатах, значение европейских субсидий является менее актуальным с точки зрения торговли, чем это может представляться из того внимания, которое уделяется данному вопросу. Эти субсидии являются существенными, но не с точки зрения подрыва конкурентоспособности других компаний. Важное значение имеет их использование для целей подготовки кадров, что, вероятно, относится и ко многим развивающимся странам. Субсидии направлены на развитие творчества, подготовку необходимых кадров, включая управленческие кадры, и обеспечение разнообразия культурной продукции. Субсидии в сфере производства и распространения аудиовизуальных произведений предназначены оказать поддержку в основном мелким европейским компаниям, которые в противном случае не имели бы средств для надлежащей реализации своей продукции на рынке. Фактически это иллюстрирует функции, которые должны взять на себя государственные учреждения в развивающихся странах, намеревающихся содействовать развитию своей собственной индустрии. Однако в качестве одного из основных инструментов развития субсидии имеют свои ограничения, в особенности с учетом того, что многим развивающимся странам прежде всего необходим доступ к новым технологиям, а субсидии могут быть менее эффективным средством для решения этой задачи. Другие инструменты, такие, как налоги и ставки тарифов, пока, как представляется, не играют существенной роли. Поэтому создание возможностей для развития отечественной отрасли будет, по всей видимости, по-прежнему в большей степени зависеть от регулирующих положений, чем субсидий. В данном отношении может сохранять свою актуальность финансирование общественного телевизионного вещания. Общественное вещание не следует путать с государственным вещанием, которое может превращаться в препятствие для развития. Фактически в условиях повышения роли спутникового телевидения многонациональная продукция будет доступна всем зрителям, и больше не останется места для государственного вещания. В то же время приватизация телевизионного вещания не исключает

необходимости сохранения общественного телевидения, как показывает опыт большинства европейских стран, где общественное телевизионное вещание остается основным элементом. Развивающиеся страны должны не просто заменить общественное вещание частным телевидением, а им следует работать над улучшением его качества на основе регионального сотрудничества и поддержки производства региональных программ.

H. Региональное сотрудничество

28. Один из интересных вопросов заключается в том, может ли региональное сотрудничество и интеграция содействовать преодолению ограничений, связанных с небольшим размером отдельных рынков. Европейский союз использовал создание "европейской аудиовизуальной зоны" для того, чтобы содействовать развитию европейской аудиовизуальной индустрии и укреплению ее международной конкурентоспособности. Южная Африка предпринимает в настоящее время усилия для создания минимальных необходимых условий, для того чтобы закрепиться в регионе Сообщества по развитию южной части Африки (САДК), в котором аудиовизуальные услуги были определены в качестве приоритетного сектора для региональной интеграции. По результатам этих усилий можно будет судить о том, может ли подход, принятый в ЕС, служить моделью для стран САДК. Вместе с тем страны ЕС не создали единого рынка продукции в сфере культуры. В некоторых случаях европейские потребители, возможно, лучше воспринимают аудиовизуальную продукцию, произведенную в США, чем продукцию других европейских стран. Для более слабых развивающихся стран может казаться недостаточно одной лишь региональной интеграции и сотрудничества. Международные рынки должны быть связаны с рынками наиболее уязвимых и наименее развитых стран из числа развивающихся стран на основе партнерства и налаживания каналов распределения в развивающихся странах. Региональная интеграция может способствовать созданию необходимых возможностей и пространства для рентабельной торговли продукцией и развития других форм сотрудничества и обменов. В то же время в ряде развивающихся стран охват аудиовизуальными услугами эмиграционных общин оказался коммерчески неоправданным мероприятием из-за возникающих дополнительных затрат, в частности затрат, связанных с технологическими барьерами, поскольку не существует единого стандарта, даже в Европе.

I. Влияние новых технологий и стандартов

29. Развитие электронной торговли и информационно-коммуникационных технологий, безусловно, способствует расширению торговли. Обмен аудиовизуальными файлами в рамках региональных сетей позволяет изготовителям аудиовизуальных произведений,

находящимся в различных местах, работать одновременно и быстро, что способствует расширению совместного производства. Однако страны могут остаться за пределами такой производственной цепочки, если по каким-либо причинам они не имеют спутниковой связи или доступа к новейшему компьютерному программному обеспечению и т.д. На внутренних рынках открываются нишевые рынки, например, появляются специализированные телецентры, работающие на небольшую аудиторию, расширяется доступ к радиостанциям и создаются возможности загрузки музыкальных произведений из Интернета, - все эти факторы, как представляется, увеличивают возможности для выхода продукции развивающихся стран на рынки развитых стран. Технология оказывает неодинаковое воздействие на различные сегменты аудиовизуального рынка, и развивающиеся страны тоже по-разному реагируют на соответствующие факторы в данном отношении. Интересно отметить, что внедрение новых технологий приводит к увеличению инвестиций и расходов на новое оборудование и технологии, при этом меньше ресурсов остается на развитие содержания аудиовизуальных произведений. Кроме того, правительствам развитых и развивающихся стран, возможно, следует помогать отдельным сегментам отрасли в процессе их приспособления к условиям новых цифровых технологий. Технологии оказывают также влияние на регулирующие положения, делая еще более сложным процесс регулирования и вызывая необходимость определения наиболее эффективных инструментов, в особенности в условиях переплетения телевизионного вещания и Интернета. В связи с этим возникает также обеспокоенность по поводу трудностей, с которым сталкиваются развивающиеся страны при осуществлении контроля за аудиовизуальным пространством, с тем чтобы избежать такой ситуации, когда может возникнуть угроза для их политики в области составления телевизионных программ. Новые широкополосные технологии могут сделать неэффективной систему квот, которую используют многие страны для компоновки телевизионных программ. Для содействия увеличению доли местной продукции в аудиовизуальных произведениях, возможно, требуется новый подход к регулированию вопросов культуры в условиях цифровой среды.

30. Вместе с тем новые технологии усиливают тенденцию к внедрению различных стандартов. Даже в Европе не была достигнута договоренность о едином стандарте для технологии в аудиовизуальном секторе. Некоторые технические стандарты претерпели со временем изменения, тогда как другие стандарты были установлены с учетом определенных коммерческих интересов, что в конечном счете привело к сегментации рынка и превратилось в важный инструмент коммерческих стратегий. Кроме того, новые стандарты могут требовать применения соответствующей технологии, которая во многих случаях имеется, по крайней мере первоначально, в стране, разработавшей и установившей такие стандарты. С другой стороны, существование различных стандартов, по всей видимости, влияет на производственно-сбытовой потенциал на рынках,

разделенных по соответствующим стандартам. Трудности, возникшие в последнее время в Соединенных Штатах в связи с внедрением нового стандарта цифровых технологий в сфере телевизионного вещания, продемонстрировали важную роль, которую должны играть правительства в данной области.

III. ВОПРОСЫ АУДИОВИЗУАЛЬНЫХ УСЛУГ В ВТО

A. Аудиовизуальные услуги в ГАТС

31. Вопросы аудиовизуальных услуг регулируются в Генеральном соглашении ВТО по торговле услугами (ГАТС) на основе принятой в рамках Соглашений классификации услуг GNS/W/120. В этой классификации такие услуги относятся к четвертому подсектору в рамках сектора 2 "Коммуникационные услуги" и включают следующие разделы: "D. Аудиовизуальные услуги: a) услуги по производству и распространению кино- и видеофильмов (Классификация основных продуктов (КОП) 9611), включая услуги по продвижению на рынки и рекламные услуги; b) услуги по демонстрации кинофильмов (КОП) 9612), включая демонстрацию видеофильмов; c) услуги в области радио- и телевидения (КОП) 9613): включая подготовку объединенных программ; d) услуги по трансляции радиопередач и телевизионных программ (КОП) 7524); e) звуковая запись (отсутствует в КОП); f) прочие услуги". С другой стороны, владение кинотеатрами может относиться к "услугам в области развлечений, культуры и спорта", а владение пунктами проката видеофильмов - к "розничным услугам".

32. В ходе переговоров Уругвайского раунда по услугам были рассмотрены концепции ГАТС с точки зрения их применимости к сектору аудиовизуальных услуг. В то время проявились серьезные разногласия по поводу предложения о включении в Соглашение по услугам "изъятия в отношении сферы культуры". Европейские сообщества предложили включить отдельное приложение по сектору аудиовизуальных услуг, с тем чтобы члены ВТО могли сохранить за собой право дифференцировать аудиовизуальную продукцию на основе ее происхождения, что представляло бы собой отход от принципа НБН. Такое приложение допускало бы возможность установления количественных ограничений, например в отношении времени демонстрации, а также установления требований в отношении доли местной продукции или субсидирования местных услуг. Развивающиеся страны в принципе поддержали предложение о разработке приложения и согласились с необходимостью включения изъятий, основанных на культурных ценностях. Они также признали, что доступ к рынкам и национальный режим для их услуг в контексте статьи IV ГАТС будут зависеть от других факторов, например от их фактического доступа к соглашениям о совместном производстве. История ГАТС свидетельствует о том, что аудиовизуальные услуги являются, вероятно, наиболее сложной и болезненной темой для

участников переговоров. Фактически переговоры по этому сектору откладывались вплоть до года присоединения ряда последних членов ВТО. В конце Уругвайского раунда вышеупомянутые предложения ЕС о включении в ГАТС "изъятия в отношении сферы культуры" вызвали серьезный кризис. В связи с возражением Соединенных Штатов ЕС, Канада, Индия и многие другие страны просто сделали изъятие из принципа НБН в отношении аудиовизуальных услуг и не включили в свои перечни обязательства в данном секторе; фактически этот сектор относится к секторам с наименьшим числом обязательств в перечных обязательств стран в рамках ГАТС. "Изъятия в отношении сферы культуры" содержатся в региональных (например, НАФТА) и двусторонних (например, между Канадой и Чили) торговых соглашениях. Такой подход отражает обеспокоенность многих стран по поводу того, что культура может рассматриваться в качестве товара, и определенным образом свидетельствует об их стремлении защитить свою культуру.

Вставка 1

Основные концепции ГАТС

В ГАТС регулируются вопросы торговли в рамках следующих четырех способов поставки услуг: 1) *трансграничная поставка услуг* (услуги, поставляемые поставщиком, находящимся в одной стране, потребителю, находящемуся в другой стране, например, в случае прямой трансляции телевизионных программ за рубеж); 2) *потребление за границей* (потребитель или его собственность получают услугу в другой стране, например, в случае съемки фильма в определенном месте за границей); 3) *коммерческое присутствие* (временное или постоянное обоснование в другой стране путем размещения инвестиций, например, совместное производство кинофильма за границей); 4) *присутствие физических лиц* (физические лица временно перемещаются в другую страну для поставки услуги, например, иностранная съемочная группа снимает фильм для местной киностудии). ГАТС призвано содействовать постепенному устранению барьеров в торговле услугами для обеспечения доступа к рынкам и национального режима в отношении всех способов поставки услуг в ходе последовательных раундов переговоров. ГАТС основывается на принципах режима наиболее благоприятствуемой нации (НБН), или недискриминации, и транспарентности и направлено нерасширение участия развивающихся стран в торговле услугами. Один из вопросов ГАТС, представляющих наибольшую актуальность для аудиовизуальных услуг, касается переговоров по специфическим обязательствам в рамках национального режима (статья XVII). В ГАТС не определены конкретные виды ограничений, которые страны могут согласовывать в рамках данной статьи. Однако требования о доле местной продукции и внутренняя поддержка местных производителей являются наиболее распространенными примерами мер, подпадающих под положения о национальном режиме.

B. Вопросы, регулируемые одновременно ГАТС и ГАТТ

33. Аудиовизуальные услуги являются единственным сектором услуг, который был упомянут в первоначальном тексте ГАТТ в его статье IV, что сделало возможным сохранение квот в отношении демонстрации фильмов и резервирование времени для фильмов отечественного производства. Это было единственным случаем, когда в рамках положений ГАТТ о режиме НБН допускалось применение количественных ограничений, и такие ограничения были признаны в статье III (10) ГАТТ, посвященной национальному режиму. Данное положение ГАТТ применялось только в отношении квот на демонстрацию кинофильмов и, как представляется, не распространялось на телевизионные, радио- и другие сегменты аудиовизуальных услуг. Со временем вопрос об изучении связей между соглашениями по товарам и по услугам приобрел еще большую актуальность так же, как и необходимость обеспечения предсказуемости и определенности в применении многосторонних торговых норм. Самые последние дела, рассматривавшиеся в рамках процедуры урегулирования споров в рамках ВТО, в частности, дела, касавшиеся периодических изданий (в отношении Канады) и бананов (с последствиями для соглашений между ЕС и странами АКТ), свидетельствуют о том, что одна и та же мера может подпадать под сферу действия обоих соглашений, а именно ГАТТ и ГАТС. Аудиовизуальная индустрия все в большей степени основывается на поставке услуг, однако поскольку все эти услуги связаны с торговлей товарами и зависят от торговли товарами, возможное применение норм ГАТС может иметь довольно серьезные последствия. В результате сохраняются возможности для споров в рамках обоих соглашений. В условиях недостаточной предсказуемости в применении норм может потребоваться принятие решений группой экспертов ВТО в отношении толкования национальной политики в данной сложной области.

C. Проводимые в настоящее время переговоры по услугам

34. В ГАТС предусмотрено проведение новых переговоров по услугам, которые были начаты в январе 2000 года. Переговоры охватывают без исключения все секторы услуг, и в области аудиовизуальных услуг было представлено три новых предложения Соединенными Штатами[4], Бразилией[5] и Швейцарией[6]. Эти предложения были вынесены для обсуждения на многосторонней основе, однако пока был проведен лишь ограниченный и не очень содержательный обмен мнениями и информацией о позициях

---

[4] Документ ВТО S/CSS/W/21.

[5] Документ ВТО S/CSS/W/99.

[6] Документ ВТО S/CSS/W/74.

сторон. Суть трех предложений заключается в следующем: Швейцария выступает за разработку секторального приложения, предложение Бразилии касается вопросов конкуренции, а предложение США направлено на разработку секторальной договоренности по вопросу о субсидиях. С июня 2002 года члены ВТО приступили к процессу направления двусторонних запросов в отношении доступа на рынки своих торговых партнеров. Ряд членов ВТО включали сектор аудиовизуальных услуг в свои запросы. К концу марта 2003 года члены ВТО должны представить первоначальные предложения по этим запросам и должно быть принято первоначальное решение о том, следует ли включать аудиовизуальные услуги в проводимые переговоры по ГАТС и каким образом.

35. Предложения, представленные в рамках переговоров по ГАТС, позволили выявить важные вопросы, касающиеся минимальных условий, которые необходимы для содействия постепенной либерализации торговли аудиовизуальными услугами. Однако этих условий может быть недостаточно, для того чтобы учесть интересы более слабых участников торговли, которые не смогли закрепиться на глобальных или региональных рынках аудиовизуальных услуг. В процессе определения условий, необходимых для достижения сбалансированного распределения выгод от либерализации торговли на секторальном уровне, все большее значение приобретают вопросы конкуренции. Важно начать дискуссии по вопросам конкуренции в области услуг (или на уровне конкретных секторов), а также по вопросу о том, обеспечит ли само по себе существование таких правил "ровное игровое поле" для малых и крупных развитых и развивающихся стран. В то же время концепция технологической нейтральности, которая впервые была предложена в рамках переговоров по ГАТС применительно к сектору основных телекоммуникационных услуг, стала теперь рассматриваться и в контексте аудиовизуальных услуг. Однако существуют сомнения относительно применимости данной концепции к сектору аудиовизуальных услуг. В принципе концепция технологической нейтральности предполагает, что нормы, регулирующие данный сектор, применяются независимо от используемых конкретных технологий, т.е. независимо от конкретных носителей информации, однако это сложно представить в секторе аудиовизуальных услуг, в случае которых, в отличие от телекоммуникационных услуг, используемая технология влияет на содержание передаваемой информации. В области субсидий необходимо определить субсидии, оказывающие деформирующее воздействие на торговлю, а также "разрешенные" субсидии. В представленных предложениях, как представляется, обходится стороной вопрос о первой группе субсидий, которые могут оказывать особенно отрицательное воздействие на торговлю. С другой стороны, следует осторожно подходить к "разрешенным" субсидиям, с тем чтобы не препятствовать использованию государственного финансирования в развивающихся странах для удовлетворения в будущем их потребностей в области развития. В предложении

Бразилии обосновывается необходимость учета возможных торговых трений в области услуг и изучение вопроса о том, как нормы ГАТС могут или не могут способствовать их урегулированию. В случае возникновения торговых трений применяются такие инструменты, как антидемпинговые меры, однако они не позволяют обеспечить взаимоувязанного учета вопросов культуры и экономических аспектов. Те, кто занимаются разработкой политики, призваны обеспечить, чтобы механизмы ГАТС были достаточно гибкими для сбалансированного учета целей политики в сфере культуры и задач торговли. Особое внимание в этом отношении следует уделить работе по укреплению принципов ГАТС в отношении внутреннего регулирования, поскольку такое регулирование, включая вопросы лицензирования аудиовизуальных услуг, остается в настоящее время, вероятно, основным инструментом политики в аудиовизуальном секторе[7].

36. В Соглашении предусматривается также проведение переговоров по нормам ГАТС, в частности в отношении чрезвычайных защитных мер, правительственных закупок и субсидий. Ни в одной из этих областей не были разработаны многосторонние принципы, несмотря на важное значение, которое развивающиеся страны придают ряду таких вопросов. Вместе с тем в области субсидий, вероятно, может быть достигнут прогресс, если аудиовизуальный сектор будет действительно включен в специфические обязательства. Кроме того, переговоры по аудиовизуальным услугам могут оказать также положительное воздействие на переговоры о чрезвычайных защитных мерах, что признается в предложении, представленном Бразилией. Показательным прецедентом в этом отношении может служить Флорентийское соглашение[8], принятое под эгидой ЮНЕСКО и направленное на обеспечение свободного распространения материалов в сфере культуры, включая аудиовизуальные материалы. В Соглашении и протоколе к нему предусматривается защитный механизм, позволяющий странам не допускать импорта, который может наносить ущерб развитию их национальной продукции в сфере культуры так же, как и в рамках существующего в ВТО механизма чрезвычайных защитных мер. Однако в данном случае охватываемая продукция включает кинофильмы, видеофильмы, звуковые записи, средства мультимедиа и другую аналогичную продукцию, предназначенную для коммерческих целей.

---

[7] Michael A. Wagner, GATS and Cultural Diversity, Diffusion 2002/1, pp. 33-35.

[8] Соглашение было подписано в 1950 году и обновлено в 1976 году с принятием Найробийского протокола. К 2000 году Соглашение ратифицировали 94 договаривающиеся стороны.

37. В ходе предыдущих переговоров члены предпочли использовать секторальные решения для разработки норм в приоритетных областях в отличие от разработки горизонтальных норм, в отношении которых сложно достичь прогресса. В области основных телекоммуникационных услуг был разработан базовый документ вместо укрепления положений ГАТС по вопросам конкуренции. В рамках переговоров по аудиовизуальным услугам, возможно, также требуется обсудить и признать позитивные меры в интересах малых стран с учетом их ограниченных возможностей для развития экспортного потенциала и проблем, с которыми они сталкиваются, пытаясь обеспечить конкурентоспособность своей различной аудиовизуальной продукции на внутренних рынках.

D. Другие вопросы, которые могут иметь важное значение для переговоров в рамках ГАТС

38. Содействие развитию торговли является одной из приоритетных задач развивающихся стран, к которым, однако, относится также развитие и защита своей культуры. ГАТС представляет собой многосторонний рамочный механизм для постепенной либерализации торговли, и остается открытым вопрос о необходимости других международных договорных инструментов, призванных обеспечить сохранение культурного разнообразия на глобальном уровне. Во время Конференции министров ВТО в Дохе был достигнут ощутимый прогресс в обеспечении сбалансированности интересов в рамках Соглашения по ТАПИС, в частности в отношении доступа к основным лекарственным препаратам для бедных слоев населения в развивающихся странах. Теперь имеется прецедент, свидетельствующий о том, что задачи здравоохранения взяли верх над интересами торговли. Такого же рода вопросы возникают при обсуждении задачи обеспечения культурного разнообразия и ее конфликта с интересами торговли. 2 ноября 2001 года ЮНЕСКО приняла Всеобщую декларацию о культурном разнообразии, в которой предлагается первое международное определение культурного разнообразия. Вместе с тем пока еще не приняты правовые нормы для договоренностей и режима, касающегося культурного разнообразия. Кроме того, еще более сложной задачей является установление взаимосвязей между концепцией культурного разнообразия и международными торговыми соглашениями. Вопрос о разработке нового международного правового инструмента, посвященного вопросу о культурном разнообразии, для обеспечения устойчивых связей между задачами культуры и торговли рассматривается рядом стран, придерживающихся сходных позиций. Подобный инструмент мог бы обеспечить защиту культурного разнообразия и соответствующей внутренней политики, поскольку вряд ли механизм ВТО является надлежащим форумом для обсуждения и решения таких вопросов.

IV. ИНТЕРЕСЫ И ЗАДАЧИ РАЗВИВАЮЩИХСЯ СТРАН

39. Изучение связанных с торговлей вопросов аудиовизуальных услуг проводится на фоне переговоров по ГАТС и поэтому служит весьма своевременным подспорьем, помогающим определить пути расширения участия развивающихся стран в мировой торговле. В контексте процесса ГАТС эксперты, возможно, сочтут целесообразным оценить дальнейшие перспективы в развитии режима торговли аудиовизуальными услугами. Какие условия необходимы для достижения прогресса в данной области? Торговля аудиовизуальными услугами относится к числу основных вопросов, волнующих многие развивающиеся страны, и в этой связи возникает вопрос о том, какую позицию им следует занять для того, чтобы воспользоваться преимуществами глобализации и расширяющихся рынков. Практически все страны сталкиваются со сходной ситуацией, характеризующейся доминирующим положением небольшой группы поставщиков на рынках, и в этих условиях они принимают меры на национальном уровне или выдвигают другие инициативы на международном уровне вместо того, чтобы искать решения в рамках механизмов многосторонней торговли. Какие возможности имеются в распоряжении развивающихся стран на международном уровне для согласования явно противоречащих друг другу целей торговли и задач в сфере культуры?

40. В процессе постепенной либерализации развивающиеся страны могут устанавливать условия в отношении открытия своих рынков в соответствии со статьей XIX ГАТС. Конкретные меры, которые могут разрабатываться и применяться в данном отношении, связаны прежде всего с задачей развивающихся стран по сохранению своей национальной аудиовизуальной индустрии в качестве средства распространения национальных исторических и культурных ценностей на национальном уровне независимо от того, выступают ли они импортерами или экспортерами этих услуг. Во всех регионах мира все большее значение приобретают региональное сотрудничество и торговые соглашения. Каким образом развивающиеся страны могут обеспечить взаимоусиливающий эффект усилий по поощрению региональных культурных обменов и торговли аудиовизуальной продукцией с помощью региональных преференций?

41. Очень небольшое число стран осуществили либерализацию своих аудиовизуальных рынков, поскольку в большинстве стран этот сектор относится к числа "чувствительных" и страны не хотят рассматривать культуру в качестве одного из вопросов торговли. Каким образом развивающиеся страны могут получить выгоды от торговли аудиовизуальными услугами и каковы возможные последствия либерализации торговли для их экономического роста и развития?

42. Страны обязались провести переговоры в рамках ГАТС о постепенной либерализации всех секторов услуг, включая аудиовизуальные услуги. Трудность достижения прогресса в секторе аудиовизуальных услуг связана с особенностями этого сектора, и механизм ГАТС, возможно, не позволяет достаточно полно учесть специфику сектора. Для обеспечения прогресса на переговорах в рамках ГАТС необходимо достичь договоренности в рамках данного сектора, предусматривающей механизм для учета интересов и задач стран. В ходе переговоров может быть разработан протокол, предусматривающий нормы для использования субсидий, защиты прав интеллектуальной собственности, защиты культурных ценностей путем обеспечения связей с соответствующими соглашениями по вопросам культуры и эффективного осуществления статей IV и XIX:2 ГАТС. Такое секторальное соглашение могло бы содержать положения, касающиеся таких вопросов, как антидемпинговая практика, выступающая препятствием для фактического доступа развивающихся стран к рынкам. Конкретный учет потребностей развивающихся стран способствовал бы созданию общих условий, необходимых для их активного участия в мировой торговле аудиовизуальными услугами.