

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к проекту федерального закона
«О внесении изменения в статью 14 Федерального закона «О рекламе»

Законопроект направлен на защиту телезрителей от чрезмерного количества рекламы в период с 18 до 23 часов.

Реклама является основным видом дохода телеканалов. Доходы от рекламы являются условием нормального функционирования телеканалов, позволяют создавать качественные телепередачи, внедрять современные технологии, увеличивать охват аудитории и создавать рабочие места.

Учитывая, что распространение рекламы в телепрограммах осуществляется независимо от желания телезрителей и препятствует просмотру телепередач, законодательством установлены особые требования к размещению рекламы в телепрограммах и телепередачах.

В соответствии с частью 4 статьи 14 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» не допускается прерывать рекламой и совмещать с рекламой способом «бегущей строки» религиозные телепередачи и любые другие телепередачи продолжительностью менее 15 минут. Они могут прерываться спонсорской рекламой только непосредственно в начале и непосредственно перед окончанием при условии, что общая продолжительность такой рекламы не превышает 30 секунд.

Запрет на распространение рекламы существует в телепередачах, транслируемых в соответствии с Федеральным законом «О порядке освещения деятельности органов государственной власти в государственных средствах массовой информации», а также в дни траура, объявленные в Российской Федерации.

Несмотря на существующие ограничения распространения рекламы, опросы показывают, что современным состоянием рекламы на телевидении удовлетворены лишь 5% опрошенных. Подавляющее большинство респондентов (более 80%) считает, что реклама на телевидении занимает слишком много времени. Реклама не просто отнимает время у человека, но и

разрушает впечатление от просмотра художественного фильма или телепередачи, препятствует целостному восприятию информации.

Столь низкая удовлетворенность телезрителей рекламой свидетельствует не только о необходимости повышения качества услуг телевизионного вещания, особенно в условиях развития цифрового телевидения и расширения количества телевизионных каналов для просмотра, но и о необходимости в целях защиты граждан от чрезмерной рекламы дополнительного её правового регулирования на общероссийских телевизионных каналах.

О необходимости совершенствования действующего законодательства в части ограничения распространения рекламы на общероссийских телевизионных каналах указывал и Президент Российской Федерации Владимир Путин на встрече с представителями Общероссийского народного фронта.

С учетом изложенного, законопроектом предлагается внести изменение в часть 4 статьи 14 Федерального закона «О рекламе», дополнив ее положением, согласно которому запрещается прерывать рекламой и совмещать с рекламой способом «бегущей строки» телепередачи, в том числе художественные фильмы, транслируемые в период с 18 до 23 часов.

Принятие законопроекта, не предусматривающего полного запрета рекламы в «прайм-тайм», а предлагающего лишь ее ограничение в указанный период времени, позволит гражданам полноценно отдохнуть после трудового дня, не испытывая раздражение при просмотре телепередач и художественных фильмов.