

О зоне действия изменений в федеральный закон «О рекламе»

С целью экспертной оценки принятых Федеральным собранием РФ изменений в ст. 14 Федерального закона «О рекламе» специалисты Роскомнадзора провели анализ реестра зарегистрированных СМИ и списка выданных лицензий на телевидение.

Принятый законопроект содержит требование о недопустимости «распространения рекламы в телепрограммах, телепередачах по телеканалам, доступ к которым осуществляется исключительно на платной основе и (или) с применением декодирующих технических устройств».

Законопроектом устанавливается, что под его действие не попадают **«общероссийские обязательные общедоступные телеканалы**, а также телеканалы, распространяемые на территории Российской Федерации с использованием ограниченного радиочастотного ресурса посредством **наземного эфирного вещания»**.

Законопроект терминологически привязан к понятию «телеканал», которым оперирует федеральный закон «О средствах массовой информации». Поэтому для оценки зоны его применения необходимо:

- выделить массив СМИ, **зарегистрированных как телеканалы и имеющих вещательные лицензии**;

- **исключить** из этого списка телеканалы, осуществляющие **эфирное наземное вещание**.

По состоянию на 7 июля 2014 г. на территории Российской Федерации действуют **3462** лицензии на распространение телеканалов в различных средах вещания. **1421** лицензия выдана СМИ, продукция которых распространяется **на возмездной основе** (1417 – кабельное вещание и 4 лицензии - спутниковое вещание). **1405** лицензий - на наземное эфирное вещание.

Анализ данных лицензий позволил выделить **около 2000 «условно платных»** телеканалов (1320 – кабельные телеканалы, 227 – спутниковые телеканалы, 430 телеканалов распространяются на основе универсальной лицензии) и **около 1300 «бесплатных» телеканалов** (1262 – эфирных телеканала и 43 телеканала, распространяющихся на основании универсальной лицензии, у которой есть приложение с правом осуществлять в том числе эфирное вещание).

Поскольку кабельные и спутниковые телеканалы, распространяющиеся в том числе и в эфире, в категориях принятого закона не могут быть отнесены к «платным», 2000 «условно платных» телеканалов были сопоставлены с 1300 «бесплатными» телеканалами, совпадения исключены.

В результате получен список из порядка 1400 СМИ, которые могут быть отнесены к категории **«уникальных платных телеканалов»**, не распространяющихся в эфире и **составляющих зону применения принятого закона**.

Из них **около 300 являются федеральными**.

В полномочия Роскомнадзора **не входит контроль соблюдения законодательства РФ о рекламе**. В то же время ведомство является оператором реестра зарегистрированных в Российской Федерации СМИ и осуществляет лицензирование деятельности в области теле- и радиовещания.

При получении запроса от федеральных органов исполнительной власти, осуществляющих контроль исполнения законодательства РФ о рекламе, им будут переданы результаты проведенного анализа.