

ФЕДЕРАЛЬНОЕ СОБРАНИЕ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
КОМИТЕТ СОВЕТА ФЕДЕРАЦИИ
ПО ЭКОНОМИЧЕСКОЙ ПОЛИТИКЕ

ул. Б.Дмитровка, 26, Москва, 103426,

28 июня 2016 г.

№ 3.6-04/1334

ЗАКЛЮЧЕНИЕ

по Федеральному закону "О внесении изменений в Закон Российской Федерации "О средствах массовой информации" и статьи 5 и 38 Федерального закона "О рекламе"

Комитет Совета Федерации по экономической политике рассмотрел Федеральный закон "О внесении изменений в Закон Российской Федерации "О средствах массовой информации" и статьи 5 и 38 Федерального закона "О рекламе" (далее - Федеральный закон), принятый Государственной Думой Федерального Собрания Российской Федерации 22 июня 2016 года (проект № 1092053-6), и отмечает следующее.

Федеральный закон вводит в понятийный аппарат Закона Российской Федерации от 27 декабря 1991 года № 2124-1 "О средствах массовой информации" дифференциацию понятия "исследование объема зрительской аудитории телеканалов (телепрограмм, телепередач)" и дополняет его главой II¹ "Исследования объема зрительской аудитории телеканалов (телепрограмм, телепередач)". Новой главой устанавливаются основные принципы проведения исследований объема зрительской аудитории телеканалов (телепрограмм, телепередач), а также регламентируется деятельность уполномоченной организации по исследованию объема зрительской аудитории телеканалов (телепрограмм, телепередач).

Согласно Федеральному закону Федеральный орган исполнительной власти, осуществляющий функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи создает комиссию для отбора уполномоченной организации, которая определяет количество уполномоченных организаций и осуществляет контроль за их деятельностью.


Одновременно Федеральный закон вводит в Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" обязанность и ответственность за её невыполнение для рекламодателей, рекламораспространителей, их представителей и посредников для размещения рекламы на телеканале руководствоваться данными, полученными по результатам исследования на основании договора с аккредитованной организацией, проводящей исследования объема зрительской аудитории телеканалов.

Федеральный закон создаёт правовые основы осуществления деятельности по исследованию объема зрительской аудитории телеканалов (телепрограмм, телепередач). Вступление в действие норм Федерального закона позволит обеспечить прозрачность и достоверность данных, полученных в результате проведения указанных исследований, а также повысить репрезентативность информации о предпочтениях населения в телепросмотрах и характеристиках аудитории телеканалов.

В результате проведения антикоррупционной экспертизы текста закона, предусмотренной статьей 27 Регламента Совета Федерации, коррупциогенные факторы не выявлены.

Учитывая вышеизложенное, Комитет Совета Федерации по экономической политике рекомендует Совету Федерации Федерального Собрания Российской Федерации одобрить Федеральный закон "О внесении изменений в Закон Российской Федерации "О средствах массовой информации" и статьи 5 и 38 Федерального закона "О рекламе".

Председатель Комитета



Ю.В. Неёлов