

**АППАРАТ СОВЕТА ФЕДЕРАЦИИ
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПРАВОВОЕ УПРАВЛЕНИЕ**

ул. Б.Дмитровка, д. 26, Москва, 103426

Тел. (495) 692-69-74

«26» июня 2016 г.

№ 51-01/2016

ЗАКЛЮЧЕНИЕ
по Федеральному закону
«О внесении изменений в Закон Российской Федерации «О средствах
массовой информации» и статьи 5 и 38 Федерального закона
«О рекламе», принятому Государственной Думой 22 июня 2016 года

Проект Федерального закона внесен в Государственную Думу депутатом Государственной Думы А.К.Луговым 6 июня 2016 года (№ 1092053-6).

Федеральным законом регулируются отношения в сфере исследования объема зрительской аудитории телеканалов (телепрограмм, телепередач). Согласно изменениям в Законе Российской Федерации «О средствах массовой информации» определяется, что понимается под этим исследованием, устанавливаются основные принципы проведения исследований, порядок отбора уполномоченной организации по исследованию объема зрительской аудитории телеканалов (телепрограмм, телепередач), случаи досрочного прекращения полномочий таких организаций, полномочия федерального органа исполнительной власти, осуществляющего функции по контролю и надзору в сфере средств массовой информации, массовых коммуникаций, информационных технологий и связи.

Федеральным законом в Федеральном законе «О рекламе» устанавливается обязанность рекламодателей, рекламораспространителей, их представителей и посредников использовать данные, полученные по результатам исследования объема зрительской аудитории телеканалов (телепрограмм, телепередач), в соответствии с договорами с уполномоченными на проведение указанных исследований организациями.

Федеральный закон принят по предметам ведения Российской Федерации, установленным пунктами «в» (регулирование и защита прав и свобод человека и гражданина), «г» (установление порядка деятельности федеральных органов исполнительной власти), «и» (федеральная

информация), «о» (гражданское законодательство) статьи 71 Конституции Российской Федерации.

Федеральный закон соответствует Конституции Российской Федерации и согласуется с системой федерального законодательства.

Согласно методике проведения антикоррупционной экспертизы нормативных правовых актов и проектов нормативных правовых актов, утверждённой постановлением Правительства Российской Федерации от 26 февраля 2010 года № 96, проведена антикоррупционная экспертиза, коррупциогенные факторы не выявлены.

В соответствии со статьёй 3 Федерального закона изменения, вносимые в Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации», вступают в силу со дня официального опубликования Федерального закона; изменения, вносимые в Федеральный закон «О рекламе», вступают в силу с 1 сентября 2017 года.

Федеральный закон не подлежит обязательному рассмотрению Советом Федерации, так как не затрагивает вопросы, предусмотренные статьёй 106 Конституции Российской Федерации, и может быть рассмотрен Советом Федерации не позднее 9 июля 2016 года.

Настоящее заключение направляется Председателю Совета Федерации В.И.Матвиенко, заместителю Председателя Совета Федерации Е.В.Бушмину, председателю Комитета Совета Федерации по конституционному законодательству и государственному строительству А.А.Клишасу, председателю Комитета Совета Федерации по экономической политике Ю.В.Неёлову, полномочному представителю Президента Российской Федерации в Совете Федерации А.А.Муравьёву, полномочному представителю Правительства Российской Федерации в Совете Федерации А.В.Яцкину.

Заместитель Руководителя Аппарата
Совета Федерации – начальник
Правового управления



Е.Ю.ЕГОРОВА

Исполнители:
отдел конституционного и международного права: М.В.Смурова (697-86-40), Е.И.Россоха (697-94-70);
отдел гражданского права: А.А.Першина (691-19-35);
отдел систематизации законодательства: И.Ю.Литвинцева (697-89-28)