

«СТС» и «Мир» не нарушили закон о рекламе при трансляции телепередачи «Самый умный»

07 февраля 2013, 12:53

Комиссия Федеральной антимонопольной службы России (ФАС России) прекратила дело в отношении ЗАО «СТС» и ООО «Телевизионная компания «Мир» в связи с отсутствием нарушения ФЗ «О рекламе», согласно подпункту «а» пункта 36 Правил рассмотрения дел антимонопольным органом.

Ранее Новосибирское УФАС России на основании обращения телезрителя провело проверку выхода рекламы в эфире телеканала «МИР/СТС» в феврале 2012 года в г. Новосибирске. В ходе проверки были выявлены признаки нарушения ФЗ «О рекламе», что послужило возбуждению дела. Новосибирское УФАС России проверило эфир телеканала «МИР/СТС» и составило Акт осмотра, которым установлено прерывание детской телепередачи «Самый умный» рекламой. Согласно свидетельству о регистрации СМИ Эл № ФС77-41114, телепередача «Самый умный» является электронным средством массовой информации развлекательной тематической направленности.

В целях выяснения является ли телепередача «Самый умный» детской, ФАС России направила в Министерство культуры Российской Федерации и Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций (Роскомнадзор) запросы с просьбой представить свои заключения. Минкульт России сообщил, что подготовка таких заключений не входит в их компетенцию. В свою очередь Роскомнадзор в ответ на запрос ФАС России указал, что телепередача «Самый умный» предназначена для семейного просмотра.

Согласно экспертизе, проведенной Сектором Современной художественной культуры Российского института культурологии, выяснилось, что телепередача «Самый умный» не является детской, так как относится к категории программ развлекательного вещания, к группе игровых шоу, предназначенных для семейного просмотра. Таким образом, ЗАО «СТС», прерывая рекламой трансляцию телепередачи «Самый умный» не нарушила часть 7 статьи 14 ФЗ «О рекламе».

Справка

1. В соответствии с частью 7 статьи 14 Федерального закона от 13.03.2006 №38 «О рекламе» в детских и образовательных телепередачах, продолжительность которых составляет не менее чем пятнадцать минут, допускается распространение рекламы непосредственно в начале телепередачи продолжительностью одна минута и непосредственно перед окончанием телепередачи продолжительностью одна минута. В детских и образовательных телепередачах, продолжительность которых составляет не менее чем двадцать пять минут, допускается распространение рекламы непосредственно в начале телепередачи продолжительностью полторы минуты и непосредственно перед окончанием

телепередачи продолжительностью полторы минуты. В детских и образовательных телепередачах, продолжительность которых составляет не менее чем сорок минут, допускается распространение рекламы непосредственно в начале телепередачи продолжительностью две с половиной минуты и непосредственно перед окончанием телепередачи продолжительностью две с половиной минуты. В детских и образовательных телепередачах, продолжительность которых составляет один час и более, допускается распространение рекламы непосредственно в начале телепередачи продолжительностью три минуты и непосредственно перед окончанием телепередачи продолжительностью три минуты.

2. По предварительным данным в прошлом году ФАС России пресекла более 10 тысяч различных нарушений законодательства о рекламе.