

# ФАС: реклама не про вас

Вся медиаобщественность последнее время жила позитивными надеждами на облегчение своего положения и помощь со стороны государства в преодолении глубокого кризиса. И основания для таких надежд были. Группа главредов федеральных СМИ вручила президенту РФ прошение о помощи, и В.В.Путин наложил на текст этого письма положительную резолюцию. Министерство связи приняло специальный антикризисный план помощи медиаотрасли, и этот документ также обещал облегчение жизни издателям, полиграфистам, распространителям печатной продукции.



И тут как гром среди ясного неба – появилась новость, что ФАС выступает против так называемой «либерализации» рекламной политики в СМИ, причем в равной степени как в печатных, так и в электронных. Как написала газета РБК, «служба, отвечающая за соблюдение рекламного законодательства, выступила против массового возвращения рекламы алкоголя, свободного продвижения рецептурных лекарств и более лояльного отношения к рекламе биологических добавок, а также увеличения рекламы на ТВ за счет телемагазинов». Поддержала ФАС только одно предложение Минкомсвязи – о том, что нужно пересмотреть требования к объему рекламы в периодике, который сейчас не может превышать 40% объема одного номера издания (если оно не зарегистрировано как рекламно-информационное).

И тут как гром среди ясного неба – появилась новость, что ФАС выступает против так называемой «либерализации» рекламной политики в СМИ, причем в равной степени как в печатных, так и в электронных. Как написала газета РБК, «служба, отвечающая за соблюдение рекламного законодательства, выступила против массового возвращения рекламы алкоголя, свободного продвижения рецептурных лекарств и более лояльного отношения к рекламе биологических добавок, а также увеличения рекламы на ТВ за счет телемагазинов». Поддержала ФАС только одно предложение Минкомсвязи – о том, что нужно пересмотреть требования к объему рекламы в периодике, который сейчас не может превышать 40% объема одного номера издания (если оно не зарегистрировано как рекламно-информационное).

Какие глубинные мотивы у возражений ФАС – нам неизвестно. Но, на мой взгляд, руководители ФАС своим вето обрекают медиаотрасль на разрушение. Сегодня «Комсомольская правда» опубликовала мнение экспертов, крайне пессимистично оценивающих перспективы печатных СМИ в 2015 году. «По прогнозам экспертов, – написала «КП», – из-за девальвации

рубля нынешний год может не пережить каждая вторая газета или журнал в стране. И дело не только в подросшем курсе доллара, что отразилось на стоимости печати, и падении рекламных бюджетов, что снижает доходы. Одна из главных причин – необузданный рост appetites целлюлозно-бумажных комбинатов». Несколько ранее похожий пессимистичный прогноз сделал зам. министра связи Алексей Волин. В начале этого года он заявлял, что если не изменить законодательство в сфере рекламы и не ослабить запреты, то страна потеряет половину печатных СМИ.

Каждому здравомыслящему человеку понятно, что либерализация рекламного рынка, т.е. снятие недавно введенных запретов на рекламу элитного алкоголя, табака, лекарственных средств – это путь к спасению печатных СМИ. Кстати, 2015 год в стране, как известно, объявлен Годом литературы, и потерять именно в этом году половину всех носителей печатного слова было бы весьма парадоксально.

И еще один аргумент, который руководство ФАС, видимо, не приняло во внимание. Против России развернута интенсивная информационная война, стоит безотлагательная задача укрепления информационной безопасности страны. И в этих условиях не понимать задачу по укреплению и даже спасению газет и журналов, как и системы их распространения, значит, как минимум, не понимать государственную политику в этой сфере, а как максимум – противодействовать этой политике.



*Источник: Блог Александра Оськина на сайте «Эхо Москвы»*