

А.К. Гоголев

## Таки уймёт ли наконец кто-либо рекламные взвизги на ТВ?

### Обуздать рекламный грохот

Ещё пятилетием назад, 30 июня 2021 года Постановлением правительства (ПП № 1073) вроде бы как ещё раз (в который уже?) было сказано, что, мол, надо бы следить за ТВ-вещателями: в части контроля увлечения ими вставками рекламных блоков — как по их длительности, так и по шуму. Иначе говоря, Правительство напомнило (но кому?), что «Закон о рекламе» писан, на самом деле, для своего исполнения.

Вспомнить стоит, что ещё за пару лет до этого ПП № 1073 были отнормированы два параметра — прирост шума и продолжительность рекламных блоков. Так, согласно Приказу ФАС России от 22.05.2015 № 374/15 (п. 7 Методики-приложения) значение громкости звука блока рекламы или анонсов не должно превышать значение громкости звука дорекламного либо пострекламного фрагмента более чем на 1,5 дБ (примерно в 1,4 раза). Иначе ФАС получала основание для применения мер воздействия.



Реклама на ТВ, Яндекс.Картинки

Что касается нормы продолжительности ихос-атак (ήχος — звук, греч.), то и года не прошло, как наши доблестные депутаты «подправили» этот нормативов, увеличив с

9 до 12 минут (на 5%) лимит продолжительности рекламы на каждый час вещания, мотивируя это своё решение устами депутата А. Горелкина, изрекшего, что, мол, «Цель нашего законопроекта — поддержать каналы в условиях падающего рынка», странным образом «забывшего» при этом, что доходы от рекламы теле вещателей и не думали падать, а только росли! Надо полагать так же, депутата заботила наполняемость бюджета страны, который ну никак не мог выжить без дополнительных налоговых отчислений ТВ-монстров.

Чем была обусловлена такая «забывчивость» депутата? — Не интересовался никто. Но даже если б кто и поинтересовался, то следов лоббизма в его действиях он бы не обнаружил: судя по своду деклараций депутатов, уровень доходности службы народу г-на Горелкина весьма скромна, за 2021 год он не превысил какие-то 52 млн рублей, да и то стараниями жены (не в пример г-ну Фомичеву с его доходом в 1,1 млрд рублей годовых — [подробнее >](#)).

Справочно: с 2022 года свои доходы депутаты от своих избирателей засекретили, ссылаясь на Указ Президента РФ от 29.12.2022 № 968, который к ним не имел вообще никакого отношения!

В итоге, «Закон о рекламе» (в части пункта 3 статьи 14) звучит ныне так:

«Общая продолжительность распространяемой в телепрограмме рекламы... не может превышать двадцать процентов времени вещания в течение часа и пятнадцать процентов времени вещания в течение суток...»

Обсуждать приведённые нормативы бессмысленно, потому как с какими-либо вменяемыми с точки зрения медицины и здравого смысла доводами эти «хотелки» телемагнатов, услужливо удовлетворённые народными избранниками, ничего общего не имеют. Как не имеют они ничего общего с нуждами экономики страны, а уж с её идеологией и подавно — попросту потому, что таковая в России запрещена (ст. 13 Конституции).

\*

Надо сказать, что ФАС не дремала: она как-то и зубы показала, возбудив дело против канала «ТВ 3», нарушившего «заповедь о полутора децибелах». «Еретикам» погрозили тогда штрафом в 0,5 млн рублей — это не более аж 15 % стоимости одной трансляции 30-секундного рекламного ролика. Но было то уже в глубокой древности, в 2015 году. На том всё тихо и закончилось, с перспективой «навсегда». Интересно, а граждане страны в курсе ли, что они могут направлять жалобы в ФАС на превышение громкости и продолжительности телевизионной рекламы? В надежде, что чиновники покличут спецов специально созданной своей же лаборатории, которые и поверят приборами обоснованность жалобы о нарушении указанным ТВ-каналом ФЗ «О рекламе» и таки накажут «супостатов»? — «Свежо предание...».

## Картельный сговор

Кто ж не знает, что аппетит приходит во время еды. И вот, владельцы ТВ-каналов в неумном стремлении неумного обогащения, поняв, что эти полтора децибела отслеживать в стране некому, а технико-организационные заморочки этого действия

могут ввести в ступор даже академиков (но не ТВ-адвокатов), смело свалились в картельный сговор, то есть в повсеместно у нас в стране применяемое неформальное соглашение предпринимателей продавать или покупать товары или услуги по определенной цене, но чаще — не превышать согласованный уровень зарплат в одном регионе (/ в группе регионов) и в одной отрасли. И понятно почему: а дабы — и главное! — исключить перетоки работников и, соответственно, искоренить возможные причины межклановых войн и необходимость поступиться своими прибылями за счёт повышения людям зарплат.

Теперь все члены этого картельного сговора дружно прерывают ТВ-трансляции своими рекламными блоками секунда в секунду, синхронно — а что б соблазна не было у граждан нажать другую кнопку. Ну и «куда теперь податься бедному крестьянину?».

От систематических звуковых ударов уровня грохота взлетающих самолётов вздрагивают дети, старики матерятся, представители же иных возрастных групп решили расстаться с отечественным телевидением навсегда и уже давно рыщут в веб-пространстве тихие гавани, находящиеся отнюдь не всегда в дружбе с авторским правом.

И вот странное дело! Депутат Горелкин на этот раз «почему-то» потерял дар красноречия! Но разве это и вправду странно?

## Критикуешь — предлагай!

Разумеется, реклама нужна, и кто ж против?! Но.

Послушайте! Все ТВ-каналы потребляют ресурсы: и энергетические и трудовые. Если канал популярен, то почему бы против игнорирования им навязчивой рекламы не льготировать стоимость потребляемых им энергоресурсов, аренду плат, ставки НДФЛ и взносов в СФР с зарплат всех работников канала? При этом все трансляции вменяемой рекламы группировать в блоки, которые выходили бы в эфир вне программных трансляций этого канала. Мол, кому интересно, вот вам 10 минут счастья каждые полтора-два часа; при этом фанатам этих блоков тоже льготы гарантировать — обнуление (за счет рекламодателей) при оплате ЖКУ строки «Плата за антенну», что ныне технически решается на раз-два.

Когда же будет снят в России запрет на разработку государственной идеологии, останется только чуть подкорректировать список льготников; но речь, разумеется, и близко не идёт о реанимации нео-кремлёвских ТВ-каналов времён СССР, свят! свят! — Эта сноска для особо нервных.

А если же и пропускать рекламу в массы, то все точно должны быть уверены, что рекламируются товары и услуги, в реализации которых заинтересовано именно государство, ибо «Кто платит, тот и...».

Иначе всё это описанное «благоепие» следует применять к ТВ-каналу со знаком минус, как в части тарифов, так и налоговых ставок и взносов. И не надо никаких штрафов и громадьяд надзирающих штатов работников!

По сути здесь описана элементарная система с отрицательной обратной связью (ООС), которая автоматом уменьшает возмущение людей через уменьшение силы входного раздражающего их действия, уводящего общество в разнос. Иначе говоря, граждане страны, ради которых и затеяно ТВ, как раз и будут определять какому каналу жить, а какому нет. — Уж коль у нас нет государственной идеологии, но провозглашено (статья 7 Конституции РФ) социально ориентированное государство, а не, как получается, де-факто власть ТВ-магнатов, «элит», закамуфлированных НКО, лоббистов и всякого рода иных примкнувших.

На мой взгляд, система управления государством с ООС весьма комфортно ложится на традиции клинического нигилизма русского люда, который веками воспитывался по образу и в подобию деяниям «рыб», которые массово с головы гнили на Руси. По крайней мере, только по три раза за каждые 200 лет были исключения.

NB

К великой скорби, ООС в законодательстве РФ если где и применяется, то, как правило, «криво». А ведь в большинстве случаев и нужны-то (условно!) лишь две кнопки: «перекрываем кислород» / «обогащаем воздушную смесь». Но увы. В итоге, база нормативных документов РФ в «К+» составляет сегодня... **200 миллионов (sic!) единиц хранения**. — Разве не смешалось ли всё «в доме Облонских»?

**#реклама #заботы\_депутатов #рекламный\_шум #идеология  
#предельная\_сила\_звука\_рекламы #служение\_народу #Госдума  
#доходы\_депутатов**