Депутаты Госдумы в последнее время часто выступают с различными законодательными инициативами, касающимися рекламы лекарств, медизделий, медуслуг, биологически активных добавок и прочего, чтобы люди не занимались самолечением. Не лечитесь по рекламеВопросы здоровья относятся к числу важнейших для всех, и тут нет мелочей. Однако некоторые инициативы, не будучи хорошо продуманными, приводят к обратному результату, например, когда из-за запрета полностью встает рынок рекламы медицинских услуг. В связи с этим депутаты буквально запутались в поправках. На днях Госдума отклонила очередной законопроект, которым предлагалось ввести полный запрет рекламы лекарств, медуслуг и медизделий в кинотеатрах, на телеэкранах, везде, кроме профессиональной среды.
Получилось так, что медицинская организация не могла размещать в виде рекламы в неспециализированных СМИ медицинские услуги, которые она оказывает, такие как УЗИ, МРТ, КТ, массаж лечебный, пломбирование зубов, и т. п. Запрет привел к серьезным ограничениям доступа потребителя к информации о предоставляемых клиниками медицинских услугах, к снижению возможности выбора медицинской организации.
Кроме того, в соответствии с законопроектом нельзя рекламировать даже такие необходимые в каждой семье медицинские предметы, как градусник, ингалятор, массажер, тонометр, и такие жизненно необходимые больным людям изделия, как глюкометры, трости, тест-полоски, бандажи, ортопедические стельки и т.п. Видимо, депутатам придется еще раз вернуться к рассмотрению этого вопроса при втором чтении законопроекта.
Не приносит потребителям пользы и реклама, идущая от лица, например, артистов или людей в белых халатах, которые «ненавязчиво» советуют телезрителям и читателям, какой товар лучше и полезнее. Поправки в закон о рекламе на эту тему уже находятся в Госдуме.
Реклама станет тише
Помимо содержания рекламы чиновники вновь обещают проследить за уровнем громкости транслируемых рекламных роликов во время теле— и радиопрограмм. Для этого они разрабатывают специальный технический регламент. Сейчас в законе прописано, что громкость рекламы не должна превышать средний уровень звука прерываемой передачи. Но норма не работает: не ясно, как определить средний уровень громкости для боевика и тихой разговорной передачи.
По мнению правительства, вносимые изменения «позволят увеличить эффективность осуществления государственного надзора в сфере рекламы и уменьшить раздражение, которое вызывает повышенный уровень громкости рекламы у зрителей телепрограмм и слушателей радиопрограмм».
Винни-Пух и чипсы
Сейчас в Минкультуры РФ проходит процедуру публичного обсуждения законопроект, который разрешит вернуть коммерческую рекламу в российские мультики. Это принесет дополнительную прибыль телеканалам, которые, в свою очередь, смогут производить и показывать больше качественного детского контента на ТВ. Дети будут смотреть меньше низкосортных и дешевых мультфильмов с Запада, которые подчас достаются телеканалам в виде бонуса за купленный фильм или сериал.
Правда, не всякими роликами можно прерывать детские сеансы. Под запрет, по мнению экспертов, должна попасть все та же реклама лекарственных средств, БАДов,

медицинских изделий и услуг, нижнего белья и средств гигиены, предназначенных для взрослых. Но даже если многие из них запретят, то останется так называемая мусорная еда — газировка, чипсы и другая вредная пища, которая создает сложную ситуацию с ожирением среди российских детей и подростков.
Детский и подростковый психолог Максим Прохоров считает, что от рекламы в детских передачах пострадают, в первую очередь, родители, которым придется выслушивать бесконечные требования «купи».
Волжская коммуна (г.Самара)