

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ШЕСТОГО СОЗЫВА

ДЕПУТАТ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ

23 09 2014 г.

№ _____



241402 484108

Государственная Дума ФС РФ

Дата 23.09.2014 Время 14:56

№607927-6; 1.1

Председателю
Государственной Думы
Федерального Собрания
Российской Федерации
С.Е.НАРЫШКИНУ

Уважаемый Сергей Евгеньевич!

В соответствии со статьей 104 Конституции Российской Федерации вношу в Государственную Думу проект федерального закона «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О рекламе».

Приложение:

1. Проект федерального закона «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О рекламе» на 1 листе.
2. Пояснительная записка к законопроекту на 2 листах.
3. Финансово-экономическое обоснование к законопроекту на 1 листе.
4. Перечень актов на 1 листе.
5. Копия текста законопроекта и материалов к нему на магнитном носителе.

Депутат Государственной Думы

Я.В. ЗЕЛИНСКИЙ

Исп. В.Пруцкова

Тел (495)692 5690

Вносится депутатами
Государственной Думы
Я.В. Зелинским

Проект

№ 607927-6

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О рекламе»

Статья 1

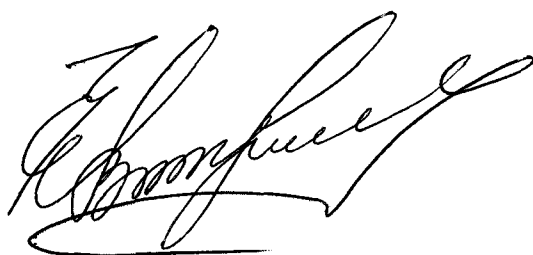
Внести в статью 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ (в ред. от 02.07.2013 № 185-ФЗ с изм. 2006 № 231-ФЗ; 2007 № 48-ФЗ; 2011 № 218-ФЗ; 2011 № 252-ФЗ; 2011 № 252-ФЗ; 2013 № 200-ФЗ; 2013 № 317-ФЗ; 2013 № 85-ФЗ) «О рекламе» следующие изменения:

1) в пункте 5 части 4 статьи 5 после слов « содержать информацию порнографического характера » дополнить словами « эротического характера и транслироваться без кодировки сигнала с 4 часов до 23 часов по местному времени».

Статья 2

Настоящий Федеральный закон вступает в силу с момента его официального опубликования.

Президент
Российской Федерации



Я. В. Зелинский

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

к проекту федерального закона

«О внесении изменений в статью 5 Федерального закона

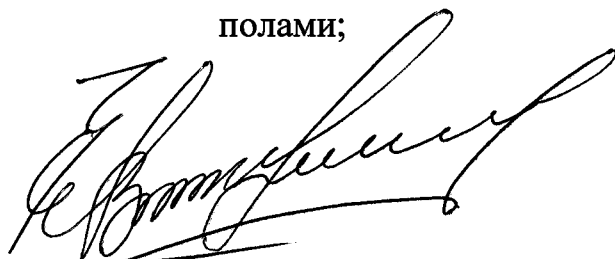
«О рекламе»

В настоящее время в пункте 5 части 4 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» говорится о том, что в рекламе не допускается содержание информации порнографического характера.

В действующем законодательстве имеются нормы, касающиеся эротики и порнографии, затрагиваются они следующими законодательными актами Российской Федерации: Уголовный кодекс Российской Федерации, Закон Российской Федерации "О средствах массовой информации", Основы законодательства Российской Федерации о культуре, Федеральный закон "Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации". Изменения в статье 5 Федерального закона « О рекламе» позволит устранить имеющейся пробел в законодательстве.

Данный проект Федерального закона «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О рекламе» направлен на достижение следующих целей:

- воспитательной - ограничение оборота продукции эротического и порнографического характера окажет влияние на нравственное воспитание человека, формирование культуры поведения и образа жизни, которые формируют человека как личность и полноценного гражданина;
- охранительной - неконтролируемое распространение в рекламе продукции и информации эротического и порнографического характера отрицательно влияет на несовершеннолетних, формируя у молодежи ущербное представление о взаимоотношениях между полами;



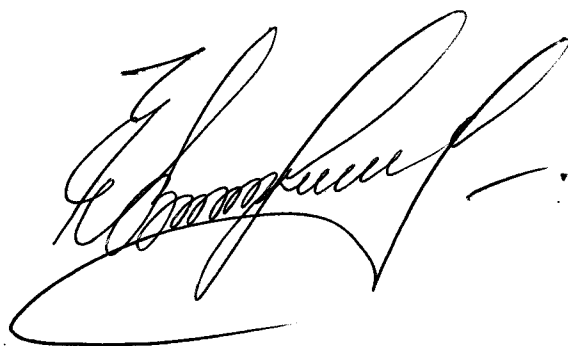
А. В. Земинский

- защитной - введение соответствующих запретов и ограничений способствует предотвращению формирования аномальных, в том числе криминальных форм сексуального поведения, защите детей и женщин от сексуальной эксплуатации и насилия.

В настоящее время транслируются телепередачи, запрещенные к показу в дневное время, регулируемые статьей 37 Федерального Закона « О средствах массовой информации», такие как «Дом-2», «Соблазны», и другие. Внесение данного законопроекта направлено на поддержание и укрепление действующего законодательства. Получается, показывать сами передачи нельзя, а рекламировать можно? В рекламный ролик вполне уместается информация, содержащая кадры, запрещенные для показа в дневное время. Данные рекламные ролики пропагандируют, вызывают интерес, разрушают представление граждан, в том числе и подростков о нормальных, общепринятых человеческих отношениях. Как известно, социальная пропаганда играет большую роль в формировании личности, поэтому наш долг - сохранить понятие нравственности, порядочности и уважения у подрастающего поколения, а значит оградить подрастающее поколение от неподобающей рекламы.

Данный законопроект, направленный на запрет рекламы, которая пропагандирует насилие, унижение, искаженное взаимоотношение между людьми.

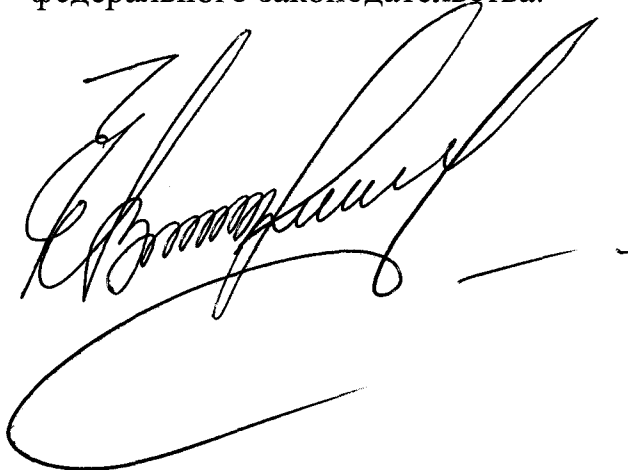
Законопроект не предусматривает расходов, покрываемых за счёт средств федерального бюджета, поэтому заключения Правительства Российской Федерации не требуется.

 . Я. В. Зеленский

ПЕРЕЧЕНЬ

актов федерального законодательства, подлежащих признанию утратившим силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием Федерального закона «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О рекламе».

Принятие Федерального закона «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О рекламе» не требует признания утратившим силу, приостановления, изменения, дополнения или принятия иных актов федерального законодательства.



Я. В. Земчинский

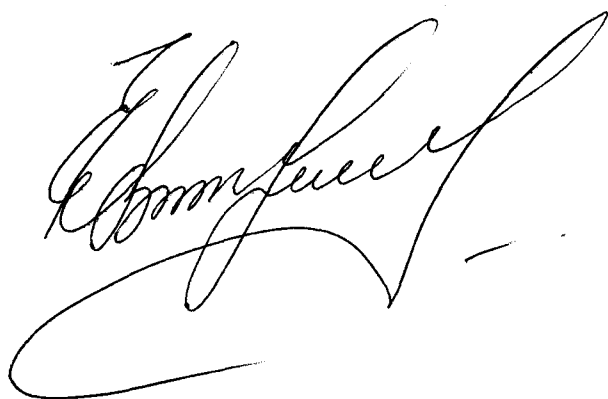
ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

к проекту федерального закона

«О внесении изменений в статью 5 Федерального закона

«О рекламе»».

Принятие Федерального закона «О внесении изменения в статью 5 Федерального закона «О рекламе»» не потребует дополнительных финансовых затрат, покрываемых за счёт средств федерального бюджета или бюджетов субъектов Российской Федерации.



А.В. Земский