

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
СЕДЬМОГО СОЗЫВА

ДЕПУТАТ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ

17 июля 2017 г.

№ _____

Председателю
Государственной Думы
Федерального Собрания
Российской Федерации

В.В. ВОЛОДИНУ

Уважаемый Вячеслав Викторович!

В соответствии со статьей 104 Конституции Российской Федерации вносим в Государственную Думу проект федерального закона «О внесении изменений в статьи 14 и 15 Федерального закона «О рекламе»».

Приложение:

1. Проект федерального закона «О внесении изменений в статьи 14 и 15 Федерального закона «О рекламе»» на 2 листах.
2. Пояснительная записка к законопроекту на 2 листах.
3. Финансово-экономическое обоснование к законопроекту на 1 листе.
4. Перечень актов на 1 листе.
5. Копии текста законопроекта и материалов к нему на магнитном носителе.


И.В. Лебедев


В.Е. Деньгин


Я.Е. Нилов


В.В. Сысоев



Государственная Дума ФС РФ
Дата 17.07.2017 Время 11:39
№227130-7; 1.1

Вносится депутатами Государственной Думы

И.В. Лебедевым

В.Е. Деньгиным

Я.Е. Ниловым

В.В. Сысоевым

Проект

№ 224130-4

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в статьи 14 и 15 Федерального закона «О рекламе»

Статья 1

Внести в Федеральный закон «О рекламе» от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2009, № 52, ст. 6430; 2011, № 30, ст. 4566; 2014, № 30, ст. 4265, 4271; № 45, ст. 6148; 2015, № 6, ст. 883) следующие изменения:

1) часть 4 статьи 14 дополнить пунктом 3 следующего содержания:

«3) телепередачи и фильмы, транслируемые в период с 6 до 24 часов в воскресенье.»;

2) часть 3 статьи 15 дополнить пунктом 3 следующего содержания:

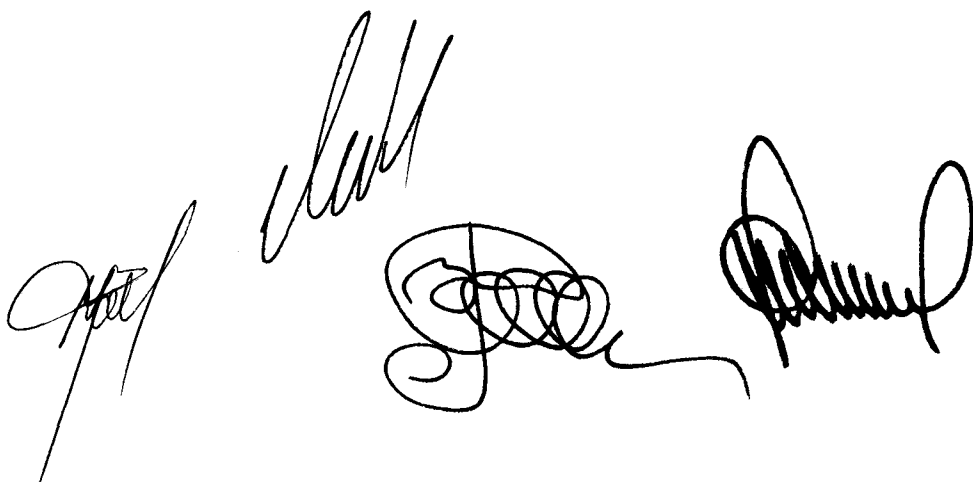
«3) радиопередачи, осуществляющие вещание в период с 6 до 24 часов в воскресенье.».

Статья 2

Настоящий Федеральный закон вступает в силу с 1 января 2018 года.

Президент

Российской Федерации

Four handwritten signatures in black ink, arranged horizontally from left to right. The signatures are stylized and cursive, typical of official documents. The first signature is on the far left, followed by a second, then a third, and finally a fourth on the far right.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

к проекту федерального закона «О внесении изменений в статьи 14 и 15 Федерального закона «О рекламе»

Реклама, как составляющая современной жизни, сопровождает человека постоянно и всюду, являясь неотъемлемым элементом массовой культуры. Термин «реклама» происходит от латинского слова «reclamo», то есть «выкрикиваю». Это «выкрикивание» наполнило своим назойливым шумом всю жизнь человека. К сожалению, сегодня реклама все чаще вмешивается в жизнь человека, управляя им на осознанном и бессознательном уровнях, уже выходя за рамки коммерческих интересов и навязывая тем самым человеку систему определенных стандартов, мировоззренческих идей и представлений. Реклама формирует в России общество потребления, внушая, что основной целью человеческой жизни является приобретение дорогостоящих вещей, отодвигая духовные и культурные ценности на второй план. Реклама дорогостоящих продуктов, предметов роскоши, недоступных большинству населения, приводит к негативным эмоциональным реакциям, запуская механизмы мотивации, реклама, по существу, формирует современного человека.

Необходимость ограничения рекламы в воскресенье обусловлена тем, что в будни дети смотрят телевизор относительно немного, будучи занятыми в школьных, дошкольных учреждениях и школах-студиях дополнительного образования. Реклама оказывает особенное влияние на уязвимую психику ребенка. Дети, по сравнению с взрослыми, не в состоянии эффективно противопоставлять такому воздействию собственные установки и взгляды. В выходные дни дети включают телевизор, радио сразу, как только просыпаются. Как известно, сознание человека формируется в детском возрасте, именно поэтому несформировавшееся сознание ребенка легко поддается влиянию не всегда положительной рекламой. Дети не должны


быть заложниками бизнеса, желающего сбыть свою продукцию путем рекламы любой ценой.

Кроме того, опрос фонда «Общественное мнение» (ФОМ) показал, что россияне крайне негативно относятся к рекламе на телевидении — только 16% опрошенных смотрят рекламные ролики со звуком. 42% переключаются на другой канал, 28% отвлекаются от телевизора на другие дела, 6% во время рекламной паузы выключают звук и 2% — выключают телевизор. Опрос показал, что подавляющее большинство (82%) считают, что сегодня реклама на ТВ занимает слишком много времени.

Реклама не просто отнимает время у человека, но и разрушает впечатление от просмотра фильма или телепередачи, препятствует целостному восприятию информации. Проведя всю неделю на работе, человек даже в выходной день не может полноценно отдохнуть, получить удовольствие от просмотра любимого сериала или передачи, прослушивания любимой радиостанции.

Вносимый законопроект предлагает дополнить статьи 14 и 15 Федерального закона «О рекламе» запретом прерывать рекламой теле- и радиопередачи, транслируемые в воскресенье в период с 6 до 24 часов.

Законопроект направлен на защиту граждан от вмешательства рекламы в их личную жизнь.



ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

**к проекту федерального закона «О внесении изменений в статьи
14 и 15 Федерального закона «О рекламе»»**

Принятие федерального закона «О внесении изменения в статьи 14 и 15 Федерального закона «О рекламе» не потребует дополнительных расходов, покрываемых за счет федерального бюджета, не приведет к уменьшению доходов федерального бюджета, а также каких-либо иных изменений финансовых обязательств Российской Федерации.



ПЕРЕЧЕНЬ

актов федерального законодательства, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием федерального закона «О внесении изменений в статьи 14 и 15 Федерального закона «О рекламе»

Принятие Федерального закона «О внесении изменений в статьи 14 и 15 Федерального закона «О рекламе» не потребует признания утратившими силу, приостановления, изменения или принятия актов федерального законодательства.

