

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ШЕСТОГО СОЗЫВА

ДЕПУТАТ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ

19 апреля 2013г.

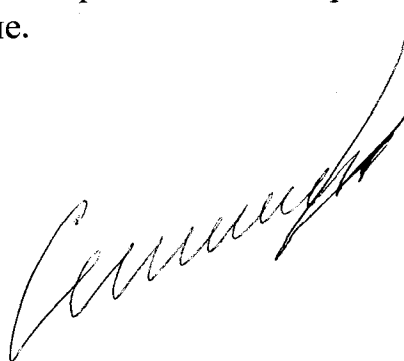
№ ВМ-СВС-3/
124

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

Уважаемый Сергей Евгеньевич!

В соответствии со статьей 104 Конституции Российской Федерации направляю Вам в порядке законодательной инициативы проект федерального закона «О внесении изменений в статью 10 Федерального закона «О рекламе».

- Приложение:
1. Проект федерального закона на 1 листе.
 2. Пояснительная записка к законопроекту на 1 листе.
 3. Финансово-экономическое обоснование к законопроекту на 1 листе.
 4. Перечень актов федерального законодательства, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению или принятию в связи с принятием законопроекта на 1 листе.
 5. Копии текста законопроекта и материалов к нему на магнитном носителе.



В.С.Селезнев



Вносится депутатом
Государственной Думы
В.С.Селезевым

Проект

№ 63453-6

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменений в статью 10 Федерального закона «О рекламе»

Статья 1

Внести в статью 10 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; № 52, ст. 5497; 2007, № 7, ст. 839; № 16, ст. 1828; 2009, № 51, ст. 6157; 2011, № 23, ст. 3255; № 29, ст. 4293; № 30, ст. 4566, 4600) следующие изменения:

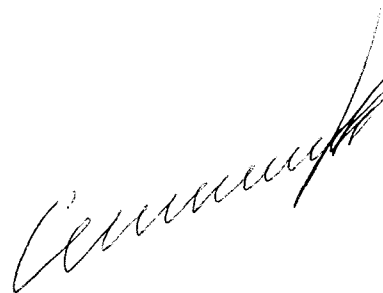
- 1) в части 4 статьи 10 после слов «частью 5» дополнить словами «и 5¹»;
- 2) статью 10 дополнить частью 5¹ следующего содержания:

«5¹. Установленные частью 4 настоящей статьи ограничения не распространяются на упоминания о религиозной организации «Русская православная церковь», а также на упоминания традиционной религии субъекта Российской Федерации, в котором размещается реклама, если содержание такой рекламы непосредственно связано с религиозной деятельностью.».

Статья 2

Настоящий Федеральный закон вступает в силу по истечении одного месяца со дня официального опубликования.

Президент
Российской Федерации



ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

к проекту федерального закона «О внесении изменений в статью 10 Федерального закона «О рекламе»

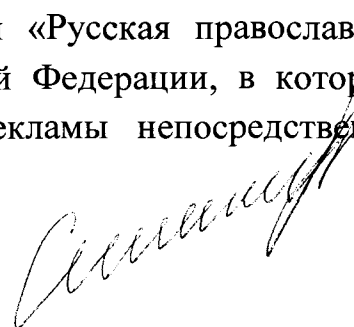
Для многих народов мира религия – основа морали и нравственности. Несмотря на то, что большинство государств в современном мире являются светскими, они, тем не менее, поддерживают религиозные институты не только как часть своей истории и культуры, но и как ту движущую платформу, которая несет в себе незыблемые догматы поведения и пример общечеловеческой морали.

Исторически сложилось, что основная религия в нашей стране – православие. Официальная статистика о доле жителей России, исповедующих различные религии, отсутствует. Однако согласно исследованиям ВЦИОМ, проведенным в 2010 году, доля российских граждан, считающих себя православными, составила 75%.

Русская Православная Церковь издревле была тем институтом, который взял на себя большую ответственность за сохранение и продвижение православных ценностей в России. Отношение к РПЦ, как религиозной организации, может быть у всех разным. Но нельзя отрицать тот большой вклад, который она вносит в нравственное развитие наших граждан.

Распространение информации о религии и РПЦ можно без сомнения отнести к общественно полезным видам деятельности. Православная культура насчитывает многие сотни лет. Без знания основ православной культуры невозможно понять произведения Ф.М. Достоевского, Л.Н. Толстого, оценить духовную музыку, многие классические оперные произведения и произведения зодчества, да и множество картин художников-классиков не понять, потому что их идеи основаны на библейских сюжетах. Подтверждается это и тем фактом, что такой учебный курс, как «Основы религиозных культур и светской этики» включен в федеральный образовательный компонент.

Ввиду наличия случаев признания религиозной рекламы противоречащей антимонопольному законодательству и удаления ее с улиц городов, законопроектом предлагается закрепить, что в социальной рекламе допускается упоминание религиозной организации «Русская православная церковь» и основной религии субъекта Российской Федерации, в котором размещается реклама, если содержание такой рекламы непосредственно связано с религиозной деятельностью.



ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

**к проекту федерального закона «О внесении изменений в статью 10
Федерального закона «О рекламе»**

Принятие проекта федерального закона «О внесении изменений в статью 10 Федерального закона «О рекламе» не повлечет увеличения расходов федерального бюджета.

Смирнов

ПЕРЕЧЕНЬ

**актов федерального законодательства, подлежащих
признанию утратившими силу, приостановлению, изменению
или принятию в связи с принятием проекта федерального закона
«О внесении изменений в статью 10 Федерального закона
«О рекламе»**

Принятие проекта федерального закона «О внесении изменений в статью 10 Федерального закона «О рекламе» не потребует признания утратившими силу, приостановления или принятия актов федерального законодательства.

