

ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ШЕСТОГО СОЗЫВА

ДЕПУТАТ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ

29 марта 2013 г.

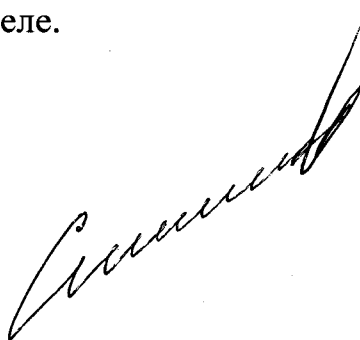
№ Вн. - СВС-3/14

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 5 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



232052 381107
Государственная Дума ФС РФ
Дата 29.03.2013 Время 11:05
№248771-6: 1.1

Вносится депутатом
Государственной Думы
В.С.Селезевым

Проект

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

248449-6

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

Статья 1

Внести в статью 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232; 2011, № 30, ст. 4566; 2012, № 30, ст. 4170) изменение, дополнив частью 12 следующего содержания:

«12. Реклама, которая содержит сведения об угрозе жизни и здоровью человека или возможности получения инвалидности, должна размещаться в местах, непосредственно связанных с источниками такой угрозы.».

Статья 2

Настоящий Федеральный закон вступает в силу с 1 января 2014 года.

Президент
Российской Федерации



ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

к проекту федерального закона «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О рекламе»

Статья 5 Федерального закона «О рекламе» определяет перечень общих требований к форме, содержанию и месторасположению рекламы.

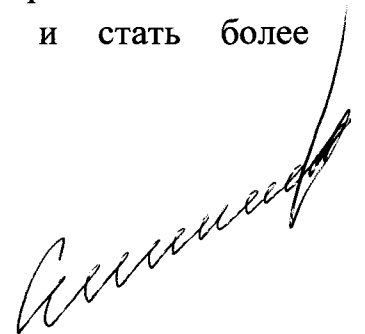
Законопроектом предлагается дополнить данную статью требованием о том, что негативная реклама, которая содержит сведения об угрозе жизни и здоровью человека или возможности получения инвалидности, должна размещаться в местах, непосредственно связанных с источниками такой угрозы.

Инициатива вызвана тем, что в повседневной жизни человека постоянно окружает негативная информация, постоянный поток трагических новостей в СМИ, рекламные листовки с информацией о различных заболеваниях. Причем размещается реклама порой в самых неожиданных местах: о вреде алкоголя – в лифте, о последствиях несоблюдения правил дорожного движения – на двери жилого дома, об опасности венерических заболеваний – на детской площадке. Сопровождается подобная реклама красочными тематическими картинками.

Избыточность негативной рекламы в нашей жизни очевидна. Под воздействием подобной информации у человека может развиваться депрессия, навязчивые состояния, что в свою очередь может приводить к ослаблению организма. Человек с подавленным эмоциональным состоянием больше подвержен риску простуд и заболеваний. Особенно это касается беременных женщин и детей. Необходимо оградить их от мыслей о смерти, инвалидности и суициде.

Не подвергая сомнению важность социальной рекламы, необходимо понимать, что она должна быть к месту: о важности соблюдения правил дорожного движения – на территориях, прилегающих к дорогам; о различных заболеваниях – в медицинских учреждениях; о вредных свойствах отдельных товаров – на их упаковке.

Принятие законопроекта позволит высвободить место для позитивной рекламы, которая бы позволила нашим гражданам сосредоточиться на положительных эмоциях, повысить работоспособность и стать более доброжелательной нацией.



ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

**к проекту федерального закона «О внесении изменений в статью 5
Федерального закона «О рекламе»**

Принятие проекта федерального закона «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О рекламе» не повлечет увеличения расходов федерального бюджета.

A handwritten signature in black ink, located in the bottom right corner of the page. The signature is cursive and appears to be a personal name, possibly "Семинский".

ПЕРЕЧЕНЬ

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

Принятие проекта федерального закона «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О рекламе» не потребует признания утратившими силу, приостановления или принятия актов федерального законодательства.

