

СОВЕТ ФЕДЕРАЦИИ ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

СЕНАТОР РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ

ул. Б. Дмитровка, д. 26, Москва, 103426

ЗО, Ковитиди 2022 г.

№ *13-02.218/СФ*

Председателю
Государственной Думы
Федерального Собрания
Российской Федерации

В.В. ВОЛОДИНУ



Государственная Дума ФС РФ
Дата 01.12.2022 08:42
№247436-8: 1 1

Уважаемый Вячеслав Викторович!

На основании статьи 104 Конституции Российской Федерации вносится на рассмотрение Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации в качестве законодательной инициативы проект федерального закона "О внесении изменения в статью 5 Федерального закона "О рекламе".

Приложение: 1. Проект федерального закона на 1 л.
2. Пояснительная записка на 2 л.
3. Финансово-экономическое обоснование на 1 л.
4. Перечень актов федерального законодательства на 1 л.
5. Электронная версия названных документов на 1 электронном носителе.

Сенатор Российской Федерации

С.П. Цеков

Сенатор Российской Федерации

О.Ф. Ковитиди

Вносится сенаторами
Российской Федерации
С.П. Цековым,
О.Ф. Ковитиди

Проект № 247436-8

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

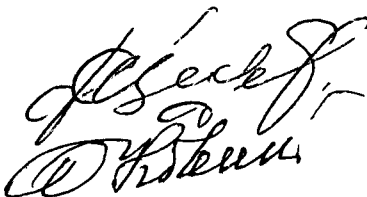
О внесении изменения в статью 5 Федерального закона "О рекламе"

Статья 1

Внести в часть 5 статьи 5 Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232, № 52, ст. 5497; 2007, № 16, 1828; 2011, № 30, 4600; 2013, № 27, ст. 3477, № 43, ст. 5444, № 48, ст. 6165, № 52, ст. 6981; 2016, № 27, ст. 4214; 2018, № 15, ст. 2032; 2019, № 18, ст. 2217; 2020, № 31, ст. 5062; № 50, ст. 8060; 2021, № 27, ст. 5175;) изменение, дополнив ее пунктом 8 следующего содержания:

"8) использование алфавитов не на графической основе кириллицы, за исключением указания фирменных наименований и товарных знаков, прошедших государственную регистрацию."

Президент
Российской Федерации



ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

к проекту федерального закона "О внесении изменения в статью 5 Федерального закона "О рекламе"

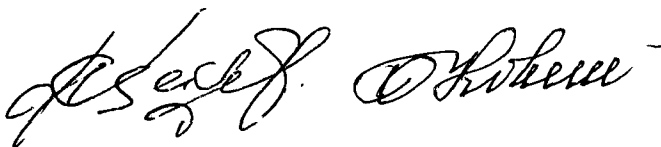
Проектом федерального закона "О внесении изменения в статью 5 Федерального закона "О рекламе" (далее – законопроект) предлагается внести изменения в Федеральный закон от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" с целью установления запрета на использование в рекламе алфавитов, созданных не на графической основе кириллицы, за исключением указания фирменных наименований и товарных знаков, прошедших государственную регистрацию.

Согласно пункту 10 части 1 статьи 3 Федерального закона от 1 июня 2005 года № 53-ФЗ "О государственном языке в Российской Федерации" государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.

Однако в настоящее время в российской рекламной среде преобладают иноязычные элементы. Нередко русское название передается полностью латиницей, встречаются примеры слов, в которых происходит замена части букв кириллического алфавита буквами латинского алфавита. При этом графический и фонетический облик русского слова искажается.

Принадлежность к обществу и культуре определяется, в первую очередь, языком и письменностью. Через графику текста человек осознает, к какой культуре он относится, шрифт становится "стержнем" культурного кода. Внешний вид текста оказывается связанным с его содержанием. Кириллическая письменность – это основа нашего культурного кода, которая даёт возможность сохранить самобытность в условиях активного продвижения мировой массовой культуры. Защита кириллицы важна для сохранения целостности российского государства. Зрительное опознавание знаков привычного кириллического алфавита играет объединяющую роль в социуме.

Результат воздействия рекламы на общество не ограничивается регулированием потребительского поведения людей. Реклама способна оказать



культурное и социальное воздействие на потребителя и на общество. Особенно сильно влияет реклама на сознание молодежи. Искажение путем замены кириллического алфавита латинским влияет на понимание русского слова и русской речи в целом. Это способствует неправильному восприятию у молодежи культуры родного языка, а также искажению разговорной речи.

Следует отметить, что в соответствии с частью 6 статьи 3 Закона Российской Федерации от 25 октября 1991 года № 1807-1 "О языках народов Российской Федерации", в Российской Федерации алфавиты государственного языка Российской Федерации и государственных языков республик строятся на графической основе кириллицы. Иные графические основы алфавитов государственного языка Российской Федерации и государственных языков республик могут устанавливаться федеральными законами. Данная норма отражает четкую позицию федерального законодательства при формировании основополагающих принципов, направленных на сплочение всех субъектов Российской Федерации в сложный для нашей страны период.

Проблема очищения литературного русского языка от избыточных заимствований постоянно обсуждается на всех уровнях органов власти. Принятие данного законопроекта позволит защитить использование кириллического письма в рекламной среде, являющейся публичной.

Александр Овчин

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

**к проекту федерального закона " О внесении изменения в статью 5
Федерального закона "О рекламе"**

Принятие Федерального закона "О внесении изменения в статью 5
Федерального закона "О рекламе" не потребует увеличение расходов
федерального бюджета.

А. В. Антонов

ПЕРЕЧЕНЬ

актов федерального законодательства, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению, дополнению или принятию в связи с принятием Федерального закона "О внесении изменения в статью 5 Федерального закона "О рекламе"

В связи с принятием Федерального закона "О внесении изменения в статью 5 Федерального закона "О рекламе" не потребуется признания утратившими силу, приостановления, изменения, дополнения или принятия других законодательных актов.

Александр Ю. Жуков