



ГОСУДАРСТВЕННАЯ ДУМА
ФЕДЕРАЛЬНОГО СОБРАНИЯ РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ВОСЬМОГО СОЗЫВА

ДЕПУТАТ
ГОСУДАРСТВЕННОЙ ДУМЫ

22 декабря 2023 г.

№ _____

**Председателю Государственной
Думы Федерального Собрания
Российской Федерации**

В.В.ВОЛОДИНУ

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 Федеральный закон «О рекламе», подготовленный депутатами Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации.

Приложение:

1. Текст законопроекта на 2 л.;
2. Пояснительная записка на 3 л.;
3. Финансово-экономическое обоснование на 1 л.;
4. Перечень федеральных законов, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению, дополнению или принятию на 1 л.;
5. Копии проекта федерального закона и материалов к нему на магнитном носителе.

С уважением,

Л.Э.Слуцкий
22.12.2023

Вносится депутатами
Государственной Думы
Л.Э.Слуцким
С.Д.Леоновым
А.К.Луговым
В.А.Кошелевым
К.М.Панеш
В.С.Селезевым
В.В.Сипягиным
И.К.Сухаревым

Проект 15183328

ФЕДЕРАЛЬНЫЙ ЗАКОН

О внесении изменения в Федеральный закон «О рекламе»

Статья 1

Дополнить Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» (Собрание законодательства Российской Федерации, 2006, № 12, ст. 1232) статьей 14¹ следующего содержания:

«Статья 14¹. Реклама в видеоиграх

1. В видеоиграх допускается распространение рекламы при условии, что продолжительность такой рекламы не превышает пятнадцать секунд. Прерывание видеоигр рекламой допускается не чаще одного раза в двадцать минут.

2. В детских видеоиграх не допускается распространение рекламы отдельных видов товаров, особенности рекламы которых установлены главой 3 настоящего Федерального закона, а также продукции, классифицированной для детей старшей возрастной категории в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», чем категория видеоигры».

Статья 2

Настоящий Федеральный закон вступает в силу с 1 июля 2024 года.

Президент

Российской Федерации

The image shows several handwritten signatures in black ink. The most prominent one is a large, stylized signature at the top left, which is the signature of the President of the Russian Federation, Vladimir Putin. Below it and to the right are several other signatures, including one that appears to be the signature of the Prime Minister, Mikhail Mishustin, and others. The signatures are written in a cursive, flowing style.

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА

к проекту федерального закона «О внесении изменения в Федеральный закон «О рекламе»

Проектом федерального закона «О внесении изменения в Федеральный закон «О рекламе» предлагается урегулировать отношения, связанные с рекламой в видеоиграх, установив ограничение на продолжительность такой рекламы в пятнадцать секунд, а также ограничив прерывания видеоигры для демонстрации рекламы двадцатью минутами. При этом в отношении видеоигр для детей предлагается установить дополнительное ограничение, чтобы реклама соответствовала той же возрастной категории детей, на которую рассчитана сама видеоигра.

Актуальность и своевременность данного регулирования продиктована в том числе поручениями Президента Российской Федерации, утвержденными 18 декабря 2023 года. Согласно утвержденному перечню поручений, по итогам заседания Совета при Президенте по развитию физической культуры и спорта, состоявшегося 19 октября 2023 года, Правительству Российской Федерации дано поручение обеспечить разработку и реализацию комплекса мер в целях развития российской индустрии видеоигр и обеспечения безопасности информации, содержащейся в видеоиграх, включая их классификацию с учетом содержащейся в них информации, а также мониторинг информации, содержащейся в видеоиграх и распространяемой с их использованием (пп. «к» п. 1 Перечня поручений по итогам заседания Совета при Президенте по развитию физической культуры и спорта).

На текущий момент индустрия видеоигр практически не урегулирована на федеральном уровне. В то же время деятельность по созданию, реализации и изданию видеоигр (мультимедийного продукта, базирующегося на взаимодействии человека и программ для ЭВМ посредством визуального интерфейса) отнесена к Перечню видов деятельности в области информационных технологий (утв. Приказом Министерства цифрового развития, связи и массовых коммуникаций РФ от 11 мая 2023 г. № 449).

При этом в телепрограммах и телепередачах, а также в радиопрограммах и радиопередачах установлены соответствующие ограничения, в том числе и применительно к детской аудитории. Также Федеральным законом «О рекламе» урегулированы отдельные вопросы рекламы в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет».

Однако, с развитием технологий и ростом доступа детей к электронным устройствам (смартфоны, планшеты, игровые приставки) индустрия видеоигр набирает все большую популярность, в том числе посредством использования приложений для таких устройств.

Очевидно, что современные дети проводят несоизмеримо больше времени за использованием приложений для электронных устройствах, чем за прослушиванием радиопередач.

Проблема распространения рекламы в видеоиграх приобретает особую остроту ввиду распространенности модели «бесплатная игра», чей принцип основывается на отсутствии абонентской платы и обязательных платежей, но предусматривает демонстрацию рекламы в качестве обязательного условия продолжения видеоигры или продвижения в игровом процессе.

При этом количество, продолжительность и содержание предлагаемой к просмотру рекламы никак не урегулировано.

В связи с чем законопроект предлагает установить, что в видеоиграх допускается распространение рекламы при условии, что продолжительность такой рекламы не превышает пятнадцать секунд. Прерывание видеоигр рекламой допускается не чаще одного раза в двадцать минут.

В отношении детских видеоигр законопроект предлагает дополнительно предусмотреть, что не допускается распространение рекламы отдельных видов товаров, особенности рекламы которых установлены главой 3 Федерального закона «О рекламе», а также продукции, классифицированной для детей старшей возрастной категории в соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», чем категория видеоигры.

В соответствии с Федеральным законом от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», вся информационная продукция, включающая аудиовизуальную продукцию, программы для ЭВМ и другую информационную продукцию, подлежит обязательной классификации до начала ее оборота на территории Российской Федерации. При этом информационная продукция классифицируется по категориям: для детей, не достигших возраста шести лет; достигших возраста шести лет; достигших возраста двенадцати лет; достигших возраста шестнадцати лет; запрещенная для детей.

Предлагаемые законопроектом нововведения позволяют сохранить адекватный баланс, когда видеоигра может по-прежнему распространяться условно бесплатно и включать демонстрацию рекламы, но ее продолжительность и количество будут разумно ограничены, а дети будут защищены от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию.

На рассмотрении в палатах Федерального Собрания Российской Федерации отсутствуют проекты федеральных законов (федеральные законы) с аналогичным содержанием.

The image shows several handwritten signatures in black ink, arranged in a cluster. The signatures are highly stylized and cursive, typical of official documents. There are approximately seven distinct signatures visible, though some overlap. The ink is dark and the background is white.

ФИНАНСОВО-ЭКОНОМИЧЕСКОЕ ОБОСНОВАНИЕ

к проекту федерального закона «О внесении изменения в Федеральный закон «О рекламе»

Принятие проекта федерального закона «О внесении изменения в Федеральный закон «О рекламе» не потребует дополнительных финансовых расходов из федерального бюджета.



The image contains several handwritten signatures and initials in cursive script, arranged in a loose, overlapping pattern. The signatures are written in black ink on a white background. Some are large and stylized, while others are smaller and more compact. The overall appearance is that of a collection of personal or official marks, possibly representing approval or endorsement of the document's content.

ПЕРЕЧЕНЬ

федеральных законов, подлежащих признанию утратившими силу, приостановлению, изменению, дополнению или принятию в связи с принятием проекта федерального закона «О внесении изменения в Федеральный закон «О рекламе»

Принятие проекта федерального закона «О внесении изменения в Федеральный закон «О рекламе» не потребует признания утратившими силу, приостановления, изменения, дополнения или принятия законом Российской Федерации и законов РСФСР, федеральных конституционных законов и иных нормативных правовых актов РСФСР и Российской Федерации.

The image shows several handwritten signatures in black ink, arranged in two rows. The top row contains three distinct signatures, and the bottom row contains four signatures, some of which are more stylized and overlapping.