

ПОЯСНИТЕЛЬНАЯ ЗАПИСКА
к проекту федерального закона "О внесении изменений
в статью 14.3 Кодекса Российской Федерации
об административных правонарушениях"

Проект федерального закона "О внесении изменений в статью 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях" направлен на совершенствование правового регулирования в сфере установления административной ответственности за нарушение законодательства о рекламе.

Целью данного законопроекта является обеспечение эффективного использования русского языка как государственного языка Российской Федерации в рекламе.

В настоящее время административная ответственность за нарушение установленных законодательством о рекламе требований к рекламе установлена в ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях (далее – КоАП РФ). Статья 14.3 КоАП РФ содержит в себе бланкетные нормы, отсылающие к конкретным правилам поведения, закрепленным в нормах Федерального закона от 13 марта 2006 года № 38-ФЗ "О рекламе" (далее – Федеральный закон № 38-ФЗ).

Юрисдикционным органом, уполномоченным выдавать обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе, а также рассматривать дела об административном правонарушении, предусмотренном вышеуказанной статьей 14.3 КоАП РФ, является федеральный антимонопольный орган и его территориальные подразделения.

В соответствии с пунктом 1 части 5 статьи 5 Федерального закона № 38-ФЗ установлено, что в рекламе не допускается использование иностранных слов и выражений, которые могут привести к искажению смысла информации.

Использованный законодателем метод запрета не в полной мере обеспечивает статус русского языка как государственного языка Российской Федерации, защиту русского языка от влияния иностранных заимствований.

Настоящим законопроектом предлагается устранить указанный правовой пробел и ввести административную ответственность за использование в рекламе иностранных слов и выражений, за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке. При этом также сохраняется требование к использованию иностранных слов, которые не имеют общеупотребительных аналогов в русском языке, о том, что они не должны приводить к искажению смысла информации.

Корреспондирующие изменения предлагается внести в статьи 5 и 38 Федерального закона "О рекламе", в соответствии с которыми предусматривается запрет на использование в рекламе иностранных слов и выражений (за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке, если указанные

иностранные слова не приводят к искажению смысла информации), а также расширена ответственность рекламоателя за нарушения требований гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации при производстве, размещении и распространении рекламы.