

## **Разъяснение об изменениях в Федеральном законе «О рекламе», связанных с принятием Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».**

№АК/27944 от 28.08.2012

О защите детей в рекламе

С 1 сентября 2012 года вступают в силу изменения в Федеральный закон «О рекламе», внесённые Федеральным законом от 21.07.2011 № 252-ФЗ «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации в связи с принятием Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Данные изменения направлены на введение дополнительных требований к рекламе, связанных с защитой несовершеннолетних, и корреспондируются с нормами, содержащимися в Федеральном законе от 29.12.2010 № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию».

Часть 4 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» дополнена новым пунктом 5, согласно которому реклама не должна содержать информацию порнографического характера.

Понятие **информации порнографического характера** содержится в статье 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», под которой понимается информация, представляемая в виде натуралистических изображения или описания половых органов человека и (или) полового сношения либо сопоставимого с половым сношением действия сексуального характера, в том числе такого действия, совершаемого в отношении животного.

Соответственно, в случае выявления в рекламе информации, подпадающей под указанное описание, такая реклама должна признаваться нарушающей пункт 5 части 4 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Одновременно часть 10 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» излагается в новой редакции: не допускается размещение рекламы в учебниках, учебных пособиях, другой учебной литературе, предназначенных для обучения детей по основным образовательным программам начального общего, основного общего, среднего (полного) общего образования, школьных дневниках, школьных тетрадях.

Данная редакция несущественно отличается от прежней редакции указанной части, расширяется перечень печатных изданий, предназначенных для обучения, в которых запрещается размещение рекламы, &ndash; в данный перечень включаются не только учебники, но и учебные пособия и учебная литература, предназначенные для различных уровней общего образования.

Кроме того, с 1 сентября 2012 года изменяется пункт 6 статьи 6 Федерального закона «О рекламе», устанавливающий запрет на показ в рекламе несовершеннолетних в опасных ситуациях, включая ситуации, побуждающие к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью.

Данная редакция указанной нормы раскрывает ранее введённый в данной статье

термин «опасные ситуации», определяя, что к ним, в том числе, относятся ситуации, побуждающие к совершению действий, представляющих угрозу жизни и (или) здоровью несовершеннолетних, в том числе к причинению вреда своему здоровью. Однако данные ситуации не являются единственными возможными опасными ситуациями, соответственно если в рекламе несовершеннолетние показываются в иных опасных ситуациях, такая реклама также должна признаваться нарушающей пункт 6 статьи 6 Федерального закона «О рекламе».

Наиболее существенные из указанных изменений в Федеральный закон «О рекламе» связаны с введением новых частей 10.1 и 10.2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии с новой частью 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается размещение рекламы информационной продукции, подлежащей классификации в соответствии с требованиями Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», без указания категории данной информационной продукции.

Глава 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» вводит классификацию информационной продукции по пяти категориям:

- 1) информационная продукция для детей, не достигших возраста шести лет (0+);
- 2) информационная продукция для детей, достигших возраста шести лет (6+);
- 3) информационная продукция для детей, достигших возраста двенадцати лет (12+);
- 4) информационная продукция для детей, достигших возраста шестнадцати лет (16+);
- 5) информационная продукция, запрещённая для детей (18+).

Согласно части 1 статьи 12 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» категория информационной продукции может обозначаться знаком информационной продукции и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей.

Вместе с тем, нормы Федерального закона «О рекламе» не закрепляют, каким именно образом должно быть сделано указание на категорию информационной продукции в рекламе, соответственно такое указание может быть сделано любым способом, позволяющим обозначить категорию рекламируемой информационной продукции, &ndash; как предусмотренным частью 1 статьи 12 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», так и иным образом.

Кроме того, обращаем внимание территориальных органов, что Федеральный закон «О рекламе» не устанавливает требований к размеру такого указания.

Также необходимо отметить, что указанное требование части 10.1 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» распространяется только на рекламу информационной продукции, но не рекламу иных товаров или услуг. Под информационной продукцией, согласно статье 2 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» понимаются предназначенные для оборота на территории Российской Федерации продукция средств массовой информации, печатная продукция, аудиовизуальная продукция на любых видах носителей, программы для электронных вычислительных машин (программы для ЭВМ) и базы данных, а также информация, распространяемая посредством зрелищных мероприятий, и информация, размещаемая в информационно-телекоммуникационных сетях (в том числе в сети Интернет) и сетях подвижной радиотелефонной связи.

Соответственно, требование об указании в рекламе категории информационной продукции не распространяется на рекламу товаров, не подпадающих под понятие информационной продукции.

В соответствии с новой частью 10.2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещённую для распространения среди детей в соответствии с Федеральным законом «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», в предназначенных для детей образовательных организациях, детских медицинских, санаторно-курортных, физкультурно-спортивных организациях, организациях культуры, организациях отдыха и оздоровления детей или на расстоянии менее чем сто метров от границ территорий указанных организаций.

Информация, запрещённая для распространения среди детей, указана в части 2 статьи 5 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию». К таковой относится информация:

- 1) побуждающая детей к совершению действий, представляющих угрозу их жизни и (или) здоровью, в том числе к причинению вреда своему здоровью, самоубийству;
- 2) способная вызвать у детей желание употребить наркотические средства, психотропные и (или) одурманивающие вещества, табачные изделия, алкогольную и спиртосодержащую продукцию, пиво и напитки, изготавливаемые на его основе, принять участие в азартных играх, заниматься проституцией, бродяжничеством или попрошайничеством;
- 3) обосновывающая или оправдывающая допустимость насилия и (или) жестокости либо побуждающая осуществлять насильственные действия по отношению к людям или животным, за исключением случаев, предусмотренных настоящим Федеральным законом;
- 4) отрицающая семейные ценности и формирующая неуважение к родителям и (или) другим членам семьи;
- 5) оправдывающая противоправное поведение;
- 6) содержащая нецензурную брань;
- 7) содержащая информацию порнографического характера.

Соответственно, в случае если в рекламе размещается информация упомянутого характера, такая реклама не может размещаться в ряде организаций, указанных в части 10.2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», и на расстоянии менее 100 метров от них.

Ответственность за нарушение частей 10.1 и 10.2 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», согласно части 7 статьи 38 данного закона, несёт рекламораспространитель.

А.Б. Кашеваров