О защите детей в рекламе

Часть 4 статьи 5 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 Закона о рекламе.

Часть 10 статьи 5 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.

Кроме того, с 1 сентября 2012 года изменяется пункт 6 статьи 6 Закона о рекламе, устанавливающей 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.

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

В соответствии с новой частью 10.1 статьи 5 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, запрещенная 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) тестовым предупреждением об ограничении распространения информационной продукции среди детей.

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

Также необходимо отметить, что указанное требование части 10.1 статьи 5 Закона о рекламе распространяется только на рекламу информационной продукции, но не на 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 Закона о рекламе не допускается распространение рекламы, содержащей информацию, запрещенную 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, запрещенная 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 Закона о рекламе, и на расстоянии 100 метров от них.

Ответственность за нарушение частей 10.1 и 10.2 статьи 5 Закона о рекламе, согласно части 7 статьи 38 данного закона, несет рекламораспространитель.