

## Азбука права

### **Каким образом реализуется право детей на защиту от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию?**

Конституция Российской Федерации гарантирует государственную защиту материнства и детства.

Особой правовой защитой при производстве, размещении и распространении рекламы пользуются несовершеннолетние.

Конвенция о правах ребенка, ратифицированная Российской Федерацией, устанавливает, что ребенок, ввиду его физической и умственной незрелости, нуждается в специальной охране и заботе, включая надлежащую правовую защиту, как до, так и после рождения.

При современном уровне развития системы информационных коммуникаций, широком внедрении электронных средств массовой информации государство и общество уделяют большое внимание содержанию информации, адресованной несовершеннолетним. В особенности это относится к общедоступной рекламной информации.

В этих целях Федеральный закон Российской Федерации "О рекламе" (далее - Закон) устанавливает нормы, направленные на защиту несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта.

Так, в пункте 8 статьи 6 Закона запрещается в рекламе формирование у несовершеннолетних комплекса неполноценности, связанного с их внешней непривлекательностью. Данное требование направлено на защиту несовершеннолетних от негативного воздействия, которое может оказать реклама на их психическое здоровье и эмоциональное состояние.

Ответственность за нарушение требований статьи 6 несет рекламоделец.

Кроме того, частью 10 статьи 5 Закона в целях защиты несовершеннолетних, не допускается размещение рекламы в учебниках для начального и основного общего образования, школьных тетрадях и дневниках.

В главу 2 указанного Закона "Особенности отдельных способов распространения рекламы" включены ограничения, содержание которых связано с защитой несовершеннолетних.

В частности, статьей 14 ограничивается распространение рекламы в детских и образовательных передачах на телевидении. В таких передачах распространение рекламы допускается только непосредственно в начале передачи и непосредственно перед ее окончанием, при этом в зависимости от длительности передачи установлена максимальная продолжительность трансляции рекламы в начале и в конце передачи. Аналогичные нормы содержатся в статье 15, регулирующей рекламу в радиопрограммах и радиопередачах.

В главе 3 "Особенности рекламы отдельных видов товаров" содержатся положения, направленные на защиту несовершеннолетних при производстве, размещении и распространении рекламы.

Так, в статьях 21-23 содержится запрет на обращение к несовершеннолетним в рекламе алкогольной продукции; пива и напитков, изготавливаемых на его основе; табака, табачных изделий и курительных принадлежностей.

Реклама алкогольной продукции не должна размещаться в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, аудио- и видеопродукции, в детских, образовательных организациях и на расстоянии ближе, чем 100 метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений.

Реклама пива и напитков, изготавливаемых на его основе, не должна размещаться в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, радио- и телепередачах, аудио- и видеопродукции, в детских, образовательных организациях и на расстоянии ближе, чем 100 метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений.

Реклама табака, табачных изделий и курительных принадлежностей и т.п. не должна размещаться в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, при кино- и видеообслуживании, в детских, образовательных организациях и на расстоянии ближе, чем 100 метров от занимаемых ими зданий, строений, сооружений.

В статье 24 Закона содержится запрет на обращение к несовершеннолетним в рекламе лекарственных средств, медицинской техники, изделий медицинского назначения и медицинских услуг, включая медицинские услуги по искусственному прерыванию беременности.

**Прокуратура Кинель – Черкасского района**