

**Защита прав  
несовершеннолет  
них при  
осуществлении  
рекламной  
деятельности**



Выполнила: Ким Екатерина Игоревна, гр.  
102

# Структура презентации

1. Запреты в рекламе в целях защиты несовершеннолетних
2. Запреты в обращении к несовершеннолетним в рекламе
3. Запреты в размещении рекламы
4. Запреты в использовании образов несовершеннолетних
5. Кто несет ответственность за рекламу с детьми?

ФЗ "О рекламе" содержит указание на два способа, использование которых создает реальную угрозу причинения вреда интересам несовершеннолетних:

- 1) злоупотребление их доверием;
- 2) злоупотребление недостатком опыта в рекламе.

# 1. Запреты в рекламе в целях защиты несовершеннолетних



## **В целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта в рекламе не допускаются:**

1. дискредитация<sup>1</sup> родителей и воспитателей, подрыв доверия к ним у несовершеннолетних;
2. побуждение несовершеннолетних к тому, чтобы они убедили родителей или других лиц приобрести рекламируемый товар;
3. создание у несовершеннолетних искаженного представления о доступности товара для семьи с любым уровнем достатка;
4. создание у несовершеннолетних впечатления о том, что обладание рекламируемым товаром ставит их в предпочтительное положение перед их сверстниками;

<sup>1</sup> Дискредитация - неуместные действия или слова вызывающие недоверие к авторитету. Формы проявления дискредитации различны. Это и речевые приемы, и визуальные образы, которые прямо или косвенно причиняют обиду, содержат необоснованную унижительную критику или сравнение.

**В целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта в рекламе не допускаются:**

5. формирование комплекса неполноценности у несовершеннолетних, не обладающих рекламируемым товаром;
6. показ 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;
7. преуменьшение уровня необходимых для использования рекламируемого товара навыков у несовершеннолетних той возрастной группы, для которой этот товар предназначен;
8. формирование у несовершеннолетних комплекса неполноценности, связанного с их внешней непривлекательностью.

Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 01.05.2019) "О рекламе"

Глава 1. ОБЩИЕ ПОЛОЖЕНИЯ

Статья 6. Защита несовершеннолетних в рекламе

## 2. Запреты в обращении к несовершеннолетним в рекламе



## Не должна обращаться к несовершеннолетним:

- реклама алкогольной продукции (пункт 5, часть 1, статья 21, глава 3, ФЗ "О рекламе");
- реклама лекарственных средств (часть 1, статья 24, глава 3, ФЗ "О рекламе");
- реклама оружия и реклама продукции военного назначения, распространяемая в соответствии с законодательством РФ (пункт 2, часть 6, статья 26, глава 3, ФЗ "О рекламе");
- реклама основанных на риске игр, пари (пункт 1, часть 1, статья 27, глава 3, ФЗ "О рекламе").



Проведение рекламных акций, сопровождающихся раздачей образцов алкогольной продукции, допускается с соблюдением требований, установленных законодательством Российской Федерации о рекламе, только в стационарных торговых объектах, в том числе в дегустационных залах таких торговых объектов. При этом **запрещается привлекать к участию в раздаче образцов алкогольной продукции несовершеннолетних** и предлагать им данные образцы.

Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 01.05.2019) "О рекламе"  
Глава 3. ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ ТОВАРОВ  
Статья 21. Реклама алкогольной продукции  
Часть 4

# 3. Запреты в размещении рекламы в целях защиты несовершеннолетних



## 2. Реклама алкогольной продукции не должна размещаться:

2) в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, аудио- и видеопродукции;

Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 01.05.2019) "О рекламе"  
Глава 3. ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ ТОВАРОВ  
Статья 21. Реклама алкогольной продукции  
Часть 2  
Пункт 2

# 4. Запреты в использовании образов несовершеннолетних ИХ



## **Использовать образы несовершеннолетних запрещено:**

- в рекламе оружия и рекламе продукции военного назначения, распространяемой в соответствии с законодательством РФ;
- без получения согласия родителей на использование фото ребенка в рекламных целях.

Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 01.05.2019) "О рекламе"

Глава 3. ОСОБЕННОСТИ РЕКЛАМЫ ОТДЕЛЬНЫХ ВИДОВ ТОВАРОВ

Статья 21.

Часть 4

# 5. Кто несет ответственность за рекламу с детьми?



# Ответственность за рекламу с детьми несет:

**Рекламодатель** во всех случаях нарушения Закона "О рекламе", связанных с детьми.

**Рекламопроизводитель** в тех случаях, если нарушение законодательства произошло по его вине, и вина будет доказана.

**Рекламораспространитель** в случаях:


- размещения рекламы в учебниках, учебных пособиях, другой учебной литературе, предназначенных для обучения детей по основным образовательным программам начального общего, основного общего, среднего общего образования, школьных дневниках, школьных тетрадях ([пункт 10 статьи 5 ФЗ "О рекламе"](#));
- размещения рекламы алкогольной продукции в предназначенных для несовершеннолетних печатных изданиях, аудио- и видеопродукции ([пункт 2 части 2 статьи 21 ФЗ "О рекламе"](#)).
- если нарушен принцип должной осмотрительности.

# ИСТОЧНИК

Консультант Плюс. [Электронный ресурс] Федеральный закон от 13.03.2006 N 38-ФЗ (ред. от 01.05.2019) "О рекламе" (с изм. и доп., вступ. в силу с 29.10.2019).

URL:<http://www.consultant.ru/cons/cgi/online.cgi?req=doc&base=LAW&n=324253&fld=134&dst=1000000001,0&rnd=0.8404676913782055#046903247246088986>



A close-up photograph of five children of diverse ethnicities smiling warmly at the camera. The children are arranged in a cluster, with some in the foreground and others slightly behind. The lighting is bright and natural, suggesting an outdoor setting. The overall mood is joyful and positive.

Спасибо за  
внимание