

ПОСТОЯННОЕ ПРЕДСТАВИТЕЛЬСТВО
РОССИЙСКОЙ ФЕДЕРАЦИИ
ПРИ ОТДЕЛЕНИИ ООН И ДРУГИХ МЕЖДУНАРОДНЫХ
ОРГАНИЗАЦИЯХ В ЖЕНЕВЕ

15, avenue de la Paix,
1202 GENÈVE



MISSION PERMANENTE DE LA FEDERATION
DE RUSSIE AUPRES DE L'OFFICE DES
NATIONS UNIES ET DES AUTRES
ORGANISATIONS INTERNATIONALES AYANT
LEUR SIEGE A GENÈVE

Telephones: 733 18 70, 734 51 53, 734 66 30
Telefax: 734 40 44

№ 121

Постоянное представительство Российской Федерации при Отделении ООН и других международных организациях в Женеве свидетельствует свое уважение Управлению Верховного комиссара ООН по правам человека и в связи с его нотой от 11 декабря 2013 года имеет честь препроводить ответы Российской Федерации на вопросник, подготовленный в соответствии с резолюцией Совета ООН по правам человека 19/6 «Мандат специального докладчика в области культурных прав».

Постоянное представительство пользуется случаем, чтобы возобновить Управлению уверения в своем высоком уважении.

ONCHR REGISTRY

27 FEB 2014

Recipients :.....S.P.D.....
.....
.....
.....

г. Женева, 26 февраля 2014 года



Управлению Верховного комиссара ООН
по правам человека

г. Женева

**Информация Российской Федерации в связи с запросом
Специального докладчика в области культурных прав Ф.Шахид
в соответствии с резолюцией Совета ООН по правам человека 19/6**

Основным документом, регулирующим рекламную деятельность в Российской Федерации, является Федеральный закон от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе», который направлен на развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, обеспечение в Российской Федерации единства экономического пространства, реализацию права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, создание благоприятных условий для производства и распространения социальной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы, и устанавливает общие требования к рекламе.

При этом законодательством Российской Федерации могут быть установлены ограничения на распространение определенного рода информации, в том числе при распространении рекламы.

Поскольку пунктом 1 статьи 14 Федерального закона от 24 июля 1998 г. № 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» прямо предусмотрена обязанность органов государственной власти Российской Федерации принимать меры по защите ребенка от информации, пропаганды и агитации, наносящих вред его здоровью, нравственному и духовному развитию, Федеральным законом от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» определено понятие информационной безопасности детей – состояние защищенности детей, при котором отсутствует риск, связанный с причинением информацией вреда их здоровью и (или) физическому, психическому, духовному, нравственному развитию,

критериям которого должна соответствовать размещаемая в рекламе информация.

При этом следует отметить, что Федеральным законом от 29 июня 2013 г. № 135-ФЗ «О внесении изменений в статью 5 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» и отдельные законодательные акты Российской Федерации в целях защиты детей от информации, пропагандирующей отрицание традиционных семейных ценностей» (далее – Федеральный закон) внесены изменения в статью 5 Федерального закона от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», в статью 14 Федерального закона от 24 июля 1998 г. № 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» и в Кодекс Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с Федеральным законом за умышленные действия по пропаганде нетрадиционных сексуальных отношений среди несовершеннолетних в зависимости от степени общественного вреда установлена административная ответственность в виде административного штрафа либо административного ареста.

Согласно Федеральному закону пропагандой нетрадиционных сексуальных отношений среди несовершеннолетних является распространение информации, направленной на формирование у несовершеннолетних нетрадиционных сексуальных установок, привлекательности нетрадиционных сексуальных отношений, искаженного представления о социальной равноценности традиционных и нетрадиционных сексуальных отношений, либо навязывание информации о нетрадиционных сексуальных отношениях, вызывающей интерес к таким отношениям.

Следует учитывать, что Федеральным законом от 29 декабря 2010 г. № 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» установлен (специальный) порядок распространения информации, которая может причинить вред здоровью и (или) развитию детей (информация, пропагандирующая нетрадиционные сексуальные отношения, указанным законом отнесена к такой категории информации).

Данный порядок, в частности, предусматривает, что, если заведомо известно о наличии в информационной продукции информации, которая может причинить вред здоровью и (или) развитию детей, такая продукция в зависимости от ее вида подлежит обозначению специальным знаком, звуковым и (или) текстовым предупреждением об ограничении распространения соответствующей продукции среди детей различных возрастных категорий. При этом требования о необходимости указанных предупреждений не распространяются на телепрограммы, телепередачи, транслируемые в эфире без предварительной записи; информационную продукцию, распространяемую посредством радиовещания; на информационную продукцию, демонстрируемую посредством зрелищных мероприятий и другие случаи, когда предварительно не определяется точное содержание распространяемой информации.

Федеральная антимонопольная служба является уполномоченным федеральным органом исполнительной власти, осуществляющим функции по принятию нормативных правовых актов и контролю за соблюдением законодательства в сфере рекламы, в соответствии с Положением о Федеральной антимонопольной службе, утверждённым постановлением Правительства Российской Федерации от 30.06.2004 г. № 331.

Отвечая на просьбу о предоставлении краткого резюме принятых судебными властями ключевых решений в области рекламы и маркетинга за последние 10 лет, можно отметить Определение Конституционного Суда

Российской Федерации от 24 октября 2013 г. № 1718-0 «Об отказе в принятии к рассмотрению жалобы гражданина Алексева Николая Александровича на нарушение его конституционных прав статьей 7.1 Закона Санкт-Петербурга «Об административных правонарушениях в Санкт-Петербурге», а также Определение Верховного Суда Российской Федерации от 15 августа 2012 г. № 1-АПГ12-11 «Об оставлении без изменения решения Архангельского областного суда от 22 мая 2012 г., которым отказано в удовлетворении заявления о признании недействующими отдельных положений областного Закона Архангельской области от 15 декабря 2009 г. № 113-9-03 «Об отдельных мерах по защите нравственности и здоровья детей в Архангельской области» и областного Закона Архангельской области «Об административных правонарушениях».

Так, в Определении Конституционного Суда Российской Федерации указано, что «согласно Конституции Российской Федерации материнство и детство, семья находятся под защитой государства; вопросы защиты семьи, материнства, отцовства и детства относятся к совместному ведению Российской Федерации и субъектов Российской Федерации» (статья 38, часть 1; статья 72, пункт «ж» части 1).

Из названных конституционных положений следует, что семья, материнство и детство в их традиционном, воспринятом от предков понимании представляют собой те ценности, которые обеспечивают непрерывную смену поколений, выступают условием сохранения и развития многонационального народа Российской Федерации, а потому нуждаются в особой защите со стороны государства (Определение Конституционного Суда Российской Федерации от 19 января 2010 г. № 151-0-0).

При этом, как указал Конституционный Суд Российской Федерации в Постановлении от 18 июля 2013 г. № 19-П, правовое регулирование в сфере государственной защиты прав несовершеннолетних – исходя из требований

Конституции Российской Федерации, ее статей 7 (часть 2), 20 (часть 1), 21 (часть 1), 22 (часть 1) и 38 (часть 1), а также международно-правовых обязательств Российской Федерации – должно в приоритетном порядке гарантировать им защиту достоинства личности, права на жизнь, права на свободу и личную неприкосновенность, что предполагает, в частности, введение законодательных мер, имеющих целью обеспечение безопасности каждого ребенка как непосредственно от преступных посягательств, так и от неблагоприятного воздействия на его нравственность и психику, которое может существенным образом повлиять на развитие его личности, даже не будучи выраженным в конкретных противоправных деяниях.

Признавая детство важным этапом жизни человека и исходя из принципов приоритетности подготовки детей к полноценной жизни в обществе, развития у них общественно значимой и творческой активности, воспитания в них высоких нравственных качеств, патриотизма и гражданственности, законодатель установил в Федеральном законе от 24 июля 1998 г. № 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» основные гарантии прав и законных интересов ребенка, предусмотренных Конституцией Российской Федерации, в целях создания правовых, социально-экономических условий для реализации прав и законных интересов ребенка.

Согласно пункту 2 статьи 4 данного Федерального закона государственная политика в интересах детей является приоритетной и основана на принципах законодательного обеспечения прав ребенка, поддержки семьи в целях обеспечения воспитания, отдыха и оздоровления детей, защиты их прав, подготовки их к полноценной жизни в обществе, ответственности юридических лиц, должностных лиц, граждан за нарушение прав и законных интересов ребенка, причинение ему вреда. При этом пункт 1 статьи 14 названного Федерального закона обязывает органы

государственной власти Российской Федерации принимать меры по защите ребенка от информации, пропаганды и агитации, наносящих вред его здоровью, нравственному и духовному развитию.

Постановление Пленума Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации от 08.10.2012 г. № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» разъясняет порядок применения норм Федерального закона «О рекламе».

Следует отметить, в частности, пункт 16 данного Постановления, в котором указано, что по делам о привлечении лиц к административной ответственности, предусмотренной статьей 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях, за использование в рекламе бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений при решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных или образов, сравнений и выражений к числу непристойных (то есть крайне предосудительных и недопустимых ввиду неприличия) и (или) оскорбительных (то есть способных причинить обиду) специальных знаний, как правило, не требуется, в связи с чем неназначение судом соответствующей экспертизы само по себе не является основанием для отмены судебного акта.

В отношении государственного контроля в области рекламы необходимо отметить, что Правительством Российской Федерации принято постановление от 20 декабря 2012 г. № 1346 «Об утверждении Положения о государственном надзоре в области рекламы», которым утверждено Положение о государственном надзоре в области рекламы, а к функции по его осуществлению возложены на Федеральную антимонопольную службу и ее территориальные органы.

Согласно вышеназванному Положению задачами государственного надзора в области рекламы являются выявление, предупреждение и

пресечение нарушения органами государственной власти, органами местного самоуправления, юридическими лицами, индивидуальными предпринимателями, являющимися рекламодателями, рекламопроизводителями, рекламораспространителями, а также их руководителями, иными должностными лицами и их уполномоченными представителями обязательных требований, установленных Федеральным законом от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе» и иными нормативными правовыми актами Российской Федерации в сфере рекламы, посредством: организации и проведения проверок в отношении юридических лиц и индивидуальных предпринимателей; проведения мероприятий по контролю без взаимодействия с органами государственной власти, органами местного самоуправления, юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями; принятия предусмотренных законодательством Российской Федерации мер по пресечению и (или) устранению последствий выявленных нарушений; систематического наблюдения за исполнением обязательных требований, анализа и прогнозирования состояния исполнения обязательных требований при осуществлении органами государственной власти, органами местного самоуправления, юридическими лицами и индивидуальными предпринимателями деятельности в области рекламы.

Также постановлением Правительства Российской Федерации от 17 августа 2006 г. № 508 утверждены Правила рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, которые устанавливают порядок рассмотрения Федеральной антимонопольной службой и ее территориальными органами дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, по фактам принятия

федеральными органами исполнительной власти, органами исполнительной власти субъектов Российской Федерации, органами местного самоуправления актов, полностью или в части противоречащих законодательству Российской Федерации о рекламе, по фактам заключения договоров на оказание услуг по распространению телевизионной рекламы с нарушением требований законодательства Российской Федерации о рекламе.

Кроме вышеперечисленных ограничений в целях защиты несовершеннолетних от злоупотреблений их доверием и недостатком опыта в рекламе также не допускаются: дискредитация родителей и воспитателей, подрыв доверия к ним у несовершеннолетних; побуждение несовершеннолетних к тому, чтобы они убедили родителей или других лиц приобрести рекламируемый товар; создание у несовершеннолетних искаженного представления о доступности товара для семьи с любым уровнем достатка; создание у несовершеннолетних впечатления о том, что обладание рекламируемым товаром ставит их в предпочтительное положение перед их сверстниками; формирование комплекса неполноценности у несовершеннолетних, не обладающих рекламируемым товаром; 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; преуменьшение уровня необходимых для использования рекламируемого товара навыков у несовершеннолетних той возрастной группы, для которой этот товар предназначен; формирование у несовершеннолетних комплекса неполноценности, связанного с их внешней непривлекательностью (статья 6 Федерального закона от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ «О рекламе»).

Стоит отметить, что ограничения, установленные законодательством в отношении рекламы, в целом направлены на распространение информации,

соответствующей критериям нормативного правового регулирования различных аспектов общественной и частной жизни граждан.

Так, например, в настоящее время действует Указ Президента Российской Федерации от 17 февраля 1995 г. № 161 «О гарантиях права граждан на охрану здоровья при распространении рекламы» (редакция от 23 апреля 2007 г.), которым в целях сохранения конституционных гарантий охраны здоровья населения Российской Федерации как основы обеспечения долголетней активной жизни каждого человека, не допускается распространение в средствах массовой информации рекламы целителей, экстрасенсов и других лиц, объявляющих себя специалистами по лечению методами народной медицины и другими традиционными методами, не имеющими соответствующих разрешительных документов.

В отношении вопроса, касающегося регулирования персональных данных для коммерческих целей в Российской Федерации, сообщаем следующее.

Законодательство Российской Федерации в области персональных данных основывается на Конституции Российской Федерации и международных договорах Российской Федерации и состоит из Федерального закона от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных» и других федеральных законов, определяющих случаи и особенности обработки персональных данных.

На основании и во исполнение федеральных законов государственные органы, Банк России, органы местного самоуправления в пределах своих полномочий могут принимать нормативные правовые акты, нормативные акты, правовые акты по отдельным вопросам, касающимся обработки персональных данных.

Федеральным законом от 27 июля 2006 г. № 152-ФЗ «О персональных данных» регулируются отношения, связанные с обработкой персональных