

Исх. №АЯ-08/1455 от 10.02.2021

Председатель Комиссии Управления Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (должностное лицо) – заместитель руководителя, рассмотрев материалы дела в отношении <...> по факту размещения рекламы с текстом: «<...>», в социальной сети Вконтакте, что имеет признаки нарушения части 6 статьи Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»),

УСТАНОВИЛ:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Республике Татарстан (далее – Управление, Татарстанское УФАС России) поступило обращение (вх.№14937/ж от 26.10.2020 г.) по признакам нарушений Федерального закона от 13 марта 2006 г. №38-ФЗ «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»).

Фотоизображения Рекламного объявления представлено ниже:

<...>

Данный факт зафиксирован Актом-осмотра от 26 октября 2020 года.

Согласно ответу ООО «ВКонтакте» рекламный материал по адресу <...> через рекламный кабинет <...> конкретным Пользователем «<...>» с персональной страницы <...>.

Дата рождения: <...>.

E-mail: <...>.

Телефон: <...>.

Согласно ответу ПАО «Вымпелком» абонентский номер <...> <...> зарегистрирован на <...> (<...>).

В пункте 1 статьи 3 Закона «О рекламе» дано понятие рекламы — это информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

Согласно части 6 статьи 5 Закона «О рекламе», в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Таким образом, данное положение Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения.

К бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам, по мнению

специалистов ФАС России, могут быть отнесены слова и выражения, которые используются в качестве ругательств или оскорбления.

К непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

Вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к оскорбительным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности. При этом очевидно, что восприятие одной и той же информации разными людьми может отличаться в зависимости от личностных характеристик субъекта (возраста, образования, воспитания, семейных устоев, места проживания и прочее).

Соответственно, возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения. При этом, по мнению ФАС России, для признания рекламы неэтичной не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную.

Слоган разрушает институт семьи и нарушает закон о рекламе присутствием неэтических образов. Согласно Конституции Российской Федерации, семья находится под защитой государства, а законодательство исходит из необходимости ее укрепления, построения семейных отношений на чувствах взаимной любви и уважения. При этом под лозунгом «жена застучала тебя с другой» принято понимать женщину, которую с мужчиной не связывают узы брака, а значит, реклама волей-неволей пропагандирует внебрачные связи.

В рекламе наличие у мужчины другой женщины не осуждается и дано как норма социального поведения мужчины. Вместе с тем такое поведение оказывает разрушительное влияние на внутрисемейные отношения, подрывает нравственные устои семьи, психологический климат и доверие ее членов и как следствие влечет распад брака. Наличие другой женщины никогда не рассматривалось в России как социальная норма поведения и в целом осуждалось обществом, как в прежнее, так и настоящее время.

На основании таких выводов антимонопольная служба пришла к выводу, что используемый в рекламе образ социального поведения является «оскорбительным для семьи в целом, а также для оберегаемой в обществе ценности – института брака».

Из положения части 7 статьи 38 Федерального Закона «О рекламе» следует, что за нарушение требований, установленных частью 2 статьи 20 Закона «О рекламе» несет ответственность рекламодатель.

Статьей 3 Закона «О рекламе» установлено, что рекламодатель – изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо, то есть <...>.

Ввиду изложенного и на основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Федерального закона о рекламе, а также в соответствии с пунктами 19, 20 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

**ОПРЕДЕЛИЛ:**

1. Возбудить производство по делу №016/05/5 -161/2021 по признакам нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе, выразившихся в размещении рекламы с текстом: «<...>», в социальной сети Вконтакте.

2. Назначить дело №016/05/5 - 161/2021 к рассмотрению на 03 марта 2021 в 10 час. 45 мин. по адресу: г. Казань, ул. Московская, д. 55, кабинет 217 (зал заседаний).

3. Признать лицом, участвующим в деле, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе – <...>.

4. <...> в течение трех дней с момента получения настоящего запроса представить в Татарстанское УФАС России надлежащим образом заверенные копии следующих документов и материалов (на электронную почту to16@fas.gov.ru с дублированием <...>) согласно следующему перечню:

документы, подтверждающие личность (паспорт);

информация о рабочей деятельности;

информация об изготовителе вышеуказанной рекламной записи;

копии договоров на изготовление, размещение вышеуказанной рекламной записи, с приложением документов, подтверждающих исполнение указанного договора (акт выполненных работ, счет на оплату, платежное поручение);

сведения о лице, утвердившем указанную рекламную запись, письменные пояснения данного лица;

иные документы и сведения, имеющие значение для дела, при наличии возражений – нормативное и документальное их обоснование.

В случае если какие-либо пункты не реализованы (отсутствуют), указать мотивированную причину отсутствия данных документов или сведений.

При подготовке ответа на данный запрос, просим формировать ответ по пунктно, согласно списку запрашиваемой информации, а также в сопроводительном письме необходимо указать ссылку на исходящий номер <...> указанный в левом верхнем углу первой страницы запроса.

Непредставление в установленный срок сведений по требованию антимонопольного органа, либо представление заведомо недостоверных сведений (информации) влечёт административную ответственность, предусмотренную частью 6 статьи 19.8 Кодекса российской Федерации об административных правонарушениях.

Явка лица в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе, для участия в рассмотрении дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе обязательна.

**ВНИМАНИЕ:** В целях предотвращения угрозы распространения вируса COVID-19 (коронавирус) Управление рекомендует представлять свои интересы путем направления письменных пояснений, без непосредственного присутствия (по возможности) на заседании. В случае принятия решения о явке на заседание Комиссии просим обязательно обеспечить меры предосторожности и на заседании использовать медицинскую маску (иные средства защиты).

<...>

