

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА
комитетом по рассмотрению жалоб потребителей и обращений
государственных органов и общественных объединений
Общественного совета по рекламе Санкт-Петербурга

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка) в период с 25.07.2019 по 29.07.2019.

Описание рекламного продукта

Рекламная информация (видеоролик), распространяемая над магазином «Цветы Голландии» на информационном экране: «ЖК «МЁД» ул. Суворова, 35 т. 38-68-86», по адресу: г. Калининград, ул. Советский проспект 47А, содержащая образы обнаженных женщины и мужчины в непристойных позах.

Суть запроса

В Управлении федеральной антимонопольной службы по Калининградской области (далее - УФАС) находится жалоба потребителя о распространении вышеуказанной рекламы.

Для вынесения объективного решения по данному вопросу УФАС обратилось в СРО АМИ «Рекламный Совет» с обращением о соответствии данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, а также с просьбой дать ответы на поставленные вопросы.

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Обращение было направлено для рассмотрения членам комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов и общественных объединений Общественного совета по рекламе Санкт-Петербурга, а также председателю правового комитета СРО АМИ «Рекламный Совет».

Изучив материалы из обращения, эксперты единогласно высказали следующие мнения.

Вопрос 1. Имеет или не имеет, по Вашему мнению, признаки нарушения пункта 8 статьи 2 Федерального закона от 29.12.2010 N 436-ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», рекламная информация, распространяемая над магазином «Цветы Голландии» на информационном экране: «ЖК «МЕД» ул. Суворова, 35 т. 38-68-86», по адресу: г. Калининград, ул. Советский проспект 47А, (видеозапись прилагается)?

По мнению экспертов, видеоролик не является информацией порнографического характера, несмотря на представленные в данной рекламе изображения эротического характера. Норма п. 8 ст. 2 ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» (далее - Закон о защите детей) содержит в себе лишь определение информации порнографического характера, в связи с чем ее невозможно нарушить.

Однако с учетом того, что реклама размещена на улице и доступна широкому кругу лиц, в том числе, детям любых возрастов, она может быть признана нарушением п. 3 ч. 3 ст. 5 Закона о защите детей, поскольку в видеоролике используются изображения или описания половых отношений между мужчиной и женщиной, а подобная информация ограничена для распространения среди детей определённых возрастных категорий.

Вопрос 2. Имеются ли в распространяемой на информационном экране информации: «ЖК «МЁД» ул. Суворова, 35 т. 38-68-86», признаки нарушения пункта 5 части 4 статьи 5 Закона о рекламе?

Как было указано выше, видеоролик не является порнографией согласно определению п. 8 ст. 2 Закона о защите детей. Следовательно, реклама не нарушает п. 5 ч. 4 ст. 5 Закона о рекламе.

Однако, данная реклама содержит признаки нарушения п. 6 ст. 5 Закона о рекламе, поскольку содержит непристойные образы. Демонстрация подобной рекламы на улицах города является недопустимой.

Особое мнение

При рассмотрении запроса экспертами были высказаны мнения о том, что необходимо экспертное заключение аккредитованного специалиста, а также разработка определенных стандартов – правил, которыми, помимо Закона, должны следовать участники рекламного рынка.

Поскольку вопрос квалификации информации в качестве порнографической отнесен Законом о защите детей (ст. 17-19) исключительно к компетенции экспертов, аккредитованных Роскомнадзором, то не имея такой аккредитации, сложно сделать надлежащие выводы, поскольку они будут являться недопустимыми доказательствами.

Также было отмечено, что такая реклама никак не связана с объектом рекламирования – недвижимостью, и подобные образы здесь неуместны, поскольку они не способствуют формированию ответственного отношения к выбору такого товара, как недвижимость.

Решение

Нарушений законодательства не установлено.

Однако выявлено, что образы, используемые в данной рекламе являются непристойными и оскорбительными.

Представленная информация распространяется публично, т.е. ее могут видеть дети различных возрастов и, следуя нормам Закона о защите детей, такая информация должна быть ограничена к обороту. Так, в силу положений п. 3 ст. 9 указанного закона не допускается к обороту информационная продукция для детей, достигших возраста 12 лет, эксплуатирующая интерес к сексу и носящая возбуждающего характера натуралистические сцены изображения половых отношений между мужчиной и женщиной.

Комплексный анализ законодательства, связанного с защитой прав ребенка (Международная Конвенция о правах ребенка, ратифицированная Российской Федерацией, Федеральный закон от 24.07.1998 N 124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации», Закон о защите детей) позволяет сделать вывод о том, что одной из первоочередных задач в этом направлении является обеспечение информационной безопасности детей.

В этой связи, следует рекомендовать снять с распространения указанную рекламную информацию, поскольку ее публичный характер несет в себе риск, связанный с причинением вреда психическому, духовному и нравственному развитию детей, для которых такая продукция к обороту не допускается.

