

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 23.06.2019 по 26.06.2019.

Описание рекламного продукта

Нетиповые рекламные конструкции стабильного территориального размещения, незаконно установленные в Невском районе Санкт-Петербурга, с рекламной информацией следующего содержания: "...Акция! Кастрация: Кот - 1000 рублей, Кот - 2500 рублей! Неверный муж - бесплатно!"

Суть запроса

В Управление федеральной антимонопольной службы по Санкт-Петербургу (далее - УФАС) поступило несколько обращений заявителей с жалобой на содержание вышеуказанной рекламы о том, что данный текст является оскорбительным. Рекламодателем является Городской ветеринарный нефрологический центр "Ответ" <http://www.vetotvet.com>

Для вынесения объективного решения по данному делу УФАС обратилось в СРО АМИ «Рекламный Совет» с запросом дать оценку соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе.

Отклик

Позиция рекламодача не запрашивалась. По данному факту уведомлен профильный Комитет по печати и взаимодействию со средствами массовой информации Правительства Санкт-Петербурга на предмет принятия мер к незаконно установленной рекламной конструкции.

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».

При рассмотрении запроса всеми экспертами были высказаны мнения о том, что из характера и формы представления материала явно следует, что высказывание «Неверный муж бесплатно» носит шуточный характер, что будет очевидным для любого среднего потребителя рекламы. Однако при этом шутка недвусмысленно затрагивает сферу интимных отношений и тему супружеской неверности. При этом из содержания шутки следует, что общераспространенной реакцией на супружескую неверность являются действия, описанные на плакате. Следовательно, подтекст рекламы говорит о том, что большинство людей не обладают достаточным воспитанием, культурным уровнем и чувством собственного достоинства. Подобное предположение о культурном уровне общества, следующее даже не из прямого текста рекламы, а из контекста, является оскорблением, что нельзя назвать приемлемым для современного общества.

Поскольку реклама предназначена для публичной демонстрации, тиражирование подобных непристойных шуток в рекламе может оскорблять общественный вкус и не соответствует представлениям о допустимых в публичном пространстве высказываниях, а также может вызвать сомнения в распространенности идеи верности как общепринятой семейной ценности, соответствующей устоям общества.

Было принято решение проголосовать по следующим вопросам:

1. Данная реклама оскорбляет и унижает человеческое достоинство.
Большинство экспертов в соотношении 77,7% на 22,3% ответили «ДА»
2. Данная реклама содержит указание на вредительство.
Большинство экспертов в соотношении 77,7 % на 22,3% ответили «ДА»
3. В данной рекламе присутствует дискриминация по половому признаку.
Большинство экспертов в соотношении 66,6% на 33,4% ответили «ДА»
4. В данной рекламе присутствует пропаганда насилия и жестокости.
Большинство экспертов в соотношении 66,6% на 33,4% ответили «ДА»
5. Данная реклама подрывает основы семейных ценностей.
Большинство экспертов в соотношении 77,7% на 22,3% ответили «ДА»

6. В рекламе наличествуют признаки дискредитации родителей и воспитателей, подрыва доверия к ним.

Большинство экспертов в соотношении 66,6% на 22,3% ответили «ДА»

Особое мнение

Ряд экспертов высказали мнения по отсутствию в данной рекламе признаков оскорбления и унижения человеческого достоинства, указаний на вредительство, дискриминацию по половому признаку, пропаганду насилия и жестокости, подрыв семейных ценностей, дискредитацию родителей и воспитателей, мотивируя это тем, что имеет место именно шутка низкого качества, которую здесь выдает банальная подмена смыслов, когда ветеринар занимается кастрацией людей. Очевидно, что ветеринар этим не занимается, поэтому нормальный человек может понять, что это шутка, а не оферта. Закон о рекламе не может запретить шутки, ибо свободу слова никто не отменял, а эта свобода требует от нормального человека проявлять терпение, даже когда звучит нечто неприятное.

Решение

Выявлены нарушения п. 6 ст. 5 Федерального закона “О рекламе” от 13.03.2006 № 38-ФЗ, запрещающем использование в рекламе непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений.

Кроме того, с учетом места распространения рекламы и доступности ее для детей всех возрастов, подобные, даже шуточные высказывания, могут быть квалифицированы как нарушение пп. 4 п. 2 ст. 5 ФЗ «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию», как отрицающие семейные ценности.

