

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 32-30.05.2024
Управления Федеральной антимонопольной службы России
по Республике Коми

Запрос рассмотрен 4 членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии "Рекламный Совет" (далее – СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка): 30.05.2024 – 30.07.2024

Описание рекламного продукта

Распространение в выпусках газеты "PRO город Сыктывкар" рекламы услуг ясновидящей Валентины по избавлению от алкоголизма.

В выпусках №12 (806) от 23.03.2024 и №13 (807) от 30.03.2024 газеты "PRO город Сыктывкар" на седьмой полосе в разделе "Эзотерика" размещена информация следующего содержания:

"Валентина сама расскажет вашу судьбу. Нейтрализует любые воздействия черной магии, избавит от одиночества. Привороты без греха, обряды на удачу. Избавит от алкоголизма. Прием лично и на расстоянии. Мир вашему дому..."

Суть запроса

В адрес СРО поступил запрос из Управления Федеральной антимонопольной службы России по Республике Коми (далее – УФАС), где на рассмотрении находится дело, возбужденное по заявлению физического лица по факту распространения вышеуказанной информации.

Из материалов рекламного дела усматривается, что услуги, указанные в рассматриваемой рекламе, относятся к услугам оккультно-магического характера и в силу ч. 1 ст. 50 Федерального закона от 21.11.2011 №323-ФЗ "Об основах охраны здоровья граждан в Российской Федерации" не относятся к народной медицине.

Поскольку указанные в рассматриваемое рекламе услуги не являются медицинскими услугами, методами профилактики, диагностики, лечения и медицинской реабилитации, в рекламе таких услуг не допускается указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни объекта рекламирования.

УФАС пришло к выводу, что в рассматриваемое рекламе идет речь об услугах по избавлению от алкоголизма.

УФАС обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия признаков нарушений п. 6 ч. 5 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе".

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО по просьбе УФАС осуществило оценку соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Что является объектом (объектами) рекламирования?

Объект рекламирования – различные услуги некой Валентины, в единый перечень которых включены услуги эзотерического характера и услуга лечебного характера (обоснование см. ниже). Следует отметить, что в самом объявлении нет никаких указаний на наличие необходимого профильного медицинского образования.

Вопрос № 2. Содержит ли реклама указание на избавление от алкогольной зависимости?

Эксперты ответили ДА.

Вопрос № 3. Если содержит, то в чем это выражено?

Это выражено эксплицитно (то есть в явной форме) в сочетании слов "избавит от алкоголизма".

В тексте рекламы использована формулировка "избавит от алкоголизма", которая является фрагментом сообщения, воспринимающегося как единая грамматическая конструкция, имеющая одно подлежащее (действующее лицо – Валентина) и сказуемое, представленное рядом однородных членов: расскажет (судьбу), нейтрализует (воздействия черной магии), избавит (от одиночества), избавит (от алкоголизма). Пунктуационно они разделены точками: использован известный риторический прием парцелляции, позволяющий создать в едином сообщении несколько равнозначных смысловых акцентов.

Грамматическая форма глагола "избавит" (будущее время, совершенный вид) свидетельствует о том, что в тексте представлен речевой акт "обещание" (как тип целеустановки). Иными словами, в рекламном тексте указано на обещание Валентины избавить (своих потенциальных клиентов) от алкоголизма.

Рассмотрим, что представляет собой семантика слова "алкоголизм".

В "Большом толковом словаре русского языка" под общей редакцией С.А. Кузнецова представлено следующее толкование слова "алкоголизм":

"АЛКОГОЛИЗМ, -а; м. мед. заболевание, вызываемое частым употреблением спиртных напитков, сопровождающееся глубокими психическими и физическими расстройствами".
Источник: [https://gramota.ru/poisk?query=алкоголизм&mode=slovari&dicts\[\]=42](https://gramota.ru/poisk?query=алкоголизм&mode=slovari&dicts[]=42).

В "Большом российском энциклопедическом словаре" (2012 г.) понятие "алкоголизм" разъясняется через формулировку "зависимость от алкоголя" (то есть алкогольная зависимость):

"АЛКОГОЛИЗМ – хроническое заболевание, обусловленное систематическим употреблением спиртных напитков. Проявляется физической и психической зависимостью от алкоголя, психической и социальной деградацией, патологией внутренних органов, обмена веществ, центральной и периферической нервной системы".

Источник: <https://slovar.cc/enc/bolshoy-rus/1692929.html>.

Таким образом грамматический, семантический и семантико-прагматический анализ подтверждает, что в анализируемом рекламном тексте представлено указание в виде обещания, что некто Валентина избавит от алкогольной зависимости (как характерного проявления алкоголизма).

Вопрос № 4. Содержит ли реклама указание на лечебные свойства, то есть положительное влияние на течение болезни объекта рекламирования?

Эксперты ответили ДА.

Вопрос № 5. Если содержит, то в чем это выражено?

Слово "Лечебный" описано в "Большом толковом словаре русского языка" как "предназначенный для лечения".

Источник: [https://gramota.ru/poisk?query=лечебный&mode=slovari&dicts\[\]=42](https://gramota.ru/poisk?query=лечебный&mode=slovari&dicts[]=42).

Для разъяснения ответа на данный вопрос рассмотрим, как соотносится семантика глагола "избавить" (использованного в рекламе) и семантика глаголов, относящихся к семантической группе (семантическому полю) 'ЛЕЧЕНИЕ', а именно: "вылечить", "излечить", "исцелить".

Современные словари синонимов (в частности, см. ресурс <https://synonyms.ru/>) указывают, что глагол "избавить" используется как синоним каждого из трех упомянутых глаголов. Например, одним из наиболее частых синонимов слова "вылечить" является словосочетание "избавить от болезни". Иными словами, в современном русском языке имеется существенное семантическое сходство и взаимозаменяемость в тексте (синонимия) словосочетания "избавить от болезни" (алкоголизм признается заболеванием, болезнью) и слова "вылечить".

Семантическое сходство наглядно отражено и в толкованиях этих глаголов, поскольку слово "избавить" присутствует в толковых статьях всех трех глаголов "вылечить", "излечить", "исцелить":

"ВЫЛЕЧИТЬ, -чу, -чишь; св. кого (что). 1. (нсв. также лечить). Лечением восстановить здоровье; излечить. 2. Разг. Избавить, отучить от чего-л".

Источник: [https://gramota.ru/poisk?query=вылечить&mode=slovari&dicts\[\]=42](https://gramota.ru/poisk?query=вылечить&mode=slovari&dicts[]=42).

"ИЗЛЕЧИТЬ, -лечу, -лечишь; излеченный; -чен, -а, -о; св. (нсв. также лечить). кого-что. 1. Сделать здоровым; вылечить. И. больного. И. рану. 2. от чего. Избавить, освободить от чего-л. нежелательного, мешающего, неприятного, наносящего вред".

Источник: [https://gramota.ru/poisk?query=излечить&mode=slovari&dicts\[\]=42](https://gramota.ru/poisk?query=излечить&mode=slovari&dicts[]=42).

"ИСЦЕЛИТЬ, -лю, -лишь; исцелённый; -лён, -лена, -лено; св. книжн. Избавить от болезни, недуга; вылечить, излечить".

Источник: <https://gramota.ru/poisk?query=исцелить&mode=slovari&dicts%5B%5D=42>.

Очевидно, что "вылечить" (а также "излечить", "исцелить") означает положительное влияние на течение болезни, приводящее к ее исчезновению, то есть к излечению. В силу синонимии указанных формулировок ("вылечить" и "избавить от болезни") то же самое можно утверждать и о словосочетании "избавить от болезни (алкоголизма)". Формулировка "избавит от алкоголизма" передает смысл обещания: 'положительно повлияет на течение болезни (алкоголизма), приведя к ее исчезновению'.

Вопрос № 6. Имеются ли иные нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты ответили НЕТ.

Вопрос № 7. Имеются ли нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты ответили НЕТ.

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Проведенный анализ с использованием лингвистических методов позволяет утверждать, что в рассматриваемой рекламе нарушен п. 6 ч. 5 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе".

В исследуемом рекламном тексте используется формулировка "избавит от алкоголизма", представляющая собой обещание избавить от алкоголизма. Слово "алкоголизм" в толковом и энциклопедическом словарях описано как заболевание (болезнь), проявляющееся в алкогольной зависимости. Словарные толкования слов "вылечить, излечить, исцелить", в описании семантики которых используется слово "избавить", а также предлагаемые в современном русском языке синонимические замены этих слов на словосочетание "избавить от болезни" свидетельствуют об их высоком семантическом сходстве. Таким образом в рекламном тексте содержится обещание оказать услугу избавления от заболевания, то есть услугу лечебного характера, положительно влияющую на течение болезни, поскольку это приводит к излечению от болезни (избавлению от нее).

Алкоголизм (алкогольная зависимость), согласно позиции исследователей (<https://ncpz.ru/lib/54/book/32/chapter/25>) и Министерства здравоохранения (письмо

№14-5/10/2-8527 от 30.08.2011) не поддается полному излечению. В связи с этим любая реклама, предполагающая возможность излечения от алкоголизма, является недостоверной: см. Решение Арбитражного суда г. Москвы по делу №А40-6440/12 от 07 февраля 2012 г.

Изывительная форма глагола "избавлять" указывает на реальность действия. Таким образом в рекламном материале гарантируется излечение от зависимости. Данная реклама нарушает п. 2 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе".

Особое мнение

Особых мнений не поступило.

Решение

1. Выявлены нарушения п. 6 ч. 5 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе".

2. Выявлены нарушения п. 2 ч. 3 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе".

3. Нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2024 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.

