

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА Федеральной антимонопольной службы России

Запрос рассмотрен членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО), а также председателем правового комитета СРО.

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка)
15.01.2020-02.02.2020.

Описание рекламного продукта

Рекламная рассылка от интернет-ресурса обучения иностранному языку Лингуалео с адреса leo@email.lingualeo.com с темой письма "Меняйся или сдохни" с картинкой мультипликационного льва, сжимающего кулак, и текстом в теле письма "Выбор за тобой! Собери всю волю в кулак и возьми, наконец, за английский! Скидка 80% на все курсы тебе в помощь! Стать лучше!".

Суть запроса

В Федеральную антимонопольную службу России (далее - ФАС) поступила жалоба потребителя в связи с распространением данной рекламы, которая на его взгляд является оскорбительной и неэтичной.

Для вынесения объективного решения по данному вопросу ФАС обратилась в СРО с запросом о соответствии данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Отклик

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

Оценка экспертов

Изучив материалы из обращения УФАС, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Содержатся ли в данной рекламе оскорбительные и/или непристойные образы, сравнения и/или выражения?

Эксперты большинством голосов (80%) ответили “ДА”, 20% экспертов ответили “НЕТ”.

Вопрос № 2. Имеются ли в данной рекламе нарушения требований Российской Федерации о рекламе, а также норм, изложенных в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты единогласно ответили “ДА”.

Эксперты мотивировали свою позицию следующими выводами.

В жалобе потребителя содержится достойное обоснование претензий с перечислением нарушенных норм права.

В рассматриваемой рекламе имеются признаки нарушения:

1. п. 4 ч. 4 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» - “Реклама не должна формировать негативное отношение к лицам, не пользующимся рекламируемыми товарами, или осуждать таких лиц”;

2. ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» - “В рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений”;

3. ч. 11 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» - “При производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации”.

Эксперты отметили, что жизнь человека является высшей ценностью, на этом этическом фундаменте строится все современное законодательство и политические режимы. Ни одна вещь, а тем более товар или услуга не может быть противопоставлена человеческой жизни. Поэтому слоган “меняйся или сдохни”, который как раз подразумевает смерть как альтернативу неиспользования услуг рекламодача, неэтичен, поскольку он обуславливает жизнь необходимостью наличия различных изменений, что не соответствует безусловному аксиологическому приоритету жизни.

Использованная формулировка неэтична и аморальна, оскорбляет любого человека, является грубым и оскорбительным словом, адресованным потребителям рекламы.

Слово “сдохни” вообще некорректно в рекламе, а в данном случае оно может рассматриваться как безальтернативный призыв к действию, что также недопустимо.

Автор рекламного креатива, видимо, - большой поклонник Бреда Питта и фильма “Человек, который изменил всё” (Moneyball). Поэтому он решил, что цитату “Меняйся или сдохни!” знают все. Но он ошибся. Вне контекста фраза воспринимается как совершенно дикий, людоедский императив.

Особое мнение

От отдельных экспертов поступили особые мнения о том, что используется неудачная двусмысленная формулировка, где "сдохни" звучит как пожелание смерти, что должно быть исключено из публичной коммуникации, но это литературное слово.

Решение

1. Выявлены нарушения ч. 4 п. 4, ч. 6, ч. 11 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

