



ФЕДЕРАЛЬНАЯ
АНТИМОНОПОЛЬНАЯ
СЛУЖБА
(ФАС России)

ЗАМЕСТИТЕЛЬ
РУКОВОДИТЕЛЯ

Садовая Кудринская, 11
Москва, Д-242, ГСП-3, 125993
тел. (499) 755-23-23, факс (499) 755-23-24
delo@fas.gov.ru <http://www.fas.gov.ru>

29.03.2018 № АК/21504/18

На № _____ от _____

О проведении опросов на сайтах
территориальных органов ФАС России

ФАС России в связи с проведением рядом территориальных органов опросов, путем размещения спорной рекламы на официальном сайте и на страницах в социальных сетях территориальных органов ФАС России сообщает.

В соответствии с частью 6 статьи 5 Федерального 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.

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).

Таким образом, в ряде случаев территориальные органы ФАС России в случае необходимости получить оценку конкретной рекламы проводят опрос, в том числе путем размещения спорной рекламы, а также опросного листа на официальном сайте, а также на страницах в социальных сетях территориального органа ФАС России.

Соответственно, возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения её этичности различными категориями населения. При этом, по мнению ФАС России, для признания

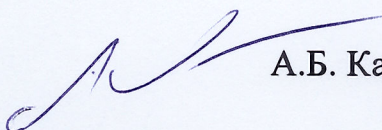


рекламы неэтичной не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную.

Вместе с тем, результаты проведенных территориальными органами ФАС России опросов на сайте или на странице в социальных сетях, с целью оценки содержания рекламы, носят рекомендательный характер.

Обращаем внимание территориальных органов ФАС России, что в случае проведения указанных опросов не представляется возможным четко установить лицо, осуществляющее голосование, поскольку оно имеет возможность неоднократного голосования путем прохождения опроса с разных IP адресов. С учетом изложенного, достоверность итоговых результатов голосования может вызывать сомнения, так как заинтересованные лица имеют возможность редактировать результаты голосования, путем создания аккаунтов для голосования. Таким образом, по мнению специалистов ФАС России, результаты таких опросов не могут применяться в качестве единственного доказательства по делу.

Кроме того, недопустимо размещать опросы на официальном сайте и на страницах в социальных сетях территориальных органов ФАС России с целью оценки рекламы, содержащей признаки нарушения Федерального закона «О рекламе», по факту распространения которой антимонопольным органом уже вынесено решение о признании нарушения законодательства о рекламе.


А.Б. Кашечиков

Месропян К.А. (499) 755-23-23, доб. 088-527