



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>

Руководителям
территориальных органов
ФАС России

08.06.2014 № АК/38500-МР/14

На № _____ от _____

Об использовании непристойных и
оскорбительных образов в рекламе

№ ДВС-4/62 от 23.05.2017

В ФАС России поступило обращение сопредседателя внутрипартийной Платформы Партии «Единая Россия» по поддержке предпринимательской инициативы, депутата Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации Т.О. Алексеевой и заместителя Председателя Комитета Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации по экономической политике, промышленности, инновационному развитию и предпринимательству Д.В. Сазонова об оказании поддержки и поручении активизировать работу, направленную на пресечение использования оскорбительных образов в отношении памяти Победы в Великой Отечественной войне.

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.

По мнению специалистов ФАС России, к бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам, могут быть отнесены слова и выражения, которые используются в качестве ругательств или оскорбления.

К непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.



К оскорбительным образам, сравнениям и выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

При этом оценка каких-либо слов или образов в рекламе на предмет их отнесения к непристойным или оскорбительным осуществляется в каждом конкретном случае, исходя из содержания рекламы и всех обстоятельств её размещения.

Учитывая высокую значимость указанного вопроса для отдельных категорий граждан, в частности ветеранов Великой Отечественной войны, ФАС России обращает внимание территориальных органов ФАС России на необходимость более внимательного отношения к оценке рекламы, в которой используются символы Победы, в том числе с точки зрения использования оскорбительных образов и выражений и в случае выявления нарушений требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», поручает принять меры по пресечению распространения такой рекламы.



А.Б. Кашеваров

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