

Саморегулируемая организация
Союз микрофинансовых организаций
«Микрофинансирование и Развитие»
(СРО «МиР»)
107078, Москва, Орликов пер. д.5, стр.1,
пом. 11
info@npmir.ru, www.npmir.ru
тел.: (495) 258-8705

Руководителю
микрофинансовой
организации

от 15.12.2023 № 1926

ИНФОРМАЦИОННОЕ ПИСЬМО

*«Об использовании слова «займ»
вместо слова «заём» в рекламе»*

В соответствии с ч. 11 ст. 5 Федерального Закона «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (далее – Закон о рекламе) **при производстве, размещении и распространении рекламы** должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, **законодательства о государственном языке Российской Федерации.**

Согласно ч. 2 ст. 1 Федерального закона от 01.06.2005 N 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» (далее – Закон о государственном языке) статус русского языка как государственного языка Российской Федерации предусматривает обязательность использования русского языка в установленных законодательством сферах, его защиту и поддержку, а также обеспечение права граждан Российской Федерации на пользование государственным языком Российской Федерации. Пункт 10 ч.1 ст. 3 Закона о государственном языке определяет, что русский язык как государственный язык подлежит обязательному использованию в рекламе.

В рамках полученных Законом о государственном языке полномочий Правительство Российской Федерации утвердило [список](#) грамматик, словарей и справочников, содержащих нормы современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации (Постановление Правительства РФ от 23 ноября 2006 г. № 714 «О порядке утверждения норм современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации, правил русской орфографии и пунктуации»). В соответствии с данными словарями слово «займ» не соответствует нормам русского литературного языка.

На обращение СРО «МиР» с просьбой сообщить о допустимости с точки зрения норм русского литературного языка использования слова «займ» вместо «заём» (в единственном числе в именительном падеже) в письменной и устной речи с учетом оценки речевых инноваций, социальных и прагматических аспектов функционирования русского языка (обращение размещено на странице официального сайта СРО «МиР» в сети «Интернет» https://npmir.ru/vzaimodeystvie-s-regulyatorami/?ELEMENT_ID=6821)

Федеральное государственное научное учреждение «Институт русского языка им. В.В. Виноградова Российской академии наук», входящее в утвержденный Приказом Министерства образования и науки Российской Федерации «Об утверждении списка высших учебных заведений и организаций, которыми проводится экспертиза грамматик, словарей и справочников, содержащих нормы современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации» от 29 декабря

2008 г. № 401 список высших учебных заведений и иных организаций, которыми проводится экспертиза грамматик, словарей и справочников, содержащих нормы современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации, ответило, что слово «займ» не соответствует нормам русского языка (ответ размещен на странице официального сайта СРО «МиР» в сети «Интернет» https://npsmir.ru/vzaimodeystvie-s-regulyatorami/?ELEMENT_ID=6847).

В связи с вышеизложенным, использование слова «займ» вместо слова «заём» является нарушением части 11 статьи 5 Закона о рекламе.

При этом ст. 38 Закона о рекламе, предусматривающая правила определения субъекта ответственности за нарушение каждого требования Закона, не устанавливает ответственность за нарушение ч. 11 ст. 5 Закона о рекламе и не определяет субъекта ответственности за нарушение предусмотренной ею нормы. Вместе с тем, из того, что требование по соблюдению законодательства о государственном языке Российской Федерации распространяет свое действие на производство, размещение и распространение рекламы, следует сделать вывод, что субъектом ответственности за нарушение ч. 11 ст. 5 Закона о рекламе может быть и рекламодатель, и рекламопроизводитель, и рекламораспространитель.

За нарушение общих требований к рекламе, к которым относится требование по соблюдению законодательства о государственном языке Российской Федерации, установлена административная ответственность, предусмотренная ч. 1 ст. 14.3 КоАП РФ, в соответствии с которой нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

На настоящее время судебная практика о привлечении к ответственности в случае, когда состав правонарушения представлен только нарушением ч. 11 ст. 5 Закона о рекламе, отсутствует. Однако есть практика привлечения к административной ответственности со стороны Управлений ФАС РФ: Решение Омского Управления ФАС РФ от 24 апреля 2019 г. по делу № 055/05/5-262/2019; от 2 сентября 2021 г. по делу № 055/05/28-838/2021, Постановление Омского УФАС России от 20.10.2021 № 055/04/14.3-967/2021 и др.

В связи с вышеизложенным, при оценке коммерческой целесообразности использования в рекламе слова «займ» вместо слова «заём» следует учитывать риски повышенного внимания со стороны ФАС РФ и возможность применения предусмотренных КоАП РФ мер ответственности за нарушение законодательства о рекламе.

Директор СРО «МиР»

Исп. Новицкая А.А.



Е.С. Стратьева