Генеральному прокурору Российской Федерации

Ю. Я. Чайке

125993, Россия, Москва

ул. Б.Дмитровка, д. 15а ГСП 3

от …..

127083, Россия, г. Москва

……

**ЗАЯВЛЕНИЕ**

**о предотвращении, предупреждении и профилактике распространения проституции через рекламу**

Уважаемый Юрий Яковлевич!

Поднимаю вопрос о том, что в настоящее время в информационном пространстве Российской Федерации ведётся системная деятельность по вовлечению в занятие проституцией путём обмана. В сознательное и бессознательное молодых девушек внедряются искажённые смыслы, ложные ценности, - с помощью рекламы ничего не подозревающим зрительницам пропагандируется норма разврата и распущенности.

В телевизионном эфире круглосуточно, на многомиллионную аудиторию, транслируется массированная реклама, где формируется представление о новых общественных нормах, в которых поощряется возбуждение сексуального интереса женщины у мужчины через публичную демонстрацию своего полуобнажённого тела и эксплуатацию эротических образов, в отличие от традиционного желания создать семью на основе духовной близости и любви.

В рекламном ролике торговой марки «O.B.» компании ООО «ДЖОНСОН & ДЖОНСОН», который транслируется на Первом канале (ОАО «Первый канал») и других федеральных каналах, используются скрытые приёмы с эксплуатацией эротических образов, где в сознание девушек вводится норма легкомысленного поведения.

Указатель на пример рекламного ролика торговой марки «O.B.»: https://www.youtube.com/watch?v=Tvh5IB1IhDY

В данной рекламе компания ООО «ДЖОНСОН & ДЖОНСОН» использует технологию обратного идентификационного переноса, когда под эгидой агитации покупки товара продвигается определённый образ жизни, и технологию полунамёков, когда сексуальные мотивы идут как намёк, а девушке предоставляется направление додумать всё самой, тем самым вписывая её в сценарий в качестве активного участника действия, воспроизводимого в рекламе.

В указанной рекламе торговой марки «О.B.» девушка-героиня раздевается до нижнего белья (неприкрытое напоминание о сексе) в компании нескольких мужчин, и реклама предлагает ассоциировать это с чем-то светлым, лёгким, приятным и общепринятым. Демонстрируемую модель отношений можно описать тремя словами "в один день: познакомилась-потанцевала-разделась". Такое вовлечение через технологию полунамёков и воздействия на условно-рефлекторные связи формирует позитивное восприятие образа жизни с постоянной сменой сексуальных партнёров, а также возможность сексуальных связей одновременно с множеством мужчин. Радость в сумме с сексуальными мотивами вызывает искренний интерес к происходящему, который затем должен быть удовлетворён.

В результате такого ценностно-культурного переформатирования у девушки происходит деформация сознания с ростом нравственной распущенности, что приводит к разложению внутренних морально-этических ограничений и стимулирует негативные процессы, связанные с вовлечением в занятие проституцией.

В соответствии с традициями и обычаями, присущими народам России, в рамках государственной и общественной поддержки направления развития страны на ближайшие годы, предложенного Президентом Российской Федерации в Указе «О мерах по реализации демографической политики Российской Федерации» от 7 мая 2013 года №606, в рамках стратегических основ национальной безопасности Российской Федерации в п.п. 80, 81, 84 Стратегии национальной безопасности Российской Федерации, п.п. 1, 2, 3 Доктрины информационной безопасности Российской Федерации, а также, в целях пресечения рекламы со скрытыми сексуальными смыслами, способной нанести вред демографической политике, рождаемости и здоровью граждан России, учитывая ст. 240 Уголовного Кодекса Российской Федерации, ст.ст. 5.9, 6.8 Федерального закона «О рекламе» от 13 марта 2006 года №38-ФЗ, ст.ст. 4, 14 Федерального закона «Об основных гарантиях прав ребёнка в Российской Федерации» от 24 июля 1998 г №124-ФЗ, ст.5 Федерального закона «О защите детей от информации, причиняющей вред их здоровью и развитию» от 29 декабря 2010 г №436-ФЗ, и руководствуясь ст.ст. 38, 55 Конституции Российской Федерации, на основании ст.ст. 10, 21, 27 Федерального закона «О прокуратуре Российской Федерации» от 17 января 1992 года №2202-1,

**Прошу:**

1. **Провести проверку рекламной деятельности компании ООО «ДЖОНСОН & ДЖОНСОН»** по изложенным выше обстоятельствам и принять меры профилактики для устранения причин и условий, способствующих вовлечению в занятие проституцией на территории Российской Федерации;
2. **Запросить у представителей компании необходимую** для рассмотрения обращения официальную видеозапись рекламного ролика торговой марки «O.B.»: <https://www.youtube.com/watch?v=Tvh5IB1IhDY>
3. **Провести психолого-педагогическую экспертизу** собранного материала для:

а) раскрытия механизмов воздействия данного смыслового обмана на потенциальное вовлечение молодых девушек в занятие проституцией;

б) определения последствий причинения такого вреда и юридического значения этого состояния.

1. При наличии оснований **привлечь виновных лиц к ответственности**.

Другими доказательствами подтвердить обстоятельства данного заявления невозможно.

Прошу сообщить о результатах рассмотрения заявления в установленном порядке.

Информирую о том, что копии данного обращения были направлены:

1. Председателю комитета Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации по культуре

**Говорухину Станиславу Сергеевичу**

1. Председателю комитета Государственной Думы Федерального Собрания Российской Федерации по образованию

**Никонову Вячеславу Алексеевичу**

….. 6 июля 2015 г.