



**Republica Moldova**

**CURTEA CONSTITUȚIONALĂ**

Перевод

**ОПРЕДЕЛЕНИЕ**

**О НЕПРИЕМЛЕМОСТИ**

*обращения № 187g/2018 г.*

об исключительном случае неконституционности некоторых  
положений статьи 364 ч. (6) Кодекса о правонарушениях  
(*сексистская реклама*)

КИШИНЭУ

10 декабря 2018 г.

Конституционный суд в составе:  
Михай ПОАЛЕЛУНЖЬ, *председатель*,  
Аурел БЭЕШУ,  
Игорь ДОЛЯ,  
Виктор ПОПА,  
Вячеслав ЗАПОРОЖАН, *судьи*,

при участии *секретаря заседания*, Георгия Реницэ,

Принимая во внимание обращение, представленное  
и зарегистрированное 3 декабря 2018 г.,  
рассмотрев приемлемость указанного обращения,  
учитывая акты и материалы дела,  
проведя обсуждение в совещательной комнате 10 декабря 2018 г.,

выносит следующее определение:

## **ФАКТИЧЕСКИЕ ОБСТОЯТЕЛЬСТВА**

1. Основанием для рассмотрения дела послужило обращение об исключительном случае неконституционности предложения «представление, изготовление или распространение [...] сексистской [...] рекламы» в ч. (6) статьи 364 Кодекса о правонарушениях, заявленном адвокатом Валерием Быркэ в деле № 4-1794/2017, находящемся в производстве суда Кишинэу, сектор Центру.

2. Обращение было представлено в Конституционный суд 3 декабря 2018 года Джетой Кистол, судьей в суде Кишинэу, сектор Центру, в соответствии со ст. 135 ч. (1) п. а) и п. g) Конституции.

### **А. Обстоятельства основного спора**

3. Констатирующий субъект Совета по конкуренции 11 октября 2017 года составил в отношении ООО «Iclean Out» протокол о правонарушении, предусмотренном статьей 364 ч. (6) Кодекса о правонарушениях [*представление, изготовление или распространение субъектами рекламной деятельности недобросовестной, недостоверной, неэтичной, сексистской или какой бы то ни было иной рекламы, противоречащей закону*].

4. Дело о правонарушении было передано для рассмотрения по компетенции в суд Кишинэу.

5. В ходе судебного заседания от 26 октября 2018 года адвокат Валерий Быркэ заявил об исключительном случае

неконституционности предложения «представление, изготовление или распространение [...] сексистской [...] рекламы» в ч. (6) статьи 364 Кодекса о правонарушениях.

6. Определением от того же числа суд Кишинэу, сектор Центру, направил обращение об исключительном случае неконституционности в Конституционный суд для разрешения.

## **В. Применимое законодательство**

### **7. Применимые положения Конституции:**

#### **Статья 22 Необратимость закона**

«Никто не может быть осужден за действия или за бездействие, которые в момент их совершения не составляли преступления. Не может также налагаться наказание более тяжкое, нежели то, которое могло быть применено в момент совершения преступления».

#### **Статья 23 Право каждого человека на знание своих прав и обязанностей**

«(1) Каждый человек имеет право на признание его правосубъектности.

(2) Государство обеспечивает право каждого человека на знание своих прав и обязанностей. С этой целью государство публикует все законы и другие нормативные акты и обеспечивает их доступность».

### **8. Применимые положения Кодекса о правонарушениях:**

#### **Статья 364 Нарушение законодательства о рекламе**

«[...]»

(6) Представление, изготовление или распространение субъектами рекламной деятельности недобросовестной, недостоверной, неэтичной, сексистской или какой бы то ни было иной рекламы, противоречащей закону,

влечет наложение штрафа на физических лиц в размере от 18 до 90 условных единиц, на должностных лиц в размере от 120 до 240 условных единиц и на юридических лиц в размере от 240 до 300 условных единиц.

[...]».

### **9. Применимые положения Закона № 1227 от 27 июня 1997 года о рекламе:**

## Статья 1 Основные понятия

«В целях настоящего закона используются следующие основные понятия:

*реклама* - публичная информация о лицах, товарах (работах, услугах), идеях или начинаниях (рекламная информация, рекламный материал), призванная вызывать и поддерживать интерес к ним неопределенного круга лиц, способствовать их реализации и повышению престижа производителя;

[...].»

## Статья 11<sup>1</sup> Сексистская реклама

«(1) Сексистской является реклама, которая:

- а) представляет женщину или мужчину как сексуальный объект в ситуациях унижительного, оскорбительного и насильственного характера и оскорбляет человеческое достоинство;
- б) продвигает в целях дискриминации сексистские стереотипы, поддерживая традиционное восприятие женщины как слабого, уязвимого и зависимого существа с более низким социальным положением.

(2) Сексистская реклама запрещена».

## ВОПРОСЫ ПРАВА

### А. Аргументы автора обращения

10. В обоснование обращения об исключительном случае неконституционности автор утверждает, что положения «представление, изготовление или распространение [...] сексистской [...] рекламы» в ч. (6) ст. 364 Кодекса о правонарушениях непредсказуемы. По его мнению, является неясным значение понятия сексистской рекламы.

11. Автор обращения считает, что оспариваемые положения противоречат статьям 22 и 23 Конституции.

### В. Оценка Конституционного суда

12. Рассмотрев приемлемость обращения, Конституционный суд отмечает следующее.

13. В соответствии со ст. 135 ч. (1) п. а) Конституции, конституционный контроль законов, в данном случае Кодекса о правонарушениях, относится к компетенции Конституционного суда.

14. Конституционный суд заключает, что обращение об исключительном случае неконституционности заявлено адвокатом Валерием Быркэ в деле № 4-1794/2017, находящемся в производстве суда Кишинэу, сектор Четру. Оно подано субъектом, наделенным таким правом, на основании ст. 135 ч. (1) п. а) и п. г) Конституции.

15. Что касается предмета обращения, Конституционный суд отмечает, что, хоть и запрашивается контроль конституционности предложения «представление, изготовление или распространение [...] сексистской [...] рекламы» в ч. (6) ст. 364 Кодекса о правонарушениях, автор обращения приводит доводы лишь в отношении синтагмы «сексистская реклама». По этим основаниям Конституционный суд выскажется только относительно предполагаемой неконституционности указанной синтагмы.

16. По мнению автора обращения об исключительном случае неконституционности, синтагма «сексистская реклама» не отвечает требованиям качества закона, поскольку является непредсказуемой.

17. Конституционный суд отмечает, что закон должен быть достаточно предсказуемым, чтобы дать возможность лицу, воспользовавшись при необходимости надлежащей юридической помощью, в разумной для обстоятельств дела степени, предвидеть последствия, к которым может привести определенное действие (см. *Sekmadienis LTD. против Литвы*, 30 января 2018 года, § 64).

18. Хотя определенность желательна, она может привести к чрезмерной жесткости. Законы не могут составляться с абсолютной точностью. В связи с этим, Европейский суд неизменно устанавливал, что большинство законов состоят из общих терминов, а их толкование и применение составляет предмет судебной практики. Многие законы по своей природе используют более или менее расплывчатые формулировки, толкование и применение которых зависят от практики (см. *Sekmadienis LTD. против Литвы*, приведенное выше, § 64).

19. В данном случае, Конституционный суд отмечает, что закон о правонарушениях устанавливает ответственность за представление, изготовление или распространение сексистской рекламы. При этом Кодекс о правонарушениях не содержит определение сексистской рекламы.

20. Однако ч. (1) статьи 11<sup>1</sup> Закона № 1227 от 27 июня 1997 года о рекламе предусматривает, что сексистской является реклама, которая: а) представляет женщину или мужчину как сексуальный объект в ситуациях унижительного, оскорбительного и насильственного характера и оскорбляет человеческое достоинство; б) продвигает в целях дискриминации сексистские стереотипы, поддерживая традиционное восприятие женщины как слабого, уязвимого и зависимого существа с более низким социальным положением. Закон

ОПРЕДЕЛЕНИЕ О НЕПРИЕМЛЕМОСТИ ОБРАЩЕНИЯ № 187G/2018

№ 1227 от 27 июня 1997 года о рекламе был дополнен данной статьей после вступления в силу Закона № 71 от 14 апреля 2016 года.

21. Конституционный суд отмечает, что законодательное определение понятия «сексистская реклама» было сформулировано с учетом резолюции Европейского Парламента от 3 сентября 2008 года о влиянии маркетинга и рекламы на равенство между женщинами и мужчинами, а также резолюции Парламентского собрания Совета Европы № 1751 от 25 июня 2010 года о борьбе с сексистскими стереотипами в средствах массовой информации (см. информационную записку к Закону № 71 от 14 апреля 2016 года).

22. Таким образом, Конституционный суд заключает, что существуют объективные элементы, которые помогают понять точный смысл оспариваемого положения. Толкование и определение понятия «сексистская реклама» относится к компетенции судебной инстанции.

23. Следовательно, Конституционный суд считает, что доводы автора обращения о качестве закона необоснованны.

По этим основаниям, в соответствии со ст. 26 Закона о Конституционном суде, ст. 61 ч. (3) и ст. 64 Кодекса конституционной юрисдикции, Конституционный суд

**О П Р Е Д Е Л И Л:**

1. *Признать неприемлемым* обращение об исключительном случае неконституционности предложения «представление, изготовление или распространение [...] сексистской [...] рекламы» в ч. (6) статьи 364 Кодекса о правонарушениях, заявленном адвокатом Валерием Быркэ в деле № 4-1794/2017, находящемся в производстве суда Кишинэу, сектор Центру.

2. Настоящее определение является окончательным, обжалованию не подлежит, вступает в силу со дня принятия и публикуется в «Monitorul Oficial al Republicii Moldova».

**Председатель**

**Михай ПОАЛЕЛУНЖЬ**

*Кишинэу, 10 декабря 2018 г.*

*ОКС № 155*

*Дело № 187g/2018 г.*