

НЕЭТИЧНАЯ ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА С ТОЧКИ ЗРЕНИЯ ЧЕТВЁРТОГО И ПЯТОГО ПОКОЛЕНИЙ ПРАВ ЧЕЛОВЕКА

С.И.Ивентьев
г.Казань

Посвящается светлой и доброй памяти
Мифтаховой Марии Дмитриевне

Реклама существенно влияет на формирование личности и мировоззрение человека. В работе исследуется влияние неэтичной интернет-рекламы на человека.

Ключевые слова: Любовь, человек, права человека, реклама

В своей работе «Права человека. Реклама» мною указывалось следующее: «Передаваемая информация может по-разному влиять на человека. Передача отрицательных образов (информации) негативно воздействует на человека, приводит к появлению различных заболеваний и даже к смерти. Обратным эффектом обладает положительная информация или образ. Примером может служить действие молитвы и икон. По указанным выше причинам система образования и воспитания, а также средства передачи информации (книга, кино, средства массовой информации и т.д.) имеют важное значение в формировании личности. Одним из способов передачи информации является реклама» [1, с.196-198].

Мне пришлось обратиться вновь к исследованию влияния рекламы на человека по следующим причинам.

В Интернете на многих сайтах размещается реклама интимных услуг (женской, мужской и детской проституции), порнографической продукции (фото, видео и пр.), а также сведения о сексуальных меньшинствах (гомосексуалисты, лесбиянки и т.д.). Подобная неэтичная интернет-реклама направлена против духовно-нравственной безопасности наших граждан и российского государства, а также четвёртого и пятого поколений прав человека, об истории открытия которых будет указано ниже.

Согласно свободной энциклопедии Википедии вышеуказанные термины обозначают следующее.

Порнография (др.-греч. πόρνη η — блудница и др.-греч. γράφω — писать, написать; разг.: порно) — непосредственное, вульгарно-натуралистическое изображение или словесное описание половых органов и полового акта, имеющее целью сексуальное возбуждение. Подвергалась запретам на протяжении истории со стороны государственных и церковных властей, продолжает подвергаться законодательным ограничениям и по сей день. Разновидность фетишизма, при которой сексуальное влечение направлено преимущественно на порнографические предметы, а достижение полового возбуждения и удовлетворения происходит при восприятии порнографии и её создании, называется порнографомания.

Сексуальные меньшинства — собирательный термин, объединяющий лиц обоих полов с минорными по статистике вариантами сексуальной ориентации либо гендерной идентичности — гомосексуальностью, бисексуальностью и транссексуальностью. Этот термин объединяет в себе гомосексуалов, бисексуалов, лесбиянок, а также транссексуалов. От первых букв этих слов образовано сокращение ЛГБТ, иногда

используемое для обозначения сексуальных меньшинств (в английском языке существует аналогичное сокращение LGBT). В понятие «сексуальные меньшинства» не включаются группы лиц, чьи сексуальные пристрастия определяются медициной как девиантные или патологические, либо реализация сексуальных пристрастий которых происходит не по взаимному согласию двух взрослых дееспособных лиц и тем самым нарушает права других людей или права животных либо уголовное законодательство, в частности, зоофилы, некрофилы, педофилы. Термин «sexual minorities» в английском языке не несёт каких-либо оскорбительных или негативных коннотаций и употребляется в юридических документах как собирательное понятие для гомосексуалов, бисексуалов и лесбиянок. Примером такого словоупотребления может служить Sexual Minorities Rights Act, принятый в Великобритании и относящийся только к гомосексуалам, бисексуалам и лесбиянкам. В то же время среди носителей русского языка встречается широкая трактовка термина «сексуальные меньшинства», включающая и всякого рода сексуальные девиации. Во многих странах существуют довольно сильные и влиятельные группы (правоконсервативные, религиозные), выступающие за признание гомосексуалов, лесбиянок, бисексуалов и транссексуалов не легальными меньшинствами, а «сексуальными девиантами» или «первертами» (извращенцами), грешниками, морально падшими и развращёнными личностями и т. п.

Проституция (от лат. prostitute [*pro + statuo*] — буквально *выставлять впереди* [напоказ]) — оказание сексуальных услуг за плату.

Понятие «проституция» тождественно понятиям «секс-индустрия», «секс» и «похоть плоти», которые в религии называют прелюбодеянием. Проституция противостоит четвёртому и пятому поколениям прав человека ввиду отсутствия энергии Любви (Бога) и лишает человека права на Любовь и рождение в Любви [2, с.128-132].

Неэтичная реклама действует на ум, сердце и волю человека, которые, как отмечает Ф.В.Флоринский, слагают нравственную деятельность в человеке [3, с.178]. При просмотре неэтичной рекламы у человека появляются соответствующие развратные мысли, которые не могут сразу нанести ему вреда, если не соединяются с действием сердца, которое порождает влечение, наслаждение или отвращение. В свою очередь, сердечные желания (влечения) подчиняют себе разум и волю, которые реализуют последующие действия человека по получению сексуальных наслаждений [3, с.181-182] в различных её формах, что, как правило, толкает человека на совершение нравственных преступлений. Неэтичная реклама всегда порождает похоть плоти, чем и пользуются организаторы и владельцы секс-индустрии.

К большому сожалению, искусство для привлечения людей на свои мероприятия также пользуется неэтичной рекламой, но в завуалированном виде.

Под духовно-нравственной безопасностью понимают состояние защищенности общественного сознания и морального здоровья нации, её традиционных, духовно-нравственных ценностей и уклада жизни от внешних неблагоприятных влияний. Предполагает поддержку государственной властью нравственных норм, традиционных конфессий и традиций национальной культуры [4, с.138-139]. Духовно-нравственная безопасность является одной из составляющей национальной безопасности государства.

Согласно юридической науке, человек является носителем не только материальных прав (первое-третье поколение прав), но и нематериальных прав и свобод, к которым относятся четвёртое и пятое поколение прав человека [5, с.47-49; 9, с.23-32].

Духовно-нравственные права и свободы (четвёртое поколение прав) были открыты в конце XX века в России, которые провозгласили и провозглашают духовные и нравственные ценности личности [6,с.199-203;9,с.23-32]. К указанным правам относятся право на жизнь, уважение духовного и нравственного достоинства человека, запрет пыток и бесчеловечного обращения, право на творчество, право выбора и свобода воли, свобода совести и вероисповедания, право на духовное образование и воспитание право на духовное и нравственное совершенствование, право на благоприятную окружающую среду и др.

Основу пятого поколения прав человека - Божественных прав и свобод - составляют Любовь, информация и энергия [5,с.47-49;7,с.87-92;8,с.373-377]. Данное поколение прав было открыто в начале нашего столетия также в России, к которому относятся такие права, как право на Любовь, Вера и любовь к Богу, единство с Творцом, право на обращение к Богу, право на рождение в Любви, право на информацию и управление энергией, право на управление пространством и временем, право на развитие энергетической мощи своей души и своих энергооболочек, право на Сотворчество и совершенствование окружающего мира, право на Божественное совершенствование, право на дары Бога и другие права, которые вытекают из Любви и Божественной энергии.

По нашему мнению, массовое размещение в социальной сети безнравственной или неэтичной интернет-рекламы произошло благодаря установлению в 2006г. в российском законодательстве размытого определения понятия «неэтичная реклама», а точнее его отсутствие.

Согласно п.1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», реклама — информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке [10].

Интернет-реклама — представление товаров, услуг в сети Интернет, адресованное массовому клиенту и имеющее характер убеждения.

Как указывается в Большом юридическом словаре, интернет-реклама имеет, как правило, двухступенчатый характер. Первая ступень - внешняя реклама, размещаемая рекламодателем у издателей, – рекламный носитель. Виды этой рекламы - баннеры, текстовые блоки, байрики, минисайты, Interstitials. Такая реклама обычно имеет ссылку непосредственно на сайт рекламодателя (вторая ступень). Реклама в Интернете, обладает рядом преимуществ в отличие от обычной рекламы: возможность оперативного анализа и корректировки рекламной компании, интерактивность (связь потребителя с рекламодателем для оформления заказа непосредственно через рекламный носитель и т.п.), относительно низкая стоимость, возможности автоматизации таргетинга и профайлинга и т.п. [11,с.250-252].

Согласно информации из Интернета, имеются следующие виды интернет-рекламы:

1.Медийная реклама — размещение текстово-графических рекламных материалов на сайтах, представляющих собой рекламную площадку. По многим признакам аналогична рекламе в печатных СМИ. Однако, наличие у баннера гиперссылки и возможность анимированного изображения значительно расширяют возможности воздействия медийной рекламы. Как правило, медийная реклама имеет форму баннерной рекламы.

2.Контекстная реклама — размещение текстово-графических рекламных материалов рядом с результатами поиска на сайтах, либо на сайтах партнерах ПС (поисковых систем), предлагающих пользователю функцию поиска. Демонстрация тех

или иных рекламных сообщений зависит от поискового запроса пользователя. Как правило, поисковая реклама имеет форму текстовой рекламы. Эта реклама является самой эффективным и популярным способом увеличения продаж.

3. Геоконтекстная реклама — реклама в мобильных телефонах с учётом местоположения пользователя (поисковая реклама) и на веб-картах (например, Google Maps, Яндекс.Карты, Карты@Mail.ru), которая относится к разряду LBA (location-based advertising). Рекламные сообщения показываются пользователю при просмотре участка карты с учётом контекста запроса. Например, можно просмотреть все салоны красоты в определенном районе города.

4. Продакт-плейсмент в онлайн играх – интернет-реклама продукта или бренда, интегрированная в игровой процесс.

Другие виды рекламы в Интернете как правило совмещают признаки медийной и поисковой рекламы или же переносят эти признаки в смежные с размещением на интернет-страницах области: так, видами Интернет-рекламы считаются размещение рекламы в рассылках по подписке и размещение рекламы в клиентах программ, установленных на рабочей станции пользователя.

До 1 июля 2006 г. действовал Закон РФ «О рекламе» [12], который в статье 8 подробно раскрывал понятие «неэтичной рекламы».

Итак, согласно статье 8 Закона РФ «О рекламе», неэтичная реклама - является реклама, содержащая текстовую, зрительную или звуковую информацию, нарушающую общепринятые нормы гуманности и морали, путем употребления оскорбительных слов и выражений, а также образов в отношении расы, национальности, социальной категории, возрастной группы, пола, языка или профессии, а также религиозных, философских, политических и иных убеждений физических лиц. Также неэтичной является реклама, порочащая произведения искусства, составляющие национальное или мировое культурное достояние. Запрещается порочить государственные символы, национальную валюту РФ или другой страны, а также религиозные символы.

Как видим, в отличие ФЗ «О рекламе», Закон РФ «О рекламе» чётко и недвусмысленно раскрывал понятие «неэтичная реклама», что, в свою очередь, позволяло государству бороться с нравственным разложением общества, а значит обеспечивать национальную безопасность нашего государства.

Отсутствие каких-либо действенных мер по обеспечению духовно-нравственной безопасности нашего государства показали мои обращения Президенту и Генеральному прокурору Российской Федерации о принятии мер по ликвидации безнравственной (неэтичной) рекламы (см. Приложение 1 и 4), которые мои обращения направили для рассмотрения по подведомственности (см. Приложение 2, 5 и 6).

Мои обращения показали, что имеются существенные пробелы в правовом поле по борьбе с неэтичной интернет-рекламой.

Согласно письму Федеральной службы по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций от 22.04.2011г. № ШР/1323-ог, «В рамках выполнения поручений Правительства Российской Федерации Минкомсвязи России совместно с МВД России и другими федеральными органами исполнительной власти разрабатывается проект федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам регулирования отношений при использовании сети Интернет», направленный на противодействие распространению противоправной информации» (см. Приложение 3).

В итоге мои обращения не нашли должного внимания и адекватной реакции со стороны государства, а это, по нашему мнению, произошло только по причине отсутствия точной и эффективной стратегии духовно-нравственной безопасности государства [13,с.250-252].

Неэтичная реклама и «секс-индустрия» являются следствием нарушения человеком Божественных и духовно-нравственных законов [14,с.161-167], а также игнорирования духовных и нравственных ценностей, которые провозглашаются четвертым и пятым поколениями прав человека.

Как мною указывалось, к большому сожалению, государство к мерам по противодействию проституции не относит возрождение и культивирование духовно-нравственных ценностей в обществе, а также публичное закрепление нравственных норм [14,с.161-167].

Распространение неэтичной интернет-рекламы никак не обеспечивает духовно-нравственную безопасность России.

По нашему мнению, для решения возникшей проблемы государству незамедлительно необходимо на законодательном уровне определить выработанную стратегию духовно-нравственной безопасности страны, вновь внести в законодательство понятие «неэтичная реклама», которое было дано в Законе РФ «О рекламе», а также усилить ответственность за распространение данной рекламы в сети Интернет.

Список литературы

1. Ивентьев С.И. Права человека. Реклама// Инновации. Интеллект. Культура: материалы XVIII Всероссийской (с международным участием) научно-практической конференции молодых учёных и студентов «Инновации. Интеллект. Культура» (Тобольск, 15 октября 2010г.). – Тюмень: Библиотечно-издательский комплекс ТюмГНГУ, 2010. - С.196-198.
- 2.Ивентьев С.И. Проституция с точки зрения четвертого и пятого поколений прав человека//Казанская наука № 9. Вып.2. 2010. – Казань: Изд-во Казанский Издательский Дом, 2010. - С.128-132.
- 3.Фомин А.В.Невидимый мир демонов. – М.: ООО «Издательство «Новая мысль», 2010. – 512 с.
- 4.Виноградов А. В. Проблемы национальной безопасности // Право и безопасность. – 2003. – № 1–2 (6–7). – июнь. – С. 138–139.
5. Ивентьев С.И. Четвёртое и пятое поколение прав человека//Гуманитарные науки: сборник научных трудов. Часть II. – Караганда: Издательство КарГУ. 2010. - С.47-49.
6. Ивентьев С.И. Классификация прав человека и гражданина//Казанская наука. - Казань: Изд-во Казанский Издательский Дом. N 3. 2010. - С.199-203.
- 7.Ивентьев С.И. Пятое поколение прав человека. Энергия Любви. //Современность и психолого-педагогические науки. Современность и лингвистические науки. Современность и юриспруденция. Сборник материалов I Всероссийской научно-практической Интернет-конференции/Под общ.ред.В.С.Курчеева и Т.В.Сидориной. – Новосибирск: ЦПИ – Издательство СИБПРИНТ. 2010. - С.87-92.
8. Ивентьев С.И. Общечеловеческие ценности: четвертое и пятое поколение прав человека//Система ценностей современного общества. Сборник материалов XII Международной научно-практической конференции/Под общ.ред.С.С.Чернова. – Новосибирск: Издательство НГТУ. 2010. - С.373-377.

9. Ивентьев С.И. Религиозные и нравственные нормы//Нравственность и религия: сборник статей VII Всероссийской научно-практической конференции/Под ред. академика В.В.Арбузова. – Пенза: Приволжский Дом знаний. 2010. с.23-32.
- 10.ФЗ «О рекламе»//Российская газета, N 51, 15 марта 2006.
- 11.Большой юридический словарь. 3-е изд., доп. и перераб. / Под ред. проф. А. Я. Сухарева. — М.: ИНФРА-М, 2007. — VI, - 858 с.
- 12.Закон РФ «О рекламе»//Собрание законодательства РФ, N 30, 1995. ст.2864.
- 13.Ивентьев С.И. Вопросы духовно-нравственной безопасности//Актуальные проблемы экономики, социологии и права в современных условиях. 5-я Международная научно-практическая конференция, 05-06 марта 2010/Международная академия финансовых технологий; отв.за выпуск А.Е.Медовой. – Пятигорск: Издательство МАФТ. 2010. - С.250-252.
- 14.Ивентьев С.И. Вопросы, возникающие при оказании услуг подвижной связи//Казанская наука. - Казань: Изд-во Казанский Издательский Дом. N 8 Вып.2. 2010. - С.161-167.

Приложение 1

Президенту
Российской Федерации
Медведеву Д.А.

В Интернете на многих сайтах размещается реклама интимных услуг (женской, мужской и детской проституции), порнографическая продукция (фото, видео и пр.), а также о сообществах сексуальных меньшинств (геи, лесбиянки и пр.), которая направлена против нравственной безопасности наших граждан и государства.

Кроме того, некоторые владельцы сайтов не убирают с гостевых книг, форумов рекламу антинравственных сайтов. Например, на Форуме Медицинского факультета под моей статьёй «Духовно-нравственные права человека. Право на жизнь» неизвестное лицо в сообщении на мою статью разместило перечень сайтов интимных услуг и запрещенных законом вещей. В данном случае за нарушение закона никто ответственности не понёс, а правоохранительные органы никак не реагируют на это.

Подобная реклама разлагает молодёжь, а также нравственные устои нашей страны.

Прошу, как гаранта Конституции РФ, принять соответствующие меры.

05.05.2011г.

Ивентьев С.И.

Приложение 2

Управление
Президента Российской Федерации
по работе с обращениями граждан и организаций
ул.Ильинка,д.23,Москва, Российская Федерация,103132
07 апреля 2011 г.
№ А26-09-216815

Ивентьеву С.И.

Сообщаем что Ваше обращение, поступившее на имя Президента Российской Федерации, в целях обеспечения Вашего конституционного права на обращение в государственные органы и органы местного самоуправления направлено на рассмотрение в Федеральную службу по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций в соответствии с компетенцией по разрешению поставленных в нём вопросов

(ч.3 ст.8 Федерального закона от 2 мая 2006г. №59-ФЗ «О порядке рассмотрения обращение граждан Российской Федерации»).

Консультант департамента
письменных обращений граждан и
организаций

В.Горелов

Приложение 3

Федеральная служба
по надзору в сфере связи,
информационных технологий
и массовых коммуникаций
(РОСКОМНАДЗОР)
ЗАМЕСТИТЕЛЬ РУКОВОДИТЕЛЯ
от 22.04.2011г. № ШР/1323-ог

Ивентьеву С.И.

О рассмотрении обращения

Федеральная служба по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций по поручению рассмотрела Ваше обращение и в рамках своих полномочий сообщает следующее.

В соответствии с Положением о Федеральной службе по надзору в сфере связи, информационных технологий и массовых коммуникаций, утверждённым постановлением Правительства Российской Федерации от 16.03.2009г. № 228 (далее – Положение), Роскомнадзор осуществляет государственный контроль и надзор за соблюдением законодательства Российской Федерации в сфере информационных технологий, средств массовой информации и массовых коммуникаций в отношении различных форм периодических изданий, распространяющихся в сети Интернет, прошедших регистрацию и включённых в Реестр средств массовой информации (далее – СМИ).

Положением о Роскомнадзоре надзор за содержанием сайтов, форумов пользователей, а также за действиями модераторов и Администраторов сайта не предусмотрен.

Роскомнадзор, как федеральный орган исполнительной власти, не вправе выходить за пределы полномочий, предоставленных законом, в том числе принимать меры воздействия к Администрации сайта, не зарегистрированного в качестве СМИ,

В соответствии с ч.6 ст.10 Федерального закона от 27 июля 2006г. № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» в Российской Федерации запрещается распространение информации, за распространение которой установлена уголовная ответственность.

Полномочия по борьбе с распространением запрещённой информации находятся в сфере деятельности Министерства внутренних дел Российской Федерации.

О создании, распространении и использовании запрещённой информации и других противоправных действиях в сети Интернет Вы можете сообщить в общественную приёмную МВД России на Правоохранительном портале Российской Федерации www.112.ru.

В рамках выполнения поручений Правительства Российской Федерации Минкомсвязи России совместно с МВД России и другими федеральными органами исполнительной власти разрабатывается проект федерального закона «О внесении изменений в отдельные законодательные акты Российской Федерации по вопросам регулирования отношений при использовании сети Интернет», направленный на противодействие распространению противоправной информации.

По итогам работы предлагается определить субъекты, предоставляющие услуги в сети Интернет (информационных посредников), их функции и отношения, возникающие между ними, ответственность информационных посредников при незаконном распространении информации, а также установить обязанности операторов связи, оказывающих телематические услуги связи.

Р.В.Шередин

Приложение 4

Генеральному прокурору РФ
от гр. Ивентьева Сергея Ивановича

ЗАЯВЛЕНИЕ

В Интернете на многих сайтах размещается реклама интимных услуг (женской, мужской и детской проституции), порнографическая продукция (фото, видео и пр.), а также о сообществах сексуальных меньшинств (геи, лесбиянки и пр.), которая направлена против нравственной безопасности наших граждан и государства.

Кроме того, некоторые владельцы сайтов не убирают с гостевых книг, форумов рекламу антинравственных сайтов. Например, на Форуме Медицинского факультета под моей статьёй «Духовно-нравственные права человека. Право на жизнь» неизвестное лицо в сообщении на мою статью разместило перечень сайтов интимных услуг и запрещенных законом вещей (прилагаются). В данном случае за нарушение закона никто ответственности не понёс, а правоохранительные органы никак не реагируют на это

Подобная реклама разлагает молодёжь, а также нравственные устои нашей страны.

В соответствии со ст.55 Конституции РФ: 1. Перечисление в Конституции Российской Федерации основных прав и свобод не должно толковаться как отрицание или умаление других общепризнанных прав и свобод человека и гражданина. 2. В Российской Федерации не должны издаваться законы, отменяющие или умаляющие права и свободы человека и гражданина. 3. Права и свободы человека и гражданина могут быть ограничены федеральным законом только в той мере, в какой это необходимо в целях защиты основ конституционного строя, нравственности, здоровья, прав и законных интересов других лиц, обеспечения обороны страны и безопасности государства.

В силу ч.4. ст.5 ФЗ «О рекламе» реклама не должна: 1) побуждать к совершению противоправных действий; 2) призывать к насилию и жестокости.

В силу ст.2. УК РФ: 1.Задачами настоящего Кодекса являются: охрана прав и свобод человека и гражданина, собственности, общественного порядка и общественной безопасности, окружающей среды, конституционного строя Российской Федерации от преступных посягательств, обеспечение мира и безопасности человечества, а также предупреждение преступлений. 2. Для осуществления этих задач настоящий Кодекс устанавливает основание и принципы уголовной ответственности, определяет, какие опасные для личности, общества или государства деяния признаются преступлениями, и устанавливает виды наказаний и иные меры уголовно-правового характера за совершение преступлений.

Согласно ст.1.2. КоАП РФ задачами законодательства об административных правонарушениях являются защита личности, охрана прав и свобод человека и гражданина, охрана здоровья граждан, санитарно-эпидемиологического благополучия населения, защита общественной нравственности, охрана окружающей среды, установленного порядка осуществления государственной власти, общественного порядка и общественной безопасности, собственности, защита законных экономических интересов физических и юридических лиц, общества и государства от административных правонарушений, а также предупреждение административных правонарушений.

В связи с изложенным, прошу провести инвентаризацию всех вышеуказанных сайтов, принять адекватные меры к нарушителям закона (привлечь к ответственности), немедленно закрыть подобные сайты, а также ежемесячно опубликовывать проводимую работу прокуратуры в этом направлении.

О принятом решении прошу сообщить письменно.

Приложение: на 11 листах.

05 апреля 2011г.

Ивентьев С.И.

Приложение 5

Генеральная прокуратура
Российской Федерации
ул.Б.дмитровка,15а
Москва,Россия,ГСП-3,125993
25.04.2011г. № 69/1р-2011

Прокуратура Республики Татарстан
Ивентьеву С.И.

Направляется для проверки заявление Ивентьева С.И. от 05.04.2011г.
О принятом решении прошу сообщить заявителю. Заявителю сообщается для сведения.

Приложение: на 12 л. в первый адрес.

Прокурор отдела управления
по надзору за производством дознания
и оперативно-розыскной деятельностью

А.Ю.Сидоров

Приложение 6

Прокуратуру Республики Татарстан
Кремлёвская ул.,14,Казань,420111
11.05.2011 № 7-р-11

Начальнику отдела «К»
МВД по РТ
Алексееву Е.А.

Ивентьеву С.И.

Направляем для рассмотрения обращение Ивентьева С.И. о незаконном размещении в
Интернете рекламы интимных услуг, а также порнографической продукции.

О результатах проверки прошу сообщить заявителю. Второму адресату сообщается для
сведения.

Приложение: 1.Обращение на 1 л.

2.Материал проверки на 11 л., всего на 12 л. в первый адрес.

Начальник отдела № 2 управления
по надзору за исполнением
федерального законодательства

советник юстиции

М.М.Шараев