

Правовой разбор вопроса о расхождении указанного города в адресе интернет-страницы и города, указанного в самом размещённом сообщении (объявлении/вопросе)

1. Краткая постановка вопроса

Вопрос сформулирован неоднозначно и допускает как минимум четыре самостоятельных прочтения, которые необходимо разобрать отдельно: (а) почему интернет-ресурс (доска объявлений, агрегатор) в адресе страницы указывает один город, тогда как в тексте размещённого объявления указан другой город; (б) почему при размещении вопроса на сайте-сервисе система автоматически проставляет город, отличный от фактического места нахождения пользователя; (в) какое правовое значение имеет расхождение «город в адресе страницы / город в тексте» для дел о признании информации, распространение которой в Российской Федерации запрещено (именно такие дела составляют приведённую судебную практику); (г) образует ли такое расхождение самостоятельное нарушение (недостоверная информация о месте продажи товара/оказания услуги). Ниже каждая версия разобрана отдельно с указанием норм, практики и конкурирующих правовых позиций, а также с практическим выводом.

2. Версия первая: город в адресе страницы — это гео-поддомен платформы, а не сообщение продавца

2.1. Техничко-правовая природа явления

В приведённых судебных актах фигурируют адреса вида `http://moskva.gde.ru/...`, `http://alikso.ru/barnaul/...`, `http://yaroslavl.rosads.ru/...`, `http://alikso.ru/barnaul/c449-449145.html`. Во всех случаях город вынесен либо в поддомен (`moskva.`, `yaroslavl.`), либо в сегмент пути (`/barnaul/`), при этом числовой идентификатор объявления (например, `6980693`, `449145`, `m-183370`) — единый для всей базы платформы.

Это означает, что город в адресе формируется самим оператором доски объявлений (CMS/гео-таргетинг), а не автором объявления. Одно и то же объявление, размещённое один раз, автоматически «размножается» по городским разделам (кросс-постинг), либо попадает в городской раздел по выбору пользователя при публикации. Адрес страницы, таким образом, является элементом **адресации и поисковой оптимизации**, а не заявлением о месте продажи.

Правовая рамка: адрес страницы в сети «Интернет» — это указатель страницы сайта, предусмотренный ч. 1 ст. 15.1 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации»; доменное имя и указатель страницы выполняют функцию идентификации ресурса, а не функцию сообщения сведений потребителю. Свобода распространения информации закреплена в ч. 1 ст. 10 указанного Закона и ч. 4 ст. 29 Конституции РФ; ограничение возможно только федеральным законом (ч. 3 ст. 29 Конституции РФ, ч. 5 ст. 15 Закона № 149-ФЗ).

2.2. Конкурирующие правовые позиции о квалификации такого расхождения

Позиция А (формальная, «адрес — не реклама»). Поддомен не является рекламным сообщением: реклама — это информация, распространённая способом, адресованном неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования (ст. 3 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе»). Структура URL не направлена на привлечение внимания к конкретному товару, а служит навигации, поэтому требования ч. 1 и ч. 3 ст. 5 Закона № 38-ФЗ к ней не применяются. Эта позиция применима, когда в самом тексте объявления место продажи вообще не указано либо указано корректно, а расхождение исчерпывается адресной строкой.

Позиция Б (потребительская, «совокупность элементов вводит в заблуждение»). Если город в поддомене совмещён с заголовком вида «Продам в Москве», «Купить в Москве», а фактически товар находится в другом регионе, у потребителя формируется ложное представление о месте совершения сделки. Это подпадает под ч. 3 ст. 5 Закона № 38-ФЗ (недоверенная реклама, в том числе о месте производства или реализации товара) и ч. 7 ст. 5 того же Закона (отсутствие существенной информации), а в отношениях с потребителем — под ст. 10 Закона РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» и п. 2 ст. 495 ГК РФ (продавец обязан предоставить информацию о товаре, включая место нахождения продавца).

Эта позиция применима, когда город продублирован в видимых элементах страницы (заголовок, хлебные крошки, хлебные «городские» баннеры), а не только в URL.

Позиция В (административно-деликтная). При доказанном введении в заблуждение относительно места продажи возможны составы: ст. 14.7 КоАП РФ (обман потребителей), ст. 14.8 КоАП РФ (нарушение права потребителя на получение необходимой и достоверной информации), ст. 14.3 КоАП РФ (нарушение законодательства о рекламе). Эта позиция требует установления конкретного продавца (исполнителя), а не владельца платформы; при неустановлении владельца сайта она нереализуема — что прямо видно из материалов: в решениях Октябрьского районного суда г. Владимира от 16.07.2019 по делу № 2а-3201/2019 и Ленинского районного суда г. Смоленска от 21.05.2018 по делу № 2А-2460/2018 указано, что «владелец сайта не установлен», а выявить лиц, чьи права затрагиваются решением, «не представляется возможным».

2.3. Практический вывод по версии первой

Расхождение «город в URL — город в тексте» само по себе не является нарушением и объясняется архитектурой платформы. Оно приобретает правовое значение только тогда, когда город продублирован в видимых рекламных/информационных элементах страницы и создаёт у потребителя ложное впечатление о месте сделки. В этом случае применимы ч. 3 и ч. 7 ст. 5 Закона № 38-ФЗ, ст. 10 Закона № 2300-1, п. 2 ст. 495 ГК РФ, а средством защиты выступают ст. 12 Закона № 2300-1 (отказ от договора и возмещение убытков), ст. 26.1 (отказ при дистанционной продаже в течение семи дней), ст. 15 (компенсация морального вреда), ст. 17 (подсудность по выбору потребителя).

3. Версия вторая: город проставлен автоматически по IP при размещении вопроса на сайте-сервисе

3.1. Причина расхождения

Если речь идёт о сайте-сервисе (форум, вопросно-ответная платформа), город обычно определяется автоматически по IP-адресу либо по последнему выбранному региону, сохранённому в cookie. Расхождение возникает из-за: (1) регистрации IP-диапазона оператора связи в другом субъекте РФ (особенно у мобильных операторов и корпоративных шлюзов); (2) использования VPN/прокси; (3) роуминга; (4) сохранённого ранее выбора города; (5) несовпадения

фактического места нахождения пользователя и адреса регистрации его устройства.

3.2. Правовая рамка обработки таких данных

IP-адрес и геолокационные сведения в практике регулятора рассматриваются как сведения, относящиеся к пользователю, и подпадают под Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных»: понятие персональных данных — ст. 3; принципы обработки, включая точность и достаточность, — ст. 5; условия обработки — ст. 6; согласие — ст. 9; обязанность опубликовать политику — ст. 18.1. При этом автоматическое определение города для целей отображения интерфейса не создаёт для пользователя юридических последствий и, как правило, не требует отдельного согласия, если город не используется для иных целей (профилирование, таргетированная реклама). При использовании геоданных для рекламы применяется также ст. 15 и ст. 16 Закона № 38-ФЗ (требования к рекламе, распространяемой по сетям электросвязи).

3.3. Практический вывод по версии второй

Если некорректный город отображается в опубликованном вопросе и искажает его содержание (например, вопрос о применении регионального законодательства адресуется не тому субъекту РФ), это техническая, а не юридическая ошибка: пользователь вправе потребовать корректировки через обращение к оператору (ст. 8, ст. 10 Федерального закона от 27.07.2006 № 149-ФЗ — право на доступ к информации и обязанность её не искажать), а при отказе — обратиться в Роскомнадзор как в уполномоченный орган по защите прав субъектов персональных данных (ст. 23 Закона № 152-ФЗ). Существенно: город, автоматически проставленный платформой, не является юридически значимым сообщением о месте нахождения пользователя и не может использоваться против него в споре.

4. Версия третья: значение расхождения для дел о признании информации запрещённой к распространению

4.1. Что именно фиксирует суд

В делах, приведённых в качестве практики (решения Нейского районного суда Костромской области от 13.07.2017 № 2-225/2017, от 18.07.2017 № 2-229/2017,

от 20.07.2017 № 2-233/2017, от 08.08.2017 № 2-247/2017 и № 2-249/2017; Октябрьского районного суда г. Владимира от 16.07.2019 № 2а-3201/2019 и от 16.10.2019 № 2а-4244/2019; Дорогобужского районного суда Смоленской области от 14.05.2020 № а-213/2020; Ленинского районного суда г. Смоленска от 21.05.2018 № 2А-2460/2018; Староюрьевского районного суда Тамбовской области от 06.12.2017 № 2-507/2017), предметом является не город, а **точный указатель страницы**, содержащей информацию, распространение которой запрещено.

Основание — ч. 6 ст. 10 Закона № 149-ФЗ (запрет распространения информации, за которую предусмотрена уголовная или административная ответственность) и ст. 15.1 того же Закона (Единый реестр доменных имён, указателей страниц сайтов и сетевых адресов). Порядок ведения реестра установлен Правилами, утверждёнными постановлением Правительства РФ от 26.10.2012 № 1101; после включения в реестр оператор связи обязан ограничить доступ в течение суток (ч. 5 ст. 15.1 Закона № 149-ФЗ).

Отсюда следует ответ на исходный вопрос в этой части: город в адресе — не идентифицирующий признак правонарушения, а часть указателя страницы, без которого запись в реестре была бы неисполнима. Суд указывает URL ровно в том виде, в каком он существовал на дату проверки, включая городской поддомен и числовой идентификатор объявления.

4.2. Конкурирующие подходы к объёму блокировки — и почему расхождение городов здесь критично

Подход 1: блокировка конкретной страницы. Решения Нейского районного суда Костромской области (2017 г.) и Староюрьевского районного суда Тамбовской области от 06.12.2017 № 2-507/2017 адресованы конкретному указателю страницы (<http://forum.zoo.kz/showthread.php?t=14341> , <http://brend-msk.ru/>). Достоинство — соразмерность; недостаток — при кросс-постинге то же объявление остаётся доступным по десяткам других городских поддоменов, и блокировка одной страницы нерезультативна.

Подход 2: блокировка ресурса в целом (домена). Решение Дорогобужского районного суда Смоленской области от 14.05.2020 № а-213/2020 признаёт запрещённой информацию, размещённую на сайте <https://pribor2020.ru> в целом, с направлением копии решения в Роскомнадзор для включения сайта в реестр. Этот подход эффективнее при гео-поддоменной структуре, но создаёт риск блокировки добросовестных разделов платформы, не содержащих запрещённой информации.

Подход 3 (промежуточный, наиболее корректный при кросс-постинге).

Указание в резолютивной части одновременно доменного имени и перечня конкретных указателей страниц (всех городских поддоменов, на которых размещено объявление), с возложением на Роскомнадзор обязанности включить соответствующие записи. Такой подход прямо соответствует ч. 1 ст. 15.1 Закона № 149-ФЗ, допускающей указание как доменного имени, так и указателя страницы, и учитывает, что одно объявление технически присутствует в нескольких городских разделах.

4.3. Практический вывод по версии третьей

Расхождение «город в адресе — город в тексте» для таких дел юридически нейтрально, но операционно значимо: (1) в заявлении прокурора и в резолютивной части решения должен быть указан полный URL со всеми городскими вариантами, иначе блокировка обходится; (2) при невозможности установить владельца сайта (что зафиксировано в решениях Октябрьского районного суда г. Владимира и Ленинского районного суда г. Смоленска) решение исполняется через Роскомнадзор и операторов связи, а не через ответчика; (3) для доменов в иностранных зонах (`forum.zoo.kz` , `bboard.com`) блокировка по URL технически малоэффективна — страница может быть регенерирована, а состав страницы изменён, что требует повторной проверки и нового судебного акта.

5. Версия четвёртая: расхождение как самостоятельное нарушение в сфере рекламы и защиты прав потребителей

Помимо изложенного в разделе 2, следует учитывать специальный режим владельца агрегатора. В преамбулу и ст. 9, 10, 12 Закона РФ № 2300-1 Федеральным законом от 29.07.2018 № 250-ФЗ введена фигура владельца агрегатора информации о товарах (услугах). Если платформа отвечает признакам такого владельца, она несёт ответственность за достоверность информации о товаре и продавце, размещённой на её интерфейсе, в том числе за сведения о месте нахождения продавца (ст. 9 Закона № 2300-1) и о месте продажи. Если же платформа является классической доской объявлений, ответственность остаётся за лицом, разместившим объявление.

Ограничение ответственности информационного посредника, предусмотренное ст. 1253.1 ГК РФ, здесь неприменимо: оно касается только нарушений интеллектуальных прав и не создаёт иммунитета от требований

потребительского законодательства, законодательства о рекламе и административной ответственности.

Дополнительно: правила продажи товаров, утверждённые постановлением Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 (действуют с 01.01.2021 вместо Правил, утверждённых постановлением Правительства РФ от 27.09.2007 № 612), обязывают доводить до потребителя сведения о продавце и о месте осуществления деятельности; при дистанционной продаже — также сведения о порядке и сроках возврата.

Практический вывод. Если город в видимых элементах страницы не совпадает с фактическим местом продажи, потребитель вправе: потребовать полную и достоверную информацию (ст. 8, 10 Закона № 2300-1); при её непредоставлении — отказаться от исполнения договора и потребовать возмещения убытков (ст. 12 Закона № 2300-1, п. 44 постановления Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17); при дистанционной покупке — отказаться от товара в течение семи дней (ст. 26.1 Закона № 2300-1); параллельно направить обращение в ФАС России (ст. 33 Закона № 38-ФЗ) и в Роспотребнадзор, а при наличии признаков обмана — в полицию (ст. 14.7 КоАП РФ, ст. 159 УК РФ).

6. Процессуальный аспект, непосредственно связанный с формулировкой адреса: расхождение практики по процедуре

Приведённые акты демонстрируют устойчивое расхождение в процессуальной форме, что важно при оценке того, насколько «привязка к городу в адресе» проверялась судом.

Подход 1 — гражданское судопроизводство (2017 г.). Решения Нейского районного суда Костромской области 2017 г. рассмотрены в порядке искового/особого производства по ГПК РФ: в тексте фигурируют «исковые требования», «представитель заинтересованного лица», «гражданское дело». Такая конструкция опиралась на ст. 264 ГПК РФ (установление фактов, имеющих юридическое значение) и гл. 28 ГПК РФ.

Подход 2 — административное судопроизводство (2018-2020 гг.). Решения Октябрьского районного суда г. Владимира (2019 г.), Ленинского районного суда г. Смоленска (2018 г.), Дорогобужского районного суда Смоленской области (2020 г.) вынесены по правилам гл. 27 КАС РФ (ст. 265 КАС РФ — порядок производства по административным делам о признании информации, размещённой в информационно-телекоммуникационных сетях,

запрещённой), со ссылками на ст. 175–180, 227, 293–294 КАС РФ. Копия решения направляется в Роскомнадзор для включения сведений в Единый реестр; решение вступает в силу по истечении срока апелляционного обжалования (ст. 186 КАС РФ).

Практический вывод. Для актов 2017 г. проверка технических характеристик страницы (включая гео-поддомен) проводилась в менее специализированной процедуре, что повышает уязвимость таких решений при апелляции и при последующем исполнении; для актов 2019–2020 гг. действует специальный порядок гл. 27 КАС РФ, ориентированный на точную идентификацию ресурса. При подготовке нового заявления следует идти по пути гл. 27 КАС РФ с обязательной фиксацией полного URL и его городских вариантов на дату проверки.

7. Материально-правовой контекст, объясняющий, почему «город» вторичен

В делах Нейского районного суда Костромской области предметом выступали объявления о продаже леопарда, тигра, пумы, льва, гепарда, ягуара и шкуры снежного барса. Независимо от города в адресе, такая информация подпадает под запрет, поскольку за оборот особо ценных диких животных, принадлежащих к видам, занесённым в Красную книгу РФ, установлена уголовная ответственность (ст. 258.1 УК РФ; квалифицированный состав — ч. 3 указанной статьи — охватывает деяния, совершённые с публичной демонстрацией, в том числе в средствах массовой информации и в сети «Интернет»). Перечень особо ценных диких животных и их дериватов утверждён постановлением Правительства РФ от 31.10.2013 № 978; общие требования установлены ст. 24 Федерального закона от 24.04.1995 № 52-ФЗ «О животном мире»; административная ответственность — ст. 8.35 КоАП РФ. Именно поэтому суды формулируют вывод о том, что размещённые сведения «потворствуют совершению преступлений», не исследуя вопрос о городе как таковом (решения от 13.07.2017 № 2-225/2017, от 18.07.2017 № 2-229/2017, от 20.07.2017 № 2-233/2017, от 08.08.2017 № 2-247/2017, № 2-249/2017).

8. Сводные практические выводы

1. **Город в адресе страницы — не сообщение продавца.** Это элемент адресации (поддомен или сегмент пути), формируемый платформой; правового значения сам по себе не имеет (ч. 1 ст. 10, ч. 1 ст. 15.1 Закона № 149-ФЗ).

2. **Город в видимых элементах страницы — сообщение.** При расхождении с фактическим местом продажи применимы ч. 3 и ч. 7 ст. 5 Закона № 38-ФЗ, ст. 8–10, 12 Закона № 2300-1, п. 2 ст. 495 ГК РФ, ст. 14.3, 14.7, 14.8 КоАП РФ.
3. **Автоматически проставленный город при размещении вопроса** — следствие геодетекции по IP; регулируется ст. 3, 5, 6, 9, 18.1, 23 Закона № 152-ФЗ; требует корректировки через оператора, а при отказе — через Роскомнадзор.
4. **Для дел о запрете информации** расхождение городов не влияет на существо, но влияет на исполнимость: необходимо указывать доменное имя и все городские указатели страниц (ч. 1 ст. 15.1 Закона № 149-ФЗ, Правила № 1101, ч. 5 ст. 15.1 — блокировка в течение суток).
5. **Порядок подачи** — гл. 27 КАС РФ (ст. 265), а не гл. 28 ГПК РФ; копия решения направляется в Роскомнадзор.
6. **Практические шаги по установлению лица, указавшего «чужой» город:** фиксация страницы (скриншоты с датой и временем, протокол осмотра, при необходимости — нотариальное обеспечение доказательств по ст. 102, 103 Основ законодательства РФ о нотариате); запрос сведений о домене через сервис WHOIS АНО «Координационный центр доменов .RU/.РФ» (Правила регистрации доменных имен в доменах .RU и .РФ); обращение в Роскомнадзор; при иностранном домене — запрос через прокуратуру, поскольку регистратор раскрывает данные только по запросу уполномоченных органов.

9. Список использованных нормативных источников и судебных актов

Нормативные правовые акты 1. Конституция Российской Федерации — ч. 3, 4 ст. 29, ст. 24. 2. Федеральный закон от 27.07.2006 № 149-ФЗ «Об информации, информационных технологиях и о защите информации» — ч. 1 и ч. 6 ст. 10; ст. 15.1 (ч. 1, 5); ч. 5 ст. 15; ст. 8, 9. 3. Федеральный закон от 27.07.2006 № 152-ФЗ «О персональных данных» — ст. 3, 5, 6, 9, 18.1, 23. 4. Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» — ст. 3; ч. 1, 3, 7 ст. 5; ст. 15, 16, 33. 5. Закон РФ от 07.02.1992 № 2300-1 «О защите прав потребителей» (в ред. Федерального закона от 29.07.2018 № 250-ФЗ) — преамбула, ст. 8, 9, 10, 12, 15, 17, 26.1, 32. 6. Гражданский кодекс РФ — ст. 10, 437, 494, 495, 1253.1. 7. Кодекс РФ об административных правонарушениях — ст. 8.35, 14.3, 14.7, 14.8. 8. Уголовный кодекс РФ — ст. 258.1 (в том числе ч. 3); ст. 159. 9. Кодекс административного судопроизводства РФ — гл. 27 (ст. 265), ст. 175–180, 186, 227, 293–294. 10. Гражданский процессуальный кодекс РФ — ст. 264, гл. 28. 11. Постановление Правительства РФ от 26.10.2012 № 1101 «О

единой автоматизированной информационной системе «Единый реестр доменных имен, указателей страниц сайтов в сети «Интернет» и сетевых адресов, позволяющих идентифицировать сайты в сети «Интернет», содержащие информацию, распространение которой в Российской Федерации запрещено». 12. Постановление Правительства РФ от 31.10.2013 № 978 «Об утверждении перечня особо ценных диких животных и водных биологических ресурсов, принадлежащих к видам, занесенным в Красную книгу Российской Федерации...». 13. Федеральный закон от 24.04.1995 № 52-ФЗ «О животном мире» — ст. 24. 14. Постановление Правительства РФ от 31.12.2020 № 2463 «Об утверждении Правил продажи товаров по договору розничной купли-продажи...». 15. Правила регистрации доменных имен в доменах .RU и .RF (утв. решением АНО «Координационный центр доменов .RU/.RF»). 16. Основы законодательства РФ о нотариате — ст. 102, 103. 17. Постановление Пленума Верховного Суда РФ от 28.06.2012 № 17 «О рассмотрении судами гражданских дел по спорам о защите прав потребителей» — п. 44.

Судебные акты 18. Решение Нейского районного суда Костромской области от 13.07.2017 по делу № 2-225/2017~М-191/2017. 19. Решение Нейского районного суда Костромской области от 18.07.2017 по делу № 2-229/2017~М-195/2017. 20. Решение Нейского районного суда Костромской области от 20.07.2017 по делу № 2-233/2017~М-200/2017. 21. Решение Нейского районного суда Костромской области от 08.08.2017 по делу № 2-247/2017~М-216/2017. 22. Решение Нейского районного суда Костромской области от 08.08.2017 по делу № 2-249/2017~М-218/2017. 23. Решение Староюрьевского районного суда Тамбовской области от 06.12.2017 по делу № 2-507/2017~М-461/2017. 24. Решение Ленинского районного суда города Смоленска от 21.05.2018 по делу № 2А-2460/2018~М-1468/2018. 25. Решение Октябрьского районного суда города Владимира от 16.07.2019 по делу № 2а-3201/2019. 26. Решение Октябрьского районного суда города Владимира от 16.10.2019 по делу № 2а-4244/2019. 27. Решение Дорогобужского районного суда Смоленской области от 14.05.2020 по делу № а-213/2020.