

ПОСТАНОВЛЕНИЕ

о прекращении производства по делу № 04-5/55
об административном правонарушении

06 июня 2017 года

г. Хабаровск

Врио руководителя Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю <...>, рассмотрев материалы дела № 04-5/55 об административном правонарушении, возбужденного в отношении индивидуального предпринимателя <...> в связи с распространением ненадлежащей рекламы, в отсутствие ИП <...>., надлежащим образом извещенной о месте и времени рассмотрения дела,

УСТАНОВИЛ:

При осуществлении государственного надзора за соблюдением требований рекламного законодательства 25 апреля 2017 г. на территории г. Хабаровска напротив здания по ул. Муравьева-Амурского, 36, отслежена наружная реклама (сити - формат) следующего содержания:

«С 8 по 14 мая. НерИальный цирк Шапито Демидовых. Demidovshow.ru. Ул Павла Морозова, 82/1. В районе арены «Ерофей. Тел. 77 86 27, 77 86 37».

Срок распространения рекламы с 01 по 30 апреля 2017 г.

Кроме того, реклама размещена в г. Хабаровске по адресам:

- ул. Большая – ул. Раздольная;
- Воронежское шоссе, ост. Балтика;
- ул. Краснореченская, ТТУ;
- ул. Пионерская, 2-а – ул. Ладожская;
- ул. Тихоокеанская – ул. Трехгорная, а также на рекламных плакатах по 29 адресам в г. Хабаровске.

Анализ текста рекламы позволяет сделать вывод, что в слове «нерИальный» путем выделения и увеличения размера буквы «и» допущена орфографическая ошибка при написании данного слова.

В соответствии с приказом Министерства образования и науки РФ от 8 июня 2009 г. № 195, утвержден список грамматик, словарей и справочников, содержащих нормы современного русского литературного языка при его использовании в качестве государственного языка Российской Федерации.

Языковая норма русского языка - это единообразное, образцовое, общепризнанное употребление элементов языка (слов, словосочетаний, предложений), которая обязательна как для устной, так и для письменной речи и охватывает все стороны языка.

В перечень словарей, содержащих нормы русского литературного языка, включен орфографический словарь русского языка под редакцией Букчиной Б.З., Сазоновой И.К., Чельцовой Л.К. (М.: "АСТ-ПРЕСС", 2008. - 1288 с.), который содержит верное написание слов.

Согласно указанному словарю использованное в рекламе слово в соответствии с правилами орфографии пишется как «нерЕальный» (значение: 1. Не существующий в действительности; фантастический. 2. Нецелесообразный, невыполнимый, неосуществимый. Т.Ф. Ефремова. Новый словарь русского языка. Толково-словообразовательный. – М.: Русский язык, 2000).

Таким образом, реклама цирка Шапито Демидовых содержит слово «нерИальный»,

правописание которого нарушает норму русского литературного языка. В соответствии с частью 11 статьи 5 Федерального закона «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.

В силу положений пункта 10 части 1 статьи 3 Федерального закона «О государственном языке Российской Федерации» государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 1 Закона о государственном языке при использовании русского языка как государственного языка РФ не допускается использования слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка, за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке.

Таким образом, искажение написания слова «нерИальный», содержащее орфографическую ошибку, нарушает требования части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Поскольку буква «и», искажающая слово, выделена в тексте рекламы путем увеличения размера и другим цветом, данное нарушение орфографических норм сделано сознательно и намеренно для привлечения внимания к объекту рекламирования.

Согласно пункту 4 статьи 3 Федерального закона "О рекламе" ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Размещение рекламы цирка Шапито Демидовых осуществлено на территории г. Хабаровска на основании договора на оказание услуг по распространению рекламно-информационных материалов наружной рекламы (№ 543-Х от 27.03.2017 г.), заключенного между ООО «Восток мастер» и индивидуальным предпринимателем <...>.

Из пояснений ИП <...> (вх. № 4/5082 от 18.05.2017 г.) следует, что в рамках договорных отношений, сложившихся между организаторами циркового шоу под названием «НерИальный цирк Шапито Демидовых» и ИП <...>., предприниматель осуществляет деятельность по продвижению и рекламированию цирковых выступлений в г. Хабаровске.

Предприниматель обязана анонсировать и рекламировать цирковое шоу Демидовых в рамках договора, т.е., в точном соответствии с названием циркового выступления.

Таким образом, поскольку право на внесение изменений в название циркового шоу ИП <...> не предоставлено, в действиях предпринимателя, осуществившего распространение рекламы «НерИальный цирк Шапито Демидовых» в готовой форме, отсутствуют нарушения требований части 11 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Руководствуясь статьями 23.48, 24.5, частью 1.1 статьи 29.9 Кодекса РФ об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Производство по делу № 04-5/55 об административном правонарушении, возбужденному в отношении индивидуального предпринимателя <...>, прекратить

в связи с отсутствием в ее действиях состава правонарушения.