

ОПРЕДЕЛЕНИЕ

О ПРЕКРАЩЕНИИ ПРОИЗВОДСТВА ПО ДЕЛУ № 22-Р-2016

14 марта 2017 г.

г. Чебоксары

Комиссия Чувашского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе (далее Комиссия) в составе:

председатель Комиссии:

«...»

рассмотрев дело № 22-Р-2016, возбужденное в отношении АО "ТНТ -Телесеть" по признакам нарушения требований [части 6 статьи 5](#) Федерального Закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ "О рекламе" (далее - Закон о рекламе, законодательство о рекламе) по факту распространения в границах г. Чебоксары рекламы телевизионного сериала "Универ", транслирующего Российским федеральным телевизионным каналом "ТНТ", с использованием непристойного образа тазобедренной части фигуры девушки сзади, одетой в голубые джинсы,

в отсутствии лиц, извещенных о времени и месте рассмотрения дела надлежащим образом:

лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе - АО "ТНТ -Телесеть" (г. Москва, Олимпийский пр-т, д. 14);

заявителя - гражданина «...»

заинтересованного лица:

ООО "Чебоксары Медиа" (г.Чебоксары, ул.Гагарина, д.36),

УСТАНОВИЛА:

В Чувашское УФАС России поступило обращение гражданина «...» (вх. от

14.10.2016 № 04-10/6530) (далее - Заявитель) с сообщением о размещении в границах города Чебоксары ненадлежащей наружной рекламы телевизионного сериала "Универ", транслирующего Российским федеральным телевизионным каналом "ТНТ", с использованием непристойного образа тазобедренной части фигуры девушки сзади, одетую в голубые джинсы.

Факт размещения данной рекламы Заявитель подтвердил прилагаемым к заявлению фотоматериалом - фотографией отдельно стоящей рекламной конструкции, установленной по адресу: г. Чебоксары, ул. Энтузиастов, около дома № 36/9, вблизи остановки общественного транспорта "Дом культуры "Салют", на которой крупным планом размещено изображение тазобедренной части фигуры девушки сзади, одетой в голубые джинсы.

Согласно данному изображению, усматривается следующее.

С левой стороны пояса джинсов располагается надпись "УНИВЕР", отражающая название молодежного сериала, транслирующего в данный период времени телевизионным каналом "ТНТ", с правой стороны пояса джинсов располагается надпись "ТНТ новый сезон".

Также на правом кармане джинсов указана следующая надпись: "с 10 октября 20:00", под которой более мелким шрифтом содержится надпись: "понедельник четверг".

правого кармана джинсов обозначено: new-univer.tnt-online.ru.

Ниже

В верхней части правого кармана джинсов расположена надпись, указанная прописью, "Учись!"

Рассматриваемая информация содержит указание возрастной категории информационной продукции (16+).

По мнению Заявителя, вышеописанное изображение, с надписью "Учись" на фоне тазобедренной части фигуры девушки сзади, одетой в голубые джинсы, является нарушением общепринятых норм и принципов поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности, поскольку в данном рекламном материале на тазобедренной части тела имеется надпись, призывающая учиться.

С точки зрения пункта 1 статьи 3 Закона о рекламе под рекламой понимается 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 (статья 3 Закона о рекламе).

Согласно [пункта 2 статьи 3](#) Закона о рекламе, объектом рекламирования выступает товар, средство его индивидуализации, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Таким образом, из определения рекламы следует, что рекламой считается

информация, которая, во-первых, была распространена, во-вторых, адресована неопределенному кругу лиц, в-третьих, направляет внимание и интерес на объект рекламирования, в-четвертых, имеет цель продвинуть объект рекламы на рынок.

С учетом изложенного, представленная информация, с вышеописанным изображением, содержит все квалифицирующие признаки рекламы, предусмотренные статьей 3 Закона о рекламе.

Таким образом представленная информация является рекламой.

Рассматриваемая реклама была размещена на рекламной конструкции (щите) по адресу: г. Чебоксары, ул. Энтузиастов, около дома № 36/9, вблизи остановки общественного транспорта "Дом культуры "Салют".

Из информации, представленной администрацией г. Чебоксары, установлено, что владельцем рекламной конструкции, размещенной по указанному адресу, является ООО "Рекламное агентство "Концепция"" (428000, г.Чебоксары, пр.Ленина, д.7, оф.18/4).

При этом, последнее предоставляет рекламные конструкции ООО "Чебоксары Медиа" (г.Чебоксары, ул.Гагарина, д.36), в соответствии с заключенным договором об оказании услуг по размещению наружной рекламы, по следующим адресам в границах г. Чебоксары: 1.ул. Энтузиастов, (остановка "ДК Салют"), 2. ул. Гражданская (остановка завод "Металлист"), 3. Сугутский мост, 4. пр-т Никольского, (остановка "БСМП"), 5.ул. Калинина, (остановка "Кнутиха"), 6. пр-т Мира, (остановка "Агрегатный завод"), 7.ул. Университетская (остановка "магазин Акатуй").

Из полученной информации ООО "Чебоксары Медиа" следует, что размещение наружной рекламы по вышеуказанным адресам осуществлялось в период с 01.10.2016 по 31.10.2016 согласно договору от 29.12.2015 № АМ-О-ТНТ-К-009/16, заключенному между ООО "Чебоксары Медиа" и ООО "Алькасар-Медиа" (123022, г. Москва, ул. Рочдельская, д.20)

В соответствии с данным договором ООО "Алькасар-Медиа", действующее на основании договора с телекомпанией ОАО "ТНТ-Телесеть" (далее также - Общество), обязуется в период с 01.01.2016 по 31.12.2016 обеспечивать оказание ООО "Чебоксары Медиа" услугами по размещению в региональном эфире телевизионного канала вещания "ТНТ" в пределах территории г.Чебоксары, предоставленной ООО "Чебоксары Медиа", рекламными материалами в формате рекламных роликов .

Из письменного пояснения ООО "Чебоксары Медиа" следует, что размещение промо материалов на рекламных конструкциях, территориально расположенных в границах г. Чебоксары, в договоре не прописано. При этом, ООО "Чебоксары Медиа" указало, что являясь заинтересованным в продвижении телеканала "ТНТ", а также в увеличении продажи рекламного времени, самостоятельно разместило рассматриваемую рекламу нового сезона телесериала "Универ" на наружных рекламных конструкциях в границах г. Чебоксары на основе полученных рекламных материалов по устной договоренности в рамках вышеуказанного договора.

В рамках рассмотрения заявления, Чувашским УФАС России установлен факт

распространения данной рекламы в границах иных субъектов Российской Федерации, подведомственных территориальным органам ФАС России, а именно: Московскому областному УФАС России, Ульяновскому УФАС России, Архангельскому УФАС России, Иркутскому УФАС России, Самарскому УФАС России, Челябинскому УФАС России, Удмуртскому УФАС России, Свердловскому УФАС России, Красноярскому УФАС России, Волгоградскому УФАС России, Кировскому УФАС России, Новосибирскому УФАС России.

В связи с чем, в силу требований пункта 6 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 г. N 508 (далее - Правила), Чувашское УФАС России наделено полномочиями ФАС России по возбуждению и рассмотрению настоящего дела, в том числе в отношении ООО "Алькасар-Медиа" (123022, г. Москва, ул. Рочдельская, д.20) по факту распространения на рекламных конструкциях г. Чебоксары рекламы телевизионного сериала "Универ", содержащей признаки нарушения законодательства о рекламе.

Таким образом, Чувашским УФАС России Определением от 01.12.2016 возбуждено дело № 22-Р-2016 в отношении ООО "Алькасар Медиа", выступающего в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения требований части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Из письменного объяснения ООО "Алькасар Медиа" (вх. от 09.12.2016 № 04-10/7796), представленного в рамках рассмотрения дела, следует, что данное общество не осуществляет деятельности по реализации рекламных возможностей наружной рекламы, размещаемой на рекламных конструкциях, территориально расположенных в границах г.Чебоксары.

При этом, согласно представленному пояснению АО "ТНТ-Телесеть" (129090, г.Москва, Олимпийский пр-т, д.14) (вх. от 22.12.2016 № 04-10/8180), установлено, что данное Общество разрабатывало макеты рекламы, сходной по описанию с рассматриваемой спорной рекламой, и передавало их для изготовления рекламных материалов в целях последующего размещения на средствах наружной рекламы на территориях отдельных городов Российской Федерации.

В связи с чем, АО "ТНТ-Телесеть" в качестве доказательства представило копию одного из таких договоров от 19.09.2016 № ТНТ-013161-2016-ДРС, заключенного между АО "ТНТ-Телесеть" и ООО "РМ "Ралан" (163060, г. Архангельск, пр-т Ломоносова, 154, пом.8Н), предметом которого определено изготовление рекламных материалов, предназначенных для размещения на средствах наружной рекламы в городе Архангельск.

Приложением к вышеуказанному договору явился, представленный АО "ТНТ-Телесеть", макет рекламы, направленный в адрес ООО "РМ "Ралан", для изготовления последним баннера в количестве 28 шт. в целях его дальнейшего размещения на средствах наружной рекламы в городе Архангельск.

Вместе с тем, установлено, что эскиз макета рекламы, направленный в приложении к вышеуказанному договору, является аналогичным по содержанию изображения и информации с рассматриваемой в рамках настоящего дела

спорной рекламой и рекламой, размещаемой, согласно информации представленной территориальными органами ФАС России, на рекламных конструкциях в границах иных субъектов Российской Федерации, подведомственных территориальным органам ФАС России.

На заседании Комиссии 28.12.2016 представитель ООО "Чебоксары Медиа" пояснил, что между ООО "Чебоксары Медиа" и АО "ТНТ-Телесеть" заключена устная договоренность о направлении АО "ТНТ-Телесеть" посредством электронного канала связи в адрес ООО "Чебоксары Медиа" рекламных макетов в целях продвижения бренда "ТНТ" в Чувашской Республике.

Кроме того, представителем ООО "Чебоксары Медиа" был представлен скриншот электронного сообщения со ссылкой о вложении файла макета рассматриваемой спорной рекламы, направленного 21.09.2016 в 18 час. 29 мин. по электронному каналу связи АО "ТНТ-Телесеть" в адрес ООО "Чебоксары Медиа".

При этом установлено, что макет рекламы, направленный в приложении электронного сообщения, является аналогичным по содержанию изображения и информации с рассматриваемой в рамках настоящего дела спорной рекламой.

Принимая во внимание поступившую информацию, а также собранные в рамках рассмотрения настоящего дела материалы и документы, свидетельствующие о признаках нарушения законодательства о рекламе, Комиссия Чувашского УФАС России пришла к выводу, что рекламодателем рассматриваемой рекламы, как лицо, определившее объект рекламирования и содержание рассматриваемой рекламы, является АО "ТНТ-Телесеть".

В связи с чем, в силу требований пункта 32 Правил, 29.12.2016 Определением об отложении рассмотрения дела № 22-Р-2016 Комиссия приняла решение о замене ненадлежащего лица ООО "Алькасар-Медиа" (123022, г. Москва, ул. Рочдельская, д.20) на надлежащее, в отношении которого может быть вынесено решение по делу, - АО "ТНТ-Телесеть" (129090, г. Москва, Олимпийский пр-т, д.14).

АО "ТНТ-Телесеть" не согласилось с утверждением об использовании в рассматриваемой рекламе непристойного образа, нарушающего общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности, представив в подтверждение своей позиции на заседание Комиссии 14.02.2016 следующие пояснения (вх. от 14.02.2017 № 04-10/970).

Информация о макетах, предоставленная посредством электронной почты 21.09.2016 в 18:29 часов, была направлена в адрес ООО «Чебоксары Медиа» в целях обеспечения возможности осуществлять продвижение проектов телеканала «ТНТ» на территории Чувашской Республики. Под продвижением проектов телеканала «ТНТ» имеется ввиду осуществляемая самостоятельно указанным Обществом деятельность, направленная на популяризацию проектов телеканала «ТНТ» на территории г. Чебоксары.

ООО «Чебоксары Медиа», действующее на основании заключенного с ООО «Алькасар Медиа» договора от 29.12.2015 №АМ-О-ТНТ-К-009/16, оказывает третьим лицам услуги по обеспечению размещения рекламы на телеканале «ТНТ» в городе Чебоксары, в связи с чем имеет непосредственную заинтересованность в продвижении и популяризации проектов телеканала «ТНТ» на территории г. Чебоксары в целях стимулирования продажи рекламных услуг. Иным лицам на территории Чувашской Республики

аналогичный макет рекламы указанным образом не направлялся.

Относительно содержания описанных в Определении рекламных материалов АО "ТНТ-Телесеть" поясняет следующее.

Изображение части фигуры девушки в джинсах, по мнению Общества, не содержит признаков нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе, поскольку ношение джинсов не является осуждаемым явлением в современном светском обществе.

Надпись «Учись» отражает сюжет сериала «Универ», посвященный приключениям студентов, обучающихся в университете и проживающих в общежитии.

АО "ТНТ-Телесеть" в своем пояснении, обращаясь к содержанию Определения Чувашского УФАС России от 29.12.2016 об отложении рассмотрения дела № 22-Р-2016, сообщает, что вопрос отнесения изображений и образов к оскорбительным основан на восприятии информации каждым индивидуумом в отдельности. Восприятие конкретным лицом информации зависит от личностных характеристик субъекта.

При этом Общество не может нести ответственность за искаженное восприятие конкретным лицом информации, сообщаемой в рекламе.

По сведениям, имеющимся у Общества, в целях объективной оценки общественного мнения в вопросе рассматриваемой спорной рекламы, Архангельским УФАС России и Красноярским УФАС России осуществлены опросы потребителей рекламы, которые не выявили в изображении данной рекламы непристойного и оскорбительного характера.

Указанное обстоятельство подтверждает, что мнение заявителя не может быть положено в основу решения и признания рекламы незаконной, поскольку представляет собой пример произвольного толкования содержания рекламных материалов.

Комиссией, при оценке рассматриваемой рекламы на соответствие Закона о рекламе, установлено следующее.

В силу статьи 5 Закона о рекламе определены общие требования к рекламе.

В том числе пунктом 6 данной статьи установлено, что в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений, в том числе в отношении пола, расы, национальности, профессии, социальной категории, возраста, языка человека и гражданина, официальных государственных символов (флагов, гербов, гимнов), религиозных символов, объектов культурного наследия (памятников истории и культуры) народов Российской Федерации, а также объектов культурного наследия, включенных в Список всемирного наследия.

Из разъяснения ФАС России (письмо от 29.04. 2013 N АД/17355/13 "О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ "О рекламе") следует, что положение [части 6 статьи 5](#) Федерального [закона](#) "О рекламе" запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения.

К бранным словам относятся нецензурные слова, а также к таким словам, по мнению специалистов ФАС России, могут быть отнесены слова и выражения, которые используются в качестве ругательств или оскорбления.

К непристойным образам, сравнениям, выражениям могут быть отнесены такие слова и изображения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

К оскорбительным образам, сравнениям и выражениям - слова и изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к оскорбительным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности. При этом очевидно, что восприятие одной и той же информации разными людьми может отличаться в зависимости от личностных характеристик субъекта (возраста, образования, воспитания, семейных устоев, места проживания и прочее).

Соответственно, возможна ситуация, когда одна и та же реклама оценивается неоднозначно с точки зрения ее этичности различными категориями населения. При этом, по мнению ФАС России, для признания рекламы неэтичной не требуется получение единогласного мнения или мнения абсолютного большинства потребителей рекламы, достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную.

Кроме того, при решении вопроса о соответствии той или иной рекламной информации требованиям [части 6 статьи 5](#) Федерального закона "О рекламе" такую информацию следует оценивать в совокупности с обстоятельствами ее размещения (например, место расположения рекламной конструкции с учетом близости к учреждениям культуры, объектам культа, кладбищам и т.п.).

Учитывая изложенное, ФАС России рекомендует создать Экспертные советы при территориальных органах ФАС России, на заседаниях которых может быть дана оценка этичности рекламы с учетом восприятия информации, которое характерно для жителей конкретного субъекта Российской Федерации.

При квалификации нарушений части 6 статьи 5 Закона о рекламе в части соблюдения этики в рекламе, антимонопольные органы особое внимание уделяют оценкам Экспертного Совета, решения которых учитываются при рассмотрении дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе.

Таким образом, в целях определения восприятия рассматриваемой рекламы непосредственно потребителями и оценки тех ассоциаций, которые она вызывает, Чувашским УФАС России рассмотрение данной рекламы включено 10.11.2016 в повестку заседания Экспертного Совета по применению законодательства о рекламе, образованном при Чувашском УФАС России.

Повестка заседания была сформирована следующим образом:
Ассоциируется ли у потребителей рекламы рассматриваемое изображение с непристойным и оскорбительным образом, являющегося нарушением общепринятых норм и принципов поведения в обществе с точки зрения морали и

нравственности, установленных требованиями части 6 статьи 5 Закона о рекламе? Согласно результатам высказанных мнений, члены Совета не пришли к единому мнению относительно того, что рассматриваемая наружная реклама в нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 законодательства о рекламе, затрагивает общепринятые нормы и принципы поведения в обществе.

Голоса, при этом, разделились следующим образом.

Половина присутствующих членов Совета ответили положительно на вышеуказанный вопрос - "да, ассоциируется с непристойным и оскорбительным образом и нарушает нормы законодательства", вторая половина присутствующих членов Совета дала отрицательный ответ на вышеуказанный вопрос - "нет, не ассоциируется с непристойным и оскорбительным образом и не нарушает нормы законодательства".

В связи с неоднозначностью восприятия потребителями рассматриваемой рекламы, в целях объективного и обоснованного принятия решения, Чувашское УФАС России обратилось в территориальные органы ФАС России, в том числе в адрес которых поступили аналогичные заявления (исх. от 30.11.2016 № 04-12/8902, исх. от 16.12.2016 № 04-13/9437), с предложением проведения заседаний Экспертных советов с вопросом определения степени непристойности и оскорбительности рассматриваемой спорной рекламы.

Согласно представленной информации, указанная реклама была вынесена на рассмотрение Экспертных советов следующих территориальных органов ФАС России: Московского областного УФАС России, Архангельского УФАС России, Свердловского УФАС России, Красноярского УФАС России, Удмуртского УФАС России, Кировского УФАС России.

Экспертные заключения которых показали следующее.

Члены Экспертного Совета Кировского УФАС России, рассмотрев наружную рекламу сериала "Универ", пришли к выводу, что данная реклама является непристойной и оскорбительной, таким образом, нарушает установленные требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Участники Экспертных советов Московского областного УФАС России, Свердловского УФАС России, Красноярского УФАС России, Удмуртского УФАС России не усмотрели в данной рекламе оскорбительного и непристойного образа, в связи с чем, приняли решение о том, что рассматриваемая реклама не нарушает требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

При этом участники Экспертного Совета Архангельского УФАС России пришли к выводу о том, что данная информация является телевизионным анонсом сериала "Универ", с отсутствием в ней непристойного и оскорбительного образа.

Кроме того, из представленной информации Ульяновского УФАС России, следует, что поступившее в адрес Управления заявление относительно указания в рекламе непристойного и оскорбительного образа, рассмотрено с направлением отказа в возбуждении дела в связи с не установлением факта нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе.

Таким образом, согласно информации, представленной территориальными органами ФАС России, установлено наличие большинства мнений потребителей на восприятие данной спорной рекламы соответствующей требованиям законодательства о рекламе с точки зрения морали и нравственности.

Члены Экспертных советов, признавая рекламу не нарушающей законодательство о рекламе, оценивали совокупность всех элементов зрительного воздействия рассматриваемой рекламы на потребителя и дали оценку данной рекламы с учетом восприятия информации, которое характерно для ее потребителей.

При этом принималось во внимание, что рассматриваемая реклама направлена на привлечение внимания к просмотру молодежного сериала "Универ", транслирующего Российским федеральным телевизионным каналом "ТНТ", поэтому ее исполнение содержит элементы, характерные стилю, содержанию, образам и игре актеров данного молодежного сериала.

Кроме того, если понимать термин "непристойный", согласно значению слов толковых словарей, как "безнравственный, неприличный, вульгарный, срамной, скабресный, крайне предосудительный, совершенно недопустимый по неприличию, бесстыдству", а термин "оскорбительный" - как причиняющий "обиду, [унизительный](#), [язвительный](#)", то следует сделать вывод, что в данной рекламе не используются непристойные и оскорбительные образы.

В связи с изложенным, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая реклама не противоречит требованиям нормы [части 6 статьи 5](#) Закона о рекламе.

Оценивая спорную рекламу, Комиссия исходила из требований норм [части 6 статьи 5](#) Закона о рекламе, официальных разъяснений, а также мнения Экспертных советов, потребителей рекламы, их восприятия и оценке тех ассоциаций, которые вызывает данная реклама.

Рассмотрение антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства о рекламе, осуществляется, в том числе, в порядке, установленном Правилами.

Согласно пункту 36 Правил, производство по делу может быть прекращено в случае неподтверждения в ходе рассмотрения дела наличия фактов нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Таким образом, поскольку оснований для признания АО "ТНТ - Телесеть" нарушившим требования части 6 статьи 5 Закона о рекламе не имеется, Комиссия считает необходимым производство по делу прекратить.

Руководствуясь подпунктом "а" пункта 36 Правил, Комиссия

ОПРЕДЕЛИЛА:

Производство по делу № 22-Р-2016, возбужденного по признакам нарушения части 6 статьи 5 Закона о рекламе в отношении АО "ТНТ - Телесеть", прекратить.

Председатель Комиссии

«...»

Члены Комиссии

«...»