

РЕШЕНИЕ

по делу № 51/04-16р

Резолютивная часть решения оглашена 07 сентября 2016 года.
Киров

г.

В полном объеме решение изготовлено 21 сентября 2016 года.

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Кировской области по рассмотрению дела о нарушении антимонопольного законодательства в составе: Председателя комиссии:

<...> – руководителя Кировского УФАС России;

Членов комиссии:

<...> – начальника отдела ФРИР Кировского УФАС России;

<...> – специалиста 1 разряда отдела ФРИР Кировского УФАС России;

Секретарь – <...> – специалист 1 разряда отдела ФРИР Кировского УФАС России;

в присутствии лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе:

индивидуального предпринимателя <...>;

в отсутствие:

заявителя – физического лица,

рассмотрев дело № 51/04-16р, возбужденное по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем <...> (адрес регистрации: <...>, почтовый адрес: <...>) ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее по тексту – Федеральный закон «О рекламе») при размещении на телеканалах города Кирова рекламы следующего содержания: «Пришло тепло наконец, а летним шинам песец? В шинных центрах «Резина» огромный выбор летней резины по отличным ценам, например, немецкие шины Matador всего за 1490 р. Шинные центры Rezina»;

УСТАНОВИЛА:

В Управление Федеральной антимонопольной службы по Кировской области поступило заявление физического лица о нарушении рекламного

законодательства при транслировании рекламы на телеканалах города Кирова рекламы следующего содержания: «Пришло тепло наконец, а летним шинам песок? В шинных центрах «Резина» огромный выбор летней резины по отличным ценам, например, немецкие шины Matador всего за 1490 р. Шинные центры Rezina», видеоряд содержит фотографии автомобильных шин и животного (песец).

Заявитель указывает на то, что слово «песец», употребляемое в ненормативной лексике как эвфемизм, недопустимое в литературной речи, является непристойным, воспринимается потребителями как оскорбительное. Возникает этически неприемлемый смысл рекламной информации.

Определением от 07.07.2016 Кировским УФАС России возбуждено дело № 51/04-16р в отношении индивидуального предпринимателя <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) по признакам нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе», выразившегося в определении содержания рекламы, содержащей эвфемизм бранного слова.

Определением от 03.08.2016 срок рассмотрения дела № 51/04-16р продлен до 07.10.2016 и рассмотрение дела отложено в связи с необходимостью получения дополнительных документов от лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства.

Определением от 11.08.2016 рассмотрение дела № 48/04-16р отложено на 07.09.2016 в 10.00 для получения дополнительных документов и пояснений от лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства.

Заявитель – физическое лицо, уведомленный надлежащим образом о дате, месте и времени рассмотрения дела № 51/04-16р, на заседание комиссии не явился, представил ходатайство о рассмотрении дела в его отсутствие.

Лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства о рекламе ИП <...>., уведомленный надлежащим образом о дате, времени и месте рассмотрения дела № 51/04-16р, обеспечил явку на заседание Комиссии.

На заседании Комиссии Кировского УФАС России, состоявшемся 07.09.2016, ИП <...>. пояснил, что рекламодателем спорной рекламы является ИП <...>., факт заказа и размещения рекламы на телеканале «Первый городской канал в Кирове» не отрицал, факт нарушения не признал, так как, по его мнению, исходя из устойчивой ассоциации в языковом сознании носителей русского языка, билингвов, особенно молодого и среднего поколения слово «песец» с общенной лексикой, при соответствии указанного слова орфографическим нормам правил русского языка, нельзя однозначно утверждать, что само по себе слово «песец» является непристойным и нелитературным словом, бранным словом, поскольку оно может быть употреблено и в значении не воспринимаемом в качестве оскорбительного. Пояснил, что готовый рекламный ролик был изготовлен и передан в ООО «Город-ТВ» ИП <...>. Заявил ходатайство об объединении дел 48/04-16р и 51/04-16р <...> (вх. № 5489 от 06.09.2016), которое Комиссией Кировского УФАС России оставлено без удовлетворения, поскольку исходя из способов размещения рекламы, рассматриваемой по делам № 48/04-16р и 51/04-16р, ее содержания, а также временных затрат для установления надлежащего субъекта нарушения, объединение дел в одно производство не будет способствовать полному

всестороннему и объективному их рассмотрению.

Изучив материалы дела, Комиссия Кировского УФАС России приходит к следующим выводам.

Согласно ст. 3 Федерального закона «О рекламе», рекламой является информация, распространяемая 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. Под объектом рекламирования понимается 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. Товар – это продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Информация, транслируемая в эфире телеканала «Первый городской канал в Кирове» следующего содержания: «Пришло тепло наконец, а летним шинам песок? В шинных центрах «Резина» огромный выбор летней резины по отличным ценам, например, немецкие шины Matador всего за 1490 р. Шинные центры Rezina» (видеоролик от 18.03.2016) адресована неопределенному кругу лиц, так как данный телеканал в городе Кирове и Кировской области доступен без ограничения для всех без исключения категорий населения, информация направлена на привлечение внимания покупателей к объекту рекламирования (шинному центру Rezina и реализуемым в нем товарам), способствует формированию интереса к рекламируемым товарам, услугам (автошины, автомобильные диски) и их продвижению на рынке, и по своему содержанию является рекламой.

В соответствии с частью 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» 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.

Согласно пп. 10 п. 1 ст. 3 Федерального закона РФ от 01.06.2005 N 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.

В соответствии с пунктом 6 статьи 1 Федерального закона РФ от 01.06.2005 N 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации» при использовании русского языка как государственного языка Российской Федерации не допускается использования слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка (в том числе нецензурной брани), за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке.

Правовая защита потребителей от восприятия неэтичной информации закреплена в Конституции РФ. Так, из содержания ст. 29 Конституции РФ следует, что

российское государство гарантирует защиту личных неимущественных прав граждан, в том числе умаление общепризнанных норм морали, нравственности в обществе.

Согласно Толковому словарю русского языка (под редакцией С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой – М., 1999г.) значение слова непристойный – неприличный, бесстыдный.

Согласно Новому толково-словообразовательному словарю (под ред. Ефремовой Т.Ф. М.: Русский язык, 2000) значение слов:

-непристойный – крайне неприличный, бесстыдный, предосудительный.

-неприличный - не отвечающий, противоречащий правилам приличия;

-предосудительный - заслуживающий осуждения, порицания.

Согласно Толковому словарю русского языка (4 т./ Под ред. Д.Н. Ушакова. – М.: Гос. ин-т «Сов. Энцикл.»; ОГИЗ; Гос. изд-во иностр. и нац. слов., 1935-1940) слово «Песец» - это полярная лисица с короткими ногами, длинным пушистым хвостом и белой или серовато-дымчатой окраской.

Оцениваемая реклама со словосочетанием «шинам песец» содержит образ данного животного, однако логически не рекламирует данное животное, а также не содержит указаний на песца в смысле животного, что указывает на иносказательный смысл данного термина, использованного в рекламе шинного центра. Указанное в словосочетании слово «песец» использовано как обценное (нецензурное/непристойное) слово в смысле «конец», употребляемое в ненормативной лексике, придающее непристойный образ рекламе, что указывает на нарушение запрета на использование непристойных выражений в рекламе.

Использованный образ животного в сочетании с названным рекламным текстом указывают на использование рекламодателем при распространении данной рекламы приема амфиболии (АМФИБОЛИЯ (гр. *amphibolia* - двусмысленность, двойственность) - логическая ошибка, заключающаяся в том, что грамматическое выражение допускает его двоякое толкование) с использованием завуалированной формы обценного выражения.

Учитывая, что амфиболия, это риторический прием двусмысленности, конструктивным принципом которого является нарушение тождества семантики слова посредством постановки его в такой контекст, в котором это слово (или словосочетание) одновременно реализуются в двух разных значениях, Комиссия Кировского УФАС считает, что в данном случае, использование амфиболии в данной рекламе направлено не на использование буквального значения использованных слов и словосочетаний, а на придание тексту иного, в данном случае непристойного выражения, в первую очередь вытекающего из ассоциативного созвучия использованного в указанной рекламе слова «песец».

Пояснение ИП <...> о том, что слово «песец» может быть употреблено и в значении не воспринимаемом в качестве оскорбительного, в данном случае может являться ошибочным, поскольку само по себе данное слово соответствует официальным канонам государственного языка, если оно употребляется в смысле, устанавливающем понятие песец как полярная лисица с короткими ногами, длинным пушистым хвостом и белой или серовато-дымчатой окраской. А в

рассматриваемом случае объектом рекламирования является шинный центр и оказываемые в нем услуги, которые логически не ассоциируются с полярной лисицей.

В зависимости от личностных характеристик субъекта (возраста, образования, воспитания, семейных устоев, места проживания и прочее), рекламная информация воспринимается каждым человеком индивидуально.

То обстоятельство, что в адрес компании не поступали жалобы от тех лиц, которые могли бы быть оскорблены данной рекламой, по мнению антимонопольного органа не имеет правового значения, поскольку соблюдение правил государственного русского языка не определяется отношением к таким правилам отдельными членами общества. Нормы и правила современного государственного русского языка подлежат соблюдению независимо от отношения к ним общества, а отсутствие сведений об оскорбленных и обиженных гражданах данной рекламой не свидетельствует о соответствии такой рекламы правилам современного государственного языка, что обусловлено [ст. 1, пп. 10 п. 1 ст. 3](#) Федерального закона РФ от 01.06.2005 N 53-ФЗ «О государственном языке Российской Федерации».

Вместе с тем, материалы дела содержат жалобы физических лиц, подтверждающие факт восприятия некоторыми категориями граждан спорной рекламы как неприличной и оскорбительной.

Согласно мнению членов Экспертного Совета по применению законодательства о рекламе при Кировском УФАС России, высказанному на заседании 17.06.2016, реклама может быть признана непристойной и/или оскорбительной, поскольку идет ассоциация с нецензурным словом, звучание фразы «шинам песец» неприятно, отсутствует взаимосвязь между объектом рекламирования и фотографией зверька. Данная реклама не красит город. Потребителю рекламы понятно, что смысл фразы можно трактовать «шинам конец». Реклама неэтична, в том числе, по отношению к детям, пожилым людям. Данная позиция была озвучена с точки зрения восприятия рекламы в качестве потребителей и расценена как ненадлежащая. В состав Экспертного Совета при Кировском УФАС России входят представители органов местного самоуправления, научных организаций, общественных организаций, экспертов и специалистов в области лингвистики, психологии, журналистики, соответственно их мнение можно принять в качестве надлежащего доказательства наличия в рекламе оскорбительных и непристойных образов.

С учетом вышеизложенного, реклама, транслируемая в эфире телеканала «Первый городской канал в Кирове» следующего содержания: «Пришло тепло наконец, а летним шинам песец? В шинных центрах «Резина» огромный выбор летней резины по отличным ценам, например, немецкие шины Matador всего за 1490 р. Шинные центры Rezina» является непристойной, оскорбительной рекламой, то есть не соответствует требованиям части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В соответствии со ст. 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», несет рекламодатель. Рекламопроизводитель несет ответственность в случае, если будет доказано, что нарушение произошло по его вине.

Согласно имеющимся в материалах дела документам, в соответствии с договором от 18.03.2016 № 328/1 Г на оказание услуг по размещению рекламных материалов, заключенным между ИП <...>. (заказчик) и ООО «Город-ТВ» (Первый городской канал в Кирове) (исполнитель), ИП <...> произведен заказ на размещение рекламы на канале «Первый городской канал в Кирове». ООО «Город-ТВ» выставлен счет на оплату ИП <...>. от 18.03.2016 № 110 за размещение рекламы. Оплата за размещение произведена ИП <...>. согласно платежному поручению от 01.08.2016 № 242. ООО «Город-ТВ» и ИП <...> подписан акт от 31.03.2016 № 324.

Исследовав указанные документы, комиссия Кировского УФАС России приходит к выводу, что рекламодателем спорной рекламы следующего содержания: «Пришло тепло наконец, а летним шинам песок? В шинных центрах «Резина» огромный выбор летней резины по отличным ценам, например, немецкие шины Matador всего за 1490 р. Шинные центры Rezina», транслируемой в эфире телеканала «Первый городской канал в Кирове» является ИП <...>., как лицо, определившее объект рекламирования.

В рассматриваемой ситуации ИП <...>. является рекламодателем по смыслу Федерального закона «О рекламе» и несет ответственность за нарушение требований, установленных ч. 6 ст. 5 Федерального закона «О рекламе».

Комиссия решила не выдавать ИП <...> предписание об устранении нарушения рекламного законодательства, так как согласно ответу ООО «Город-ТВ» (вх. № 5150 от 19.08.2016) на запрос Кировского УФАС России на данный момент данная реклама в эфире телеканала «Первый городской канал в Кирове» не размещается.

На основании ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях нарушение рекламодателем, рекламопроизводителем или рекламораспространителем законодательства о рекламе, статьями 14.37, 14.38, 19.31 настоящего Кодекса, - влечет наложение административного штрафа на граждан в размере от двух тысяч до двух тысяч пятисот рублей; на должностных лиц - от четырех тысяч до двадцати тысяч рублей; на юридических лиц - от ста тысяч до пятисот тысяч рублей.

Комиссия считает необходимым передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении индивидуального предпринимателя <...>.

Руководствуясь ст. 3, ч. 6 ст. 5, ст. 38 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» и в соответствии с п.п. 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных Постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу следующего содержания: «Пришло тепло

наконец, а летним шинам песец? В шинных центрах «Резина» огромный выбор летней резины по отличным ценам, например, немецкие шины Matador всего за 1490 р. Шинные центры Rezina», транслируемую в эфире телеканала «Первый городской канал в Кирове», содержащую фразу «шинам песец», воспринимаемую потребителями как оскорбительную, непристойную, поскольку в ней нарушены требования ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе».

2. Индивидуальному Предпринимателю <...> (ИНН <...>, ОГРНИП <...>) предписание об устранении нарушения законодательства РФ о рекламе не выдавать.

3. Передать материалы уполномоченному должностному лицу для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административном правонарушении в отношении индивидуального предпринимателя <...>.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации