

# РЕШЕНИЕ

по делу № 4-05/102

21 ноября 2016 г.

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии: <...>, руководитель управления;

члены Комиссии:

<...>, начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

<...>, главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции,

рассмотрев материалы дела № 4-05/102 по признакам нарушения индивидуальным предпринимателем Мелиховым А.В. части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в присутствии представителей <...>.,

УСТАНОВИЛА:

В адрес Хабаровского УФАС России поступили обращения (вх. №: 4/9645 от 29.08.2016 г.; 4/9651 от 29.08.2016 г.; 4/9919 от 05.09.2016 г и 4/9920 от 05.09.2016 г.) о распространении наружной рекламы «Машина машина. Автосервис, в который девушку можно отпускать одну».

Реклама размещена на стендовой конструкции по адресу: г. Хабаровск, проспект 60-летия Октября, 237.

По мнению заявителей, текст рекламы содержит оскорбительное высказывание в отношении женского пола, поскольку подразумевает, что: «...Женщина является несамостоятельной и не может посетить такое предприятие, как автосервис, без сопровождения». ...«Женский пол настолько глуп в отношении устройства автомобиля, что работники автосервиса с легкостью могут воспользоваться подобной глупостью и обмануть девушку, но только не работники рекламируемого автосервиса. ...«Данная реклама сообщает, что женщина не может посещать автосервисы одна, что является дискриминацией по признаку пола».

Исходя из приведенных высказываний, реклама содержит признаки нарушения требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с которыми 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.

Данное положение Закона запрещает использовать в рекламе непристойные, оскорбительные сравнения, выражения, которые нарушают общепринятые нормы и принципы поведения в обществе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных категорий лиц.

Вместе с тем, вопрос отнесения сравнений, высказываний к оскорбительным, непристойным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности.

В связи с отсутствием в рекламном законодательстве единообразного толкования (восприятия) непристойных образов и исчерпывающего перечня свойств и характеристик неэтичной рекламы, антимонопольным органом с 31.08.2016 г. по 23.09.2016 г. на сайте Хабаровского УФАС России в сети Интернет проведен опрос потребителей относительно восприятия ими рекламы «Машина машина. Автосервис, в который девушку можно отпускать одну» с целью определения степень ее непристойности и оскорбительности в отношении женского пола.

Опрос, в котором участвовало 1609 человек, отражает следующее отношение потребителей к данной рекламе:

- 57,9% респондентов считают, что реклама содержит оскорбительное выражение в отношении женского пола;

- 66,7% опрошенных высказали мнение, что реклама означает, что женщины не разбираются в автомобилях, в связи, с чем работники автосервисов могут обмануть их, но только не сотрудники рекламируемого сервиса;

- 63,2 опрошенных потребителей подтвердили, что рекламное выражение «Автосервис, в который девушку можно отпускать одну», подразумевает, что женщина не может посещать автосервис одна без сопровождения мужчины, так как в ином случае ее обманут.

Таким образом, большинство респондентов выразили мнение, что реклама содержит оскорбительное выражение в отношении деловых качеств («продвинутости») женщин, принижающее их способность разбираться в вопросах обслуживания и ремонта автомобилей.

Следовательно, мнение большинства потребителей свидетельствует о нарушении в наружной рекламе «Машина машина. Автосервис, в который девушку можно отпускать одну» части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В ходе рассмотрения дела заявители поддержали доводы о том, что спорная реклама содержит нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

В обоснование своей позиции представили филологический комментарий преподавателя русского языка и литературы первой квалификационной категории <...>к тексту рекламы «Машина машина» (вх. № 4/12476 от 21.11.2016 г) и семантический разбор рекламного слогана «Автосервис, в который девушку можно отпускать одну», составленный ревизионным корректором МАУ «Хабаровские вести», библиографом <...> (вх. № 4/12474 от 21.11.2016 г., далее

пояснения специалистов).

В филологическом комментарии указано, что исходя из лексического значения слова «отпускать», содержащегося в толковых словарях русского языка В.И. Даля, Т.Ф. Ефремовой, С.И. Ожегова, использование данного слова в контексте рекламы означает, что некое лицо может дать (или не дать) разрешение на то, чтобы девушка могла посещать данный автосервис.

То есть, в данном контексте девушка не является самостоятельным субъектом, а является объектом, на которого направлена воля другого лица, который «может отпускать», а может и «не отпускать» девушку в автосервис без сопровождения.

Вместе с тем, в современном российском обществе женщина обладает равными с мужчиной правами и свободами, предусмотренными Конституцией РФ. Женщина не является недееспособной и не нуждается в обязательном сопровождении при посещении общественных мест.

Оскорбление – это правовая квалификация деяния, которое выражается в отрицательной оценке личности и имеющее целью подчеркнуть ущербность лица-адресата, его недееспособность.

В рекламе «Машина машина» девушки и женщины представляются недееспособными посещать автосервисы самостоятельно без сопровождения и без разрешения от стороннего лица.

Следовательно, по мнению специалистов, текстовое высказывание «Автосервис, в который девушку можно отпускать одну», с учетом требований части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе», считается оскорбительным.

Аналогичный вывод следует из семантического разбора рекламного слогана «Автосервис, в который девушку можно отпускать одну».

Данный вывод основан на том, что согласно Толковому словарю русского языка С.И. Ожегова и Н.Ю. Шведовой значение слова «отпускать» - это позволить кому-нибудь удалиться, отправиться куда-нибудь.

В данном случае решение принимает тот, кто отпускает, а тот, кого отпускают, действует не по собственному желанию, а по воле другого лица.

В рассматриваемом рекламном слогане объектом, подчиняющимся чужой воле, является девушка.

Кроме того, слово «можно» усиливает акцент на несамостоятельности и его несвободе в принятии решения (можно – разрешается, позволено (Ожегов, Шведова): можно отпустить, а можно и не отпускать).

Исходя из трактовки термина «оскорбление», содержащейся в «Энциклопедии права» (Гревцов, Козлихин, 2008), - это «преступление против свободы, чести и достоинства личности». Следовательно, навязывание ограничения свободы, («отпускать девушку») и принижение способности самостоятельно принимать решения («можно отпускать») подходят под это толкование.

Таким образом, поскольку рекламный слоган говорит о девушках, реклама

является оскорбительной по признаку пола.

Представители <...> не согласились с выявленными нарушениями, пояснив, что прежде чем выработать концепцию и фирменный стиль рекламной кампании автосервиса, ООО «Брендинговый бутик «Искра» по договору с <...> (№ 140915 от 14.09.2015 г.) провело работу по сбору и обработке данных глубинных интервью.

Цель глубинных интервью заключалась в изучении целевой аудитории автосервиса.

При помощи данной технологии социологического опроса, респондентами которого являлись девушки и женщины разных возрастов, профессий и с разным семейным положением, сделан вывод, что все опрошенные считают решение проблем с автомобилем мужским занятием, и обслуживание машины, принадлежавшей девушке, всегда воспринимается как форма заботы мужчины о женщине. Тот факт, что машиной занимается именно мужчина, является социальной нормой в обществе.

При разработке рекламного слогана подразумевалось, что «В этом автосервисе девушке будет комфортно».

Реклама ни к чему не принуждает и не является дискриминацией по гендерному признаку, поскольку означает только заботу мужчины о женщине.

Для подтверждения данного вывода в социальной сети сторонней организацией проведен опрос общественного мнения с целью определения отношения потребителей к рекламе «Машина машина. Автосервис, в который девушку можно отпускать одну».

На вопрос «Корректный баннер или обидный?» из 440 человек голосующих большинство (81,4%) считают, что «Все с этой рекламой в порядке».

В другом голосовании по вопросу «Реклама креативная или прикольная?» 108 человек из 120 (90%) ответили утвердительно.

Дополнительно, представителями ИП <...> отмечено, что Хабаровским УФАС России при проведении на своем сайте опроса общественного мнения по данной рекламе, вопросы поставлены некорректно, поскольку респонденту заранее указали на то, что он должен ответить.

С учетом приведенных обеими сторонами доводов Комиссия пришла к следующему выводу.

Согласно требованиям части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» в рекламе запрещено использовать бранные слова, непристойные и оскорбительные образы, сравнения, выражения.

В соответствии с письмом ФАС России № АД/17355/13 от 29.04.2013 г. «О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» к оскорбительным образам, сравнениям и выражениям относятся слова и выражения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

При квалификации рекламы в качестве неэтичной следует иметь в виду, что вопрос отнесения образов к оскорбительным либо непристойным носит субъективно-оценочный характер, который основан на восприятии данной информации каждым индивидуумом в отдельности.

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).

Обобщения и аналогии при рассмотрении неэтичной рекламы не допустимы.

Таким образом, в связи с отсутствием единообразного толкования понятия «оскорбительные образы, сравнения, выражения», оценка рекламы «Машина машина. Автосервис, в который девушку можно отпускать одну» проведена Хабаровским УФАС России с использованием 2-х методов.

Первый – опрос общественного мнения.

Комиссия отклоняет доводы представителей ИП <...> о некорректности опроса, проведенного на сайте Хабаровского УФАС России.

Оценка рекламы проведена с учетом требований части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе», в соответствии с которыми не допускается использование непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений.

Именно, исходя из требований Закона и содержания рекламы, были поставлены вопросы на голосование для подтверждения либо отклонения в рекламе признаков оскорбительности.

Одновременно антимонопольный орган не принимает во внимание результаты опроса общественного мнения, проведенного в отношении данной рекламы в социальной сети, поскольку полученные по результатам голосования ответы «Все с этой рекламой в порядке» и «Реклама креативная и прикольная» не могут быть использованы в качестве признаков для квалификации рекламы на соответствие рекламному законодательству.

Второй метод – основан на изложенных выше филологическом комментарии и семантическом разборе рекламного слогана «Автосервис, в который девушку можно отпускать одну», составленных филологами.

По мнению специалистов, реклама является оскорбительной по признаку пола, поскольку в ней сделан акцент на отсутствии самостоятельности женщин.

Комиссия, согласившись с указанной оценкой рекламы по филологическому и семантическому признакам, отмечает, что, несмотря на то, что концепция спорной рекламы построена на социальной норме – «Машиной должен заниматься мужчина», следует иметь в виду, что общепринятые устойчивые представления о должном «мужском» поведении, реализованном в заботе о женщине, не означают, что женщина (в силу своей социальной роли в современном обществе) несамостоятельна в своих решениях и что ей требуется разрешение для посещения автосервиса.

То есть, принятие решения за женщину социальной нормой не является.

В соответствии с частью 6 статьи 38 названного закона ответственность за данное нарушение несет рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Установлено, что рекламодателем является индивидуальный предприниматель <...>, что подтверждается следующими документами:

- договором аренды № 1-06-16 от 01.01.2016 г, заключенным между ООО «Град» и ИП <...>., в соответствии с которым последний принял в аренду рекламную конструкцию по адресу: проспект 60-летия Октября, 237 (акт приема-передачи рекламных плоскостей от 01 января 2016 г.);

- платежными поручением № 3631 от 07.09.2016 г.;

- актами выполненных работ по аренде рекламных плоскостей № 95 от 30.09.2016 г.

Руководствуясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 37-42 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей наружную рекламу «Машина машина. Автосервис, в который девушку можно отпускать одну», размещенную на стендовой конструкции в г. Хабаровске по адресу: проспект 60-летия Октября, 237, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Выдать ИП <...> предписание о прекращении нарушения законодательства РФ о рекламе.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Хабаровского УФАС России для возбуждения дела об административном правонарушении, предусмотренном частью 1 статьи 14.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях.

Решение изготовлено в полном объеме 24 ноября 2016 г.

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

## Предписание

о прекращении нарушения законодательства

Российской Федерации о рекламе

«21» ноября 2016 г.

г. Хабаровск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Хабаровскому краю по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии – <...>, руководитель управления;

члены Комиссии:

<...>, начальник отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

<...>, главный специалист-эксперт отдела рекламы и недобросовестной конкуренции;

на основании своего решения от 21 ноября 2016 г. по делу № 4-05/102 о признании ненадлежащей рекламы «Машина машина. Автосервис, в который девушку можно отпускать одну», размещенной на стендовой конструкции по адресу: г. Хабаровск, проспект 60-летия Октября, 237, и в соответствии с пунктом 1 части 2 статьи 33, частями 1,3 статьи 36 Федерального закона «О рекламе», пунктами 44, 45 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе,

ПРЕДПИСЫВАЕТ:

1. Индивидуальному предпринимателю <...> в 5-ти дневный срок со дня получения настоящего предписания прекратить распространение любыми способами при помощи любых средств рекламы «Машина машина. Автосервис, в который девушку можно отпускать одну», размещенную на стендовой конструкции в г. Хабаровске по адресу: проспект 60-летия Октября, 237.

2. Индивидуальному предпринимателю <...> представить в Хабаровское УФАС России письменные доказательства исполнения пункта 1 настоящего предписания в срок до 12 декабря 2016 г.

В случае невыполнения в установленный срок предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе Хабаровское УФАС России вправе в соответствии с пунктом 2 статьи 19.5 Кодекса Российской Федерации об

административных правонарушениях наложить на должностных лиц штраф в размере от двенадцати до двадцати тысяч рублей.

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