

3 февраля 2023 года

г. Пенза, ул. Урицкого, 127

Мотивная часть решения объявлена 03 февраля 2023 года.

Комиссия Пензенского УФАС России по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

рассмотрев дело № 058/05/5-835/2022, возбужденное в отношении индивидуального предпринимателя по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а именно части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее – ФЗ «О рекламе»),

УСТАНОВИЛА:

Пензенское УФАС поступило обращение гр-на , перенаправленное Администрацией города Пензы (вх. № 4797-э от 17.11.2022), о проверке соблюдения законодательства Российской Федерации по факту распространения на рекламной конструкции информации под заголовком: «Не бойся отличиться. MO-JERS. ТЦ «Высшая Лига, 1 этаж» с изображением мужчины в розовой юбке, крыльями и короной на голове, расположенной по адресу: г. Пенза, ул. 8 Марта (напротив д. 89 по ул. Огарева).

Пензенским УФАС России определением от 29.11.2022 по факту распространения по адресу: г. Пенза, ул. 8 Марта (напротив д. 89 по ул. Огарева) рекламы с изображением мужчины в розовой юбке, крыльями и короной на голове под заголовком: «Не бойся отличиться» возбуждено дело № 058/05/5-835/2022 по признакам нарушения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе». К участию в деле в качестве лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, привлечена ИП. Рассмотрение дела было назначено на 26.12.2022.

Определением от 26.12.2022 рассмотрение дела было отложено до 03.02.2023.

При рассмотрении дела 03.02.2023 ИП не явилась. ИП в установленном порядке уведомлена о месте и времени рассмотрения дела № 058/05/5-835/2022 (отчет об отслеживании явки с почтовым идентификатором №80106979384021).

Из представленные документы, Комиссия пришла к следующему выводу.

При рассмотрении обращения установлено, что реклама, размещенная в ноябре 2022 г. в Пензе по адресу: г. Пенза, ул. 8 Марта (напротив д. 89 по ул. Огарева), имеет изображение мужчины в розовой юбке, крыльями и короной на голове под заголовком: «Не бойся отличиться. MO-JERS. ТЦ «Высшая Лига, 1 этаж».

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламой является информация, распространённая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределённому кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его

движение на рынке.

Согласно пункту 2 статьи 3 ФЗ «О рекламе» объектом рекламирования является товар, средство индивидуализации юридического лица и (или) товара, изготовитель или продавец товара, результаты интеллектуальной деятельности либо мероприятие (в том числе спортивное соревнование, концерт, конкурс, фестиваль, основанные на риске игры, пари), привлечение внимания к которым направлена реклама.

Информация, размещенная на рекламной конструкции под заголовком: «Не бойся отличаться. МО-JERS. ТЦ «Высшая Лига, 1 этаж» с изображением мужчины в розовой юбке, крыльями и короной на голове, расположенной по адресу: г. Пенза, ул. 8 Марта (напротив 9 по ул. Огарева) содержит все необходимые признаки рекламы, позволяющие выделить ее именно в этом качестве и отличить от информации не рекламного характера: предназначена для неопределенного круга лиц; преследует строго заданные цели информирования: продвижение на рынке, призвана формировать и поддерживать спрос к услугам, предоставляемым соответствующим рекламодателем.

Согласно части 6 статьи 5 ФЗ «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 позиции Пленума ВАС РФ, изложенной в пункте 16 Постановления от 08.10.2012 N 10/12-П по некоторым вопросам практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе», при решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных образов, сравнений и выражений к числу непристойных специальных знаний, как правило, не требуется.

Согласно позиции ФАС России 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 числе прочего, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Суд Пензенского УФАС России считает, что в данном случае следует анализировать совокупность всех элементов зрительного воздействия на потребителя рекламы: изображение мужчины в розовой юбке, крыльями и короной на голове, использование слогана: «не бойся отличаться».

Согласно толковому словарю русского языка С.И. Ожегова непристойный - неприличный, стыдный; неприличный – не соответствующий, противоречащий правилам приличия; стыдный - лишенный чувства стыда, противоречащий общественной морали, непристойный.

Приличная форма – нарушение правил поведения, принятых обществом в целом или определенной социальной группой в данной ситуации. Приличие же представляет собой соответствие поведения, пристойность, а приличный – значит соответствующий приличиям, пристойный подобающий, уместный. Понятие неприличности является родственным и близким по значению непристойному. Непристойный образ (внешний вид, облик) - это образ, способный вызвать у потребителя рекламы ощущение его (образа) неуместности и

эпистимости, то есть несоответствия данной обстановке, ситуации.

восприятия изображений, слов и иных образов к оскорбительным носителем 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).

непристойным образом могут быть отнесены изображения, которые нарушают принятые нормы и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и ответственности.

В процессе анализа данной рекламы на предмет этичности необходимо принять во внимание особенности распространения данной рекламы. Рассматриваемая реклама размещена на рекламной конструкции, расположенной рядом с проезжей частью, пешеходной зоной, а также вблизи учебного заведения - школы, и доступна для восприятия как водителям, так и пешеходам, в том числе учащимся (в том числе совершеннолетним лицам). Соответственно данная реклама размещена в месте, доступном для обозрения людям разных возрастных групп, в том числе детям и подросткам, возраст которых предполагает постоянную «открытость» психики к внешнему влиянию.

В ходе определения наличия либо отсутствия признаков нарушения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» рассмотрение содержания рассматриваемой рекламы было включено в повестку заседания Экспертного совета по рекламе при Пензенском УФАС России.

Решением Экспертного совета было установлено, что изображение мужчины в женской одежде (сопровождающееся надписью «Не бойся отличиться») отсылает нас к субкультуре трансгендерных меньшинств, это же можно отнести и к цветовой гамме одежды «героя» рекламного плаката. И, если для западного менталитета крылья и подобие короны над головой может быть истолковано как принадлежность к сказочным героям, то в традиционном российском обществе это, скорее всего, истолковывается как попытка имитации мужского образа.

Восприятие рассматриваемой рекламы на улицах города необходимо рассматривать и с точки зрения негативного ее влияния на нравственное воспитание детей дошкольного возраста. Реклама формирует представление о том, что мужчина в женской одежде и надписью «не бойся отличиться» формирует представление о том, что мужчина может быть представителем другого пола, что противоречит традиционным российским нормам морали и нравственности. Учитывая, что гендерная идентичность (ощущение принадлежности к определенному полу) у детей до двух лет жизни формируется по преимуществу виду значимых людей – одежде, следовательно, реклама (где мужчина с бородой и длинными волосами одет в розовую юбку), может негативно влиять на формирование представления о ролях и ролях в семье у детей дошкольного возраста.

Рассматриваемая реклама распространяется в самых людных местах, в центре города, на крупной рекламной конструкции, на которую люди даже невольно обращают внимание в силу ее размера. Мужчина в розовой юбке смотрит прямо на тех людей, чей взгляд останавливается на данной рекламе, неприличный образ мужчины с надписью «не бойся отличиться» обращен именно в сторону того человека, кто смотрит на рекламу. Данная реклама адресована неопределенному кругу лиц, независимо от их возраста или пола. Среди этих граждан могут быть и дети любого возраста. Ребенок, посмотрев рекламу, в силу своего возраста и развития, может воспринимать ее для себя так, что

ине можно одеваться в женскую одежду – это нормально.

ама в виде изображения мужчины в розовой юбке и надписью «не бойся отличиться», оскорбляет чувства верующих граждан – православных христиан, так как эта реклама основана на наглом попрании Божьей Заповеди: «На женщине не должно быть мужской одежды, и мужчина не должен одеваться в женское платье, ибо мерзок пред Господом твоим всякий делающий сие» (Ветхий Завет, Второзаконие, 22.5). Данная реклама попирает традиционные ценности нашей страны, попирает нормы морали и ответственности.

Содержание данной рекламы не несет нравственного характера, противоречит государственным нормативно-правовым актам, регламентирующим воспитание ребенка в семье и в целом государственной политике в области духовно-нравственного воспитания гражданина России. При демонстрации вышеуказанной рекламы у потребителей отсутствует право выбора или ограничения ее восприятия, в отличие от рекламы, распространяемой в печатных СМИ и на телевидении.

В соответствии с частью 1 статьи 4 Федерального закона от 24.07.1998 №124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации» целями государственной политики в интересах детей является защита детей от факторов, негативно влияющих на их физическое, интеллектуальное, психическое, духовное и нравственное развитие.

На данном образе, необходимо соблюдать информационную безопасность детей и ограничивать их в доступе к такой информации, так как именно детская психика является наиболее восприимчивой и незащищенной от воздействия внешних факторов. Информационная безопасность детей – состояние защищенности детей, при котором отсутствует риск, связанный с причинением информацией вреда их здоровью и (или) физическому, духовному, нравственному развитию (пункт 4 статьи 2 Федерального закона от 1.07.1998 №124-ФЗ «Об основных гарантиях прав ребенка в Российской Федерации»).

Распространение рекламной информации, имеющей свободное распространение, текстового содержания, сопровождаемого изображением мужчины, внешний вид которого противоречит сложившемуся в обществе нормам морали и нравственности, в данном случае использование изображения мужчины в розовой юбке с надписью «не бойся отличиться» – нельзя признать допустимым в силу существующего запрета на использование в рекламе непристойного изображения.

Содержащая изложенное, реклама с изображением мужчины в розовой юбке и надписью «не бойся отличиться» нарушает требования части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе», поскольку изображение в ней мужчины в розовой юбке с надписью «не бойся отличиться», принимается как имеющее непристойный смысл, оскорбляет чувства граждан, противоречит правилам приличия, нарушает общепринятые нормы морали, гуманности, ответственности.

Согласно пункту 4 статьи 3 ФЗ «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частями 2-8 статьи 5 настоящего закона несет рекламодатель.

В соответствии с пунктом 5 статьи 3 ФЗ «О рекламе» рекламодатель – это изготовитель или владелец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

рекламодателем вышеуказанной рекламы является индивидуальный предприниматель, что подтверждается договором №106 от 27.10.2002, заключенным с индивидуальным предпринимателем

Исходя из вышеизложенного, и, основываясь на фактических обстоятельствах дела, Комиссия пришла к выводу, что ИП нарушила требования части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

Согласно статье 1 ФЗ «О рекламе», целями данного закона являются развитие рынков товаров, работ и услуг на основе соблюдения принципов добросовестной конкуренции, укрепление в Российской Федерации единства экономического пространства, реализации права потребителей на получение добросовестной и достоверной рекламы, предупреждение нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, а также пресечение фактов ненадлежащей рекламы.

Статьей 33 ФЗ «О рекламе» предусмотрены полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного надзора в сфере рекламы, в частности, выдавать рекламодателям, рекламодателям, рекламодателям обязательные для исполнения предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

В ходе рассмотрения дела специалистами Пензенского УФАС России установлено, что размещаемая реклама, размещенная на рекламной конструкции, установленной по адресу: г. Пенза, ул. 8 Марта (напротив д. 89 по ул. Огарева), демонтирована.

В связи с чем, Комиссия Пензенского УФАС России приходит к выводу предписание ИП не выдать.

Согласно части 4 статьи 38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламодателями, рекламодателями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

Основываясь частью 2 пункта 1 статьи 33, частью 1 статьи 36 Федерального закона «О рекламе» и в соответствии с пунктами 42-47 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

Признать рекламу, распространяющуюся на рекламной конструкции под заголовком: «не пытайтесь отличиться» с изображением мужчины в розовой юбке, крыльями и короной на голове, расположенной по адресу: г. Пенза, ул. 8 Марта (напротив д. 89 по ул. Огарева) ненадлежащей, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе».

2. Предписание ИП о прекращении нарушения законодательства о рекламе не выдать.

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

