

ПОСТАНОВЛЕНИЕ
о назначении административного наказания по делу
№06-09/142-10

23.06.2010

г. Томск

Руководитель Управления Федеральной антимонопольной службы по Томской области Шевченко Владимир Иванович, рассмотрев протокол и материалы дела №06-09/142-10 об административном правонарушении, возбужденного в отношении главного редактора редакции газеты «Реклама» <...>.

Дата рождения: <...>.

Место рождения: <...>.

паспорт <...> <...>.

Приказом генерального директора ЗАО «Издатель» от 14 января 2010 г. <...> назначен главным редактором редакции газета «Реклама».

УСТАНОВИЛ

26.01.2010 (вх.№ 386) в Томское УФАС России поступило обращение комитета по местному самоуправлению Администрации города Томска об обеспечении недопустимости рекламы проституции в томских СМИ. К обращению приложена резолюция Круглого стола «Реклама проституции как фактор растления молодежи» от 06.11.2009, в котором указывалось на факты распространения рекламы проституции в печатном издании «Реклама».

В газете «Реклама» №11(895) от 20.03.2010 г. на стр.54 в рубрике «досуг» размещена реклама следующего содержания: «570-331 Баунти», «30-18-88 Анжелина», «320-330 Анастасия», «22-45-68», «30-80-87», «30-82-03», «577-407 Рафаэла», «22-40-07 Лера», «22-59-36 Люси».

Указанные объявления не сопровождаются размещением какого-либо изображения, объявления в указанной рубрике кроме номеров телефонов содержат следующий текст – «Азия, Барби, Натали, Клеопатра, Твой выбор!, Примем девушек, Максим, Лолита, Маруся, Ева, Рафаэла, Анжелина, Ангелина, Юля, Саша, Ксения, Марина, Снежана, Вероника, Виктория, Анастасия, Люси, Лера, Карина».

При рассмотрении вышеуказанного обращения Управлением были направлены поступившие материалы в УВД по Томской области для проведения проверки (исх. №ЕФ/302 от 29.01.2010). Согласно полученным ответам (вх.№ 1624 от 01.04.2010, №1659 от 02.04.2010, вх.№2191 от 27.04.2010, вх.№2569 от 17.05.2010) проведенной Милицией общественной безопасности УВД по ТО проверкой установлено, что по телефонным номерам 57-03-31, 30-18-88, 32-03-30, 22-45-68, 30-80-87, 30-82-03, 57-74-07, 22-59-36, 22-59-07, опубликованным в издании «Реклама» №11(895) от 20.03.2010 г., предлагаются услуги проституток, что подтверждается представленными материалами: объяснениями привлеченной к административной ответственности по ст.6.11 КоАП РФ гражданки К. от 22 марта 2010 г., постановлениями по восьми делам об административных правонарушениях о привлечении к административной ответственности за нарушение ст.6.11 КоАП РФ, копиями квитанций об оплате наложенных штрафов, рапортами инспектора ЦБСПСПР при ИАЗ УВД ст. лейтенанта милиции, актами о проведении телефонных разговоров, актами выдачи денежных средств, протоколами изъятия вещей и документов, визитками, изъянными у проституток в ходе профилактических мероприятий.

В частности, из акта проведения телефонного разговора от 17.02.2010 г. следует, что 17.02.2010 г. в ходе звонка на телефонный номер <...> -45-68 инспектором ЦБСПСПР и ИАЗ УВД по Томской области

получена информацию о возможности воспользоваться интимными услугами, об их стоимости, а также осуществлен заказ трех девушек.

Из рапорта по данному факту инспектора ЦБПСПр и ИАЗ УВД по Томской области следует, что в ходе вышеуказанного телефонного разговора абонент сообщил инспектору стоимость интимных услуг, которая составляет 1200 рублей за один час. По прибытии семи девушек инспекторами совершена контрольная закупка секс услуг на сумму 3600 рублей. Прибывшие девушки после установления их личностей пояснили, что выезжают для оказания секс услуг по заказам, поступившим на следующие телефонные номера: 570-331, 30-18-88, 22-45-68, 30-80-87, 30-82-03. В результате вышеуказанных мероприятий 17 февраля 2010 г. инспектором ЦБПСПр и ИАЗ УВД по Томской области <...> вынесены постановления №№37, 39, 40, 41, 42, 43, 44 о привлечении к административной ответственности по ст.6.11 КоАП РФ. Указанные постановления не оспаривались нарушителями в суде, штрафы оплачены.

Согласно объяснениям привлеченного к административной ответственности по ст.6.11 КоАП РФ постановлением №63 от 22.03.2010 г. лица, ею совместно с подругой размещалось объявление с указанием телефонного номера 320-330 в газете «Реклама» для подработки проститутками.

В соответствии с протоколом опроса свидетеля К. от 07.05.2010 объявление «320-330 Анастасия» размещалось в газете «Реклама» в период с января по март 2010 г. с целью получения заработка от оказания услуг сексуального характера.

Из рапорта инспектора ЦБПСПр и ИАЗ УВД по Томской области и письма УВД по Томской области от 17.05.2010 (вх.№2569 от 17.05.2010) следует, что в ходе профилактических мероприятий по пресечению проституции в г. Томске и совершения контрольных закупок секс услуг у проститутки изымаются визитные карточки с телефонными номерами, предоставляемые, согласно их пояснениям клиентам. Милицией изъяты визитки со следующими телефонными номерами: 22-59-36, 22-40-07.

Из акта проведения телефонного разговора от 24.02.2010 г. следует, что 24.02.2010 г. в ходе звонка на телефонный номер <...> -74-07 инспектором ЦБПСПр и ИАЗ УВД по Томской области получена информация о возможности воспользоваться интимными услугами, об их стоимости, а также осуществлен заказ четырех девушек.

Из рапорта по данному факту инспектора ЦБПСПр и ИАЗ УВД по Томской области следует, что в ходе вышеуказанного телефонного разговора абонент сообщил инспектору стоимость интимных услуг, которая составляет 1200 рублей за один час. По прибытии трех девушек инспекторами совершена контрольная закупка секс услуг на сумму 2400 рублей. В результате вышеуказанных мероприятий 24 февраля 2010 г. инспектором ЦБПСПр и ИАЗ УВД по Томской области <...> вынесены постановления №№45, и 46 о привлечении к административной ответственности по ст.6.11 КоАП РФ. Указанные постановления не оспаривались нарушителями в суде.

Согласно объяснениям привлеченного к административной ответственности по ст.6.11 КоАП РФ постановлением №45 от 24.02.2010 г. лица, 24.02.2010 г. она была направлена в сауну «На луговой» для оказания секс услуг. Данный заказ поступил от диспетчера с телефонного номера 577-407, размещенного в средствах массовой информации.

Таким образом, материалами проверок, проведенных Милицией общественной безопасности УВД по ТО подтверждается факт занятия проституцией с использованием в качестве средства привлечения внимания к секс услугам размещенных в газете «Реклама» объявлений.

Факт привлечения внимания в указанных объявлениях именно к услугам проститутки

подтверждается также опросом потребителей рекламы. В соответствии с письмом Томского УФАС России от 05.04.2010 № ЕФ/1214/1 лабораторией социологии и гендерных исследований Томского государственного педагогического университета проведено социологическое исследование «Особенности восприятия рекламных сообщений сексуального характера населением г. Томска». Одной из задач исследования было - выявить, воспринимаются ли частные рекламные сообщения спорного характера в рубрике «досуг» газеты «Реклама» как реклама проституции, сексуальных услуг проституток. В ходе исследования было опрошено 311 человек.

На вопрос «Как Вы считаете, что подразумевается в частных объявлениях в газете «Реклама» №11 от 20.03.2010, страница 54, представленных в рубрике «Досуг» поступили следующие варианты ответов: Знакомство — 16.1%

Реклама проституции — 77.5 %

Реклама туристических агентств – 1.9%

Реклама кондитерских изделий — 1.0%

Другое — 3.5%

Из социологического исследования, проведенного лабораторией социологии и гендерных исследований Томского государственного педагогического университета, следует, что рекламные сообщения, опубликованные в печатном издании «Реклама» №11 от 20.03.2010, страница 54, воспринимаются потребителями рекламы как реклама проституции (77,5%).

Социологическое исследование подтвердило, что информация, размещенная в рубрике «Досуг» вышеуказанного печатного издания воспринимается потребителями рекламы как реклама проституции.

Объективность результатов исследования подтверждается отчетом социологического исследования, подлинными анкетами, документами, свидетельствующими о квалификации исполнителей исследования.

Таким образом, объектом рекламирования рассмотренных рекламных объявлений являются именно услуги сексуального характера, оказываемые проститутками, что подтверждается материалами вышеуказанного социологического исследования и результатами проверок, проведенных сотрудниками милиции.

В соответствии с п.2 ст.3 Закона «О рекламе» объектом рекламирования является товар, средства 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), на привлечение внимания к которым направлена реклама.

Вышеуказанные публикации соответствуют определению понятия рекламы, указанное в пункте 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе», согласно которому реклама – информация, распространенная любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечения внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке.

К административным правонарушениям, связанным с проституцией относятся: неисполнение родителями или законными представителями несовершеннолетних обязанностей по содержанию и воспитанию несовершеннолетних (ст.5.35 КоАП РФ); занятие проституцией (ст.6.11 КоАП РФ); получение дохода от занятия проституцией, если этот доход связан с занятием другого лица проституцией (ст.6.12 КоАП РФ).

Таким образом, в КоАП РФ содержатся отдельные нормы, направленные на запрет услуг проституток.

Уголовным законодательством установлены следующие запреты в сфере общественной нравственности: 1) вовлечение в занятие проституцией (ст.240 УК РФ); 2) организация занятия проституцией (ст.241 УК РФ).

Из перечисленных норм следует, занятие проституцией запрещено законом и за нарушение запрета предусмотрена административная, а в отдельных случаях уголовная ответственность.

Согласно п.1 ст.7 Закона «О рекламе» не допускается реклама товаров,

производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации.

Комиссия Томского УФАС России решениями от 28.04.2010 г. по делам №06-11/32-10, №06-11/33-10, №06-11/34-10, №06-11/35-10, №06-11/36-10, №06-11/37-10 признала рекламу «570-331 Баунти», «577-407 Рафаэла», «30-18-88 Анжелика», «320-330 Анастасия», «22-45-68», «30-80-87», «30-82-03», размещенную ЗАО «Издатель» в печатном издании «Реклама» №11(895) от 20.03.2010 г., ненадлежащей, поскольку указанная реклама нарушает требования п.1 ст.7 Закона «О рекламе».

В соответствии с п.7 ст.3 Закона «О рекламе» рекламодатель — лицо, осуществляющее распространение рекламы любым способом, в любой форме и с использованием любых средств.

Согласно пояснениям законного представителя ЗАО «Издатель» и материалам дел №06-11/32-10, №06-11/33-10, №06-11/34-10, №06-11/35-10, №06-11/36-10, №06-11/37-10 рекламодателем является ЗАО «Издатель». Данный факт подтверждается также указанием в выходных данных газеты, что учредителем и издателем газеты является ЗАО «Издатель».

Согласно п.4 ст.3 Федерального закона «О рекламе» реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно части 7 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных пунктом 1 статьи 7 настоящего Федерального закона несет рекламодатель, в данном случае – ЗАО «Издатель».

За нарушение рекламодателем законодательства о рекламе предусмотрена административная ответственность в соответствии со ст.14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях.

Вместе с тем, в соответствии со статьей 19 Закона Российской Федерации от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» главный редактор несет ответственность за выполнение требований, предъявляемых к деятельности средства массовой информации указанным Законом и другими законодательными актами Российской Федерации.

Федеральным законом «О рекламе» закреплены требования к средствам массовой информации, специализирующимся на рекламе. Рассматриваемая газета «Реклама» в соответствии со свидетельством о регистрации средства массовой информации №Г-01189 от 30 апреля 1997 г., выданным Сибирским региональным управлением регистрации и контроля за соблюдением законодательства РФ в области печати и средств массовой информации, зарегистрирована как рекламное издание. Следовательно, ответственность за выполнение требований, предъявляемых к деятельности газеты «Реклама» Федеральным законом «О рекламе», несет главный редактор.

Приказом генерального директора ЗАО «Издатель» от 14 января 2008 г. <...> назначен главным редактором редакции газета «Реклама» сроком на 10 лет.

10 июня 2010 г. в отношении главного редактора редакции газета «Реклама» <...> составлен протокол об административном правонарушении, предусмотренном ст.14.3 КоАП РФ.

В отзыве на протокол об административном правонарушении <...> указал, что подателями данных объявлений являлись физические лица, объявления не носят коммерческого характера,

следовательно, в силу п.6 ч.2 ст.2 ФЗ «О рекламе» на такие объявления не распространяются требования указанного закона. Объявления о досуге как форма знакомства физических лиц, хотя и формирует интерес к информации и предназначены для неопределенного круга лиц, не способствуют реализации товаров, идей и начинаний, поэтому рекламой не являются. В объявлениях в разделе «досуг» не определен объект рекламирования. Выводы антимонопольного органа, основанные на проверке милиции общественной безопасности о том, что по данным объявлениям предлагаются услуги проституток, не могут служить доказательствами совершения административного правонарушения, предусмотренного статьей 14.3 КоАП РФ, так как объявления не содержат информацию о виде деятельности, запрещенном законом (проституции). Сотрудники редакции не имеют законного права проверить информацию о факте наличия под данной информацией признаков проституции. Следовательно, главный редактор не имел умысла на совершение правонарушения. Субъективная сторона правонарушения характеризуется виной в форме умысла или неосторожности. Учитывая тот факт, что при исполнении предписаний Томского УФАС России редакция газеты изменила подход к приему таких объявлений, а именно, с подателей объявлений берется расписка об отсутствии в объявлении информации коммерческого характера и информации о запрещенных видах деятельности, а также к бланк-заказу прикладывается копия паспорта заказчика. На основании вышеизложенного главный редактор <...> просил освободить его от административной ответственности согласно ст.2.9 КоАП РФ.

На рассмотрении дела об административном правонарушении <...> подтвердил ранее изложенные доводы, а также указал, что организация деятельности редакции, контроль за соблюдением законодательства о рекламе входят в его должностные обязанности.

Оценивая фактические обстоятельства дела, руководитель Томского УФАС России не согласился с доводами <...> по следующим основаниям.

Действительно, в соответствии с п.6 ч.2 ст.2 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» указанный закон не распространяется на объявления физических лиц или юридических лиц, не связанные с осуществлением предпринимательской деятельности.

Вместе с тем, в силу ч.4 ст.38 ФЗ «О рекламе» нарушение рекламоделателями, рекламопроизводителями, рекламодателями законодательства Российской Федерации о рекламе влечет за собой ответственность в соответствии с законодательством Российской Федерации об административных правонарушениях.

В соответствии с ст.14.3 КоАП РФ (в ред. Федерального закона от 24.07.2007 N 210-ФЗ) нарушение рекламоделателем, рекламопроизводителем или рекламодателем законодательства о рекламе 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 сорока тысяч до пятисот тысяч рублей.

Из системного толкования вышеприведенных норм следует, что действующее законодательство допускает участие в правоотношениях в сфере рекламы в качестве рекламоделателя, рекламопроизводителя и рекламодателя граждан (физических лиц). В случае нарушения таким лицом законодательства о рекламе предусмотрена административная ответственность в соответствии с ст.14.3 КоАП РФ.

В силу п.6 ч.2 ст.2 Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» квалифицирующим признаком для определения объявления как реклама является связь объявления с предпринимательской деятельностью.

В силу ч.1 ст.2 Гражданского кодекса Российской Федерации предпринимательской деятельностью является самостоятельная, осуществляемая на свой риск деятельность, направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи товаров, выполнения работ или оказания услуг лицами, зарегистрированными в этом качестве в установленном законом порядке.

Из материалов дела следует, что объектом рекламирования в вышеуказанной рекламе является услуга, оказание которой направлено на систематическое получение прибыли. Вместе с тем, оказание данной услуги, оказываемой проституткой, не подлежит государственной регистрации, поскольку занятие проституцией запрещено законодательством Российской Федерации.

В соответствии с п.1 ст.7 Федерального закона «О рекламе» не допускается реклама товаров, производство и (или) реализация которых запрещены законодательством Российской Федерации. Согласно п.3 ст.3 указанного закона товаром является продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот.

Довод <...> о том, что Федеральный закон «О рекламе» не распространяется на частные объявления «570-331 Баунти», «30-18-88 Анжелика», «320-330 Анастасия», «22-45-68», «30-80-87», «30-82-03», «577-407 Раффаэла», «22-40-07 Лера», «22-59-36 Люси», распространенные в газете «Реклама» №11(895) от 20.03.2010 г. на стр.54 в рубрике «досуг», неправомерен, поскольку не учитывает правовую природу и содержания п.1 ст.7 указанного закона.

Наличие в Федеральном законе «О рекламе» запрета на рекламу товаров (услуг), производство и реализация которых запрещена законодательством Российской Федерации, предусматривает ситуацию, когда осуществляется распространение информации, в том числе под видом частных объявлений, в целях осуществления незаконного вида деятельности, контроль за которым входит в компетенции других органов (не ФАС России) государственного контроля, в данном случае милиции.

Таким образом, требования п.1 ст.7 ФЗ «О рекламе» распространяются на рекламные объявления, направленные на привлечение внимания к услугам проституток, подателями которых являются физические лица.

В соответствии с п.3.2 договора между редакцией и учредителем газеты «Реклама» в обязанности редакции входит соблюдение и требование от рекламодателей строгого соблюдения закона «О рекламе».

Между тем, из пояснений <...>, данных в ходе рассмотрения комиссией Томского УФАС России дел №06-11/32-10, №06-11/33-10, №06-11/34-10, №06-11/35-10, №06-11/36-10, №06-11/37-10, следует, что именно по инициативе редакции возникла рубрика «досуг», в которой публиковались предложения интимных услуг и объявления о вакансиях в этой сфере. В таком виде рубрика распространяется 5-6 лет. Правовая экспертиза объявлений, размещенных в указанной рубрике в газете «Реклама» №11(895) от 20.03.2010 г. не проводилась. Для соблюдения требований п.1 ст.7 ФЗ «О рекламе» при приеме объявлений сотрудниками редакции вопросы рекламодателям не задавались, с целью уточнения объекта рекламирования звонки на телефоны, указанные в объявлениях не осуществлялись, направления запросов в МВД по Томской области для проверки размещаемых номеров не проводилось.

В соответствии со статьей 19 Закона Российской Федерации от 27 декабря 1991 года N 2124-1 «О средствах массовой информации» редакцией руководит главный редактор, который осуществляет свои полномочия на основе указанного Закона, устава редакции, договора между учредителем и редакцией (главным редактором). Главный редактор представляет редакцию в отношениях с учредителем, издателем, распространителем, гражданами, объединениями граждан, предприятиями, учреждениями, организациями, государственными органами, а также в суде.

Главный редактор <...>, возглавляя редакцию средства массовой информации, специализирующегося на рекламе, осуществляющего деятельность, подпадающую под регулирование Федерального закона «О рекламе», не мог не знать о требованиях закона, о правовой природе и содержании п.1 ст.7 указанного закона, не принял необходимых и достаточных мер для соблюдения рекламного законодательства и недопущения распространения ненадлежащей рекламы.

В соответствии с ч.2 ст.2.2 КоАП РФ административное правонарушение признается совершенным по неосторожности, если лицо, его совершившее, предвидело возможность наступления вредных последствий своего действия (бездействия), но без достаточных к тому оснований самонадеянно рассчитывало на предотвращение таких последствий либо не предвидело возможности наступления таких последствий, хотя должно было и могло их предвидеть.

Руководитель Томского УФАС России пришел к выводу, что в соответствии с ч.2 ст.2.2 КоАП РФ вина главного редактора редакции газеты «Реклама» <...> выразилась в неосторожности.

Исходя из оценки фактических обстоятельств дела, руководитель Томского УФАС России пришел к выводу, что совершенное главным редактором <...> правонарушение представляет существенную угрозу охраняемым общественным отношениям и не является малозначительным, т.к. имело место распространение ненадлежащей рекламы тиражом более 100 000 экземпляров, связанной с предоставлением запрещенных услуг, популяризация которых может нанести вред общественной нравственности. Указанная реклама направлена на привлечение внимания неопределенного круга лиц, в том числе несовершеннолетних, может сформировать у них неверное представление о рекламируемой услуге.

В связи с изложенным, представляется возможным назначить административное наказание ниже максимальной санкции, предусмотренной ст.14.3 КоАП РФ.

Руководствуясь статьями 23.48, 29.9, 29.10 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях,

ПОСТАНОВИЛ:

Применить к должностному лицу – главному редактору редакции газеты «Реклама» (учредитель и издатель ЗАО «Издатель») <...> меры административной ответственности в виде штрафа за нарушение законодательства Российской Федерации о рекламе в размере 10 000 (десяти тысяч) рублей

В соответствии с ч.1 ст.32.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях штраф должен быть уплачен не позднее 30 дней со дня вступления постановления о наложении штрафа в законную силу.

В соответствии с ч.9 ст.38 ФЗ «О рекламе» суммы штрафов за нарушение законодательства РФ о рекламе зачисляются в бюджеты бюджетной системы РФ в следующем порядке:

- в федеральный бюджет – 40 процентов;
- в бюджет Томской области – 60 процентов.

Сведения об уплате суммы штрафа представить в Томское УФАС России в трехдневный срок после уплаты.

Согласно п.1 ст.20.25 Кодекса РФ об административных правонарушениях неуплата административного штрафа в срок, предусмотренный Кодексом об административных правонарушениях, влечет наложение административного штрафа в двукратном размере суммы неуплаченного административного штрафа либо административный арест на срок до 15 суток.

При неуплате штрафа в срок, согласно п.4 ст.32.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях копия постановления направляется должностным лицом, вынесшим постановление, в банк или иную кредитную организацию для взыскания суммы штрафа из денежных средств или доходов юридического лица.

Согласно п.7 ст.32.2 Кодекса РФ об административных правонарушениях при невозможности взыскания штрафа постановление о наложении административного штрафа направляется должностным лицом, вынесшим постановление, судебному приставу-исполнителю для обращения административного взыскания на имущество, принадлежащее юридическому лицу, в порядке, предусмотренном федеральным законодательством.

В соответствии со ст.30.3 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление может быть обжаловано в арбитражный суд в течение 10 дней со дня вручения или получения копии постановления.

В соответствии со ст.31.1 Кодекса РФ об административных правонарушениях постановление вступает в законную силу по истечении срока, установленного для обжалования.

Реквизиты для уплаты штрафа: <...>

Руководитель управления

В.И.Шевченко