

РЕШЕНИЕ

по делу № 074/05/5-2942/2023

Резолютивная часть оглашена 05 марта 2024 года

В полном объеме решение изготовлено 13 марта 2024 года

пр. Ленина, 59, г. Челябинск

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Челябинской области (далее – Челябинское УФАС России) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе (далее — Комиссия) в составе :

председателя Комиссии:	<...> – заместителя руководителя Челябинского УФАС России;
членов Комиссии:	<...> – начальника отдела контроля торгов и органов власти Челябинского УФАС России;
	<...> – ведущего специалиста-эксперта отдела контроля торгов и органов власти Челябинского УФАС России,

рассмотрев дело № 074/05/5-2942/2023, возбужденное по факту размещения рекламы организации «GIGASCHOOL» на рекламной конструкции, с признаками нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее — Федеральный закон «О рекламе»),

к участию в котором привлечены: заявитель
_____ (далее — заявитель);

лицо, в действиях которого содержатся признаки нарушения рекламного законодательства, Автономная некоммерческая организация «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА» (ИНН <...>)

в присутствии директора АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА», представителя по доверенности от 06.12.2023 АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА»,

УСТАНОВИЛА:

Челябинским УФАС России рассмотрено заявление физического лица (от 02.11.2023 вх. № 14615-ЭП/23) по факту распространения рекламы на рекламной конструкции типа сити-формат следующего содержания: с одной стороны -

«GIGASCHOOL НАУЧУ ТЕБЯ ВЕБ РАЗРАБОТКЕ» с изображением QR-кода, части лица с языком и двух пальцев в форме «V», на которых присутствует надпись «<Hallo World>», с оборотной стороны - «GIGASCHOOL ПРЕДОСТАВЛЯЕМ ДОСТУП К КАЧЕСТВЕННОМУ ОБРАЗОВАНИЮ В САМЫХ ВОСТРЕБОВАННЫХ ИТ-НАПРАВЛЕНИЯХ» с указанием QR-кода, расположенного возле корпуса № 3 **ФГАОУ ВО «ЮрГУ (НИУ)» по адресу: г. Челябинск, пр. Ленина, д. 87.**

Согласно сведениям, представленным Администрацией города Челябинска, разрешение на установку и эксплуатацию рекламной конструкции типа сити-формат с подсветкой выдано ИП С<...>

ИП С<...> представлены пояснения, согласно которым между индивидуальным предпринимателем и АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА» заключен договор на оказание услуг по размещению рекламно-информационных материалов от 01.07.2023 № 87/14.

АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА» в ответ на направленный запрос пояснено следующее. Пальцы в форме «V» с надписью «<Hallo World>» символизируют победу над сложной задачей в программировании или освоение нового навыка в программировании, используемый текст «<Hallo World>» - традиционное тестовое сообщение в сфере программирования, которое используется с 1972 года, для многих студентов такая программа является первым опытом при изучении нового языка. Изображенный язык имеет значение языка программирования. АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА» указывает о явном прослеживании между изображением, текстом и деятельностью организации. В согласовании рекламы принимали участие директор АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА» и учредители организации. В связи с окончанием набора на проводимый курс 01.12.2023 АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА» баннеры демонтированы.

В связи с наличием признаков нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе» Челябинским УФАС России возбуждено дело № **074/05/5-2942/2023** в отношении АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА».

АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА» также представлены пояснения по факту неоднозначности восприятия населением изображения. Отсутствие жалоб на рекламу в период её распространения от граждан разных профессий, предпочтений, возрастов указывает на отсутствие негативных коннотаций со стороны большого количества населения, жалоб на непристойность, безнравственность и единичный случай негативного восприятия рекламы в силу субъективного критерия. В рекламе использовался творческий замысел. Важно учитывать контекст и тематику — обучение разработке. Это явно прослеживается в текстовых элементах изображения в совокупности с размещенным логотипом и QR-кодом, ведущим на интернет-ресурсы, что свидетельствует на связь изображенных элементов и их объединение общей тематикой - разработкой. АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА» указывает, что используемый в рекламе жест имеет древние истоки, широко распространен в культуре, искусстве разных народов мира и не олицетворяет непристойное поведение, в подтверждении чего представлены примеры. Данная реклама размещалась по единственному адресу: **г. Челябинск, пр. Ленина, д. 87.** На текущий момент демонтирована часть конструкции с изображением части лица и языка.

Рассмотрение заявления и материалов дела приводит к следующим выводам.

В соответствии с пунктом 1 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» реклама – это 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.

Иными словами, информация, признаваемая рекламой, должна удовлетворять следующим условиям, а именно:

- предназначаться для неопределенного круга лиц;
- привлекать, формировать и поддерживать интерес к объекту рекламирования;
- способствовать продвижению объекта рекламирования (товара) на рынке (то есть возможность купить товар или воспользоваться услугой).

Под неопределенным кругом лиц понимаются те лица, которые не могут быть заранее определены в качестве получателя рекламной информации и конкретной стороны правоотношения, возникающего по поводу реализации объекта рекламирования.

Согласно пункту 2 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» объект рекламирования - 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.

Признаком любой рекламы является ее способность стимулировать интерес к объекту для продвижения его на рынке и закрепить его образ в памяти потребителя.

Товар - продукт деятельности (в том числе работа, услуга), предназначенный для продажи, обмена или иного введения в оборот (пункт 3 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Потребители рекламы - лица, на привлечение внимания которых к объекту рекламирования направлена реклама (пункт 8 статьи 3 Федерального закона «О рекламе»).

Согласно части 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.

Таким образом, данное положение Федерального закона «О рекламе» запрещает использовать в рекламе бранные слова, непристойные образы, сравнения, выражения, оскорбительные образы, сравнения, выражения.

Исходя из положений пункта 16 постановления Пленума ВАС РФ от 08.10.2012 № 58 «О некоторых вопросах практики применения арбитражными судами Федерального закона «О рекламе» по делам о привлечении лиц к ответственности за использование ими в рекламе бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений при решении вопроса об отнесении тех или иных слов к числу бранных или образов, сравнений и выражений к числу непристойных (то есть крайне предосудительных и недопустимых ввиду неприличия) и (или) оскорбительных (то есть способных причинить обиду) специальных знаний, как правило, не требуется.

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.

Слово «непристойный» в соответствии с Толковым словарем русского языка С.И. Ожегова означает «неприличный, бесстыдный». Слово «Бесстыдный» согласно вышеуказанному словарю означает противоречащий общественной морали, непристойный». «Неприличный» - противоречащий правилам приличия. «Приличие» - правило поведения, благопристойность.

К непристойным образам могут быть отнесены такие образы и выражения, которые нарушают общепринятые модели и принципы поведения в обществе с точки зрения морали и нравственности.

Вопрос отнесения изображений, слов и иных образов к непристойным 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, для признания рекламы неэтичной не требуется получение единого 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 и т.п.).

Так, на рекламной конструкции типа сити-формат размещена информация следующего содержания: с северной стороны - «GIGASCHOOL НАУЧУ ТЕБЯ ВЕБ РАЗРАБОТКЕ» с изображением QR-кода, части лица с языком и двух пальцев (указательный и средний) в форме «V», на которых присутствует надпись «<Hallo World>», с южной стороны - «GIGASCHOOL ПРЕДОСТАВЛЯЕМ ДОСТУП К КАЧЕСТВЕННОМУ ОБРАЗОВАНИЮ В САМЫХ ВОСТРЕБОВАННЫХ ИТ-НАПРАВЛЕНИЯХ» с указанием QR-кода.

Исходя из содержания, места распространения, указанная информация имеет все признаки рекламы:

- распространена посредством рекламной конструкции;
- предназначена для неопределенного круга лиц;
- привлекает, формирует и поддерживает интерес к организации «GIGASCHOOL», её образовательным услугам;
- способствует продвижению на рынке.

Таким образом, информация содержания: с одной стороны - «GIGASCHOOL НАУЧУ ТЕБЯ ВЕБ РАЗРАБОТКЕ» с изображением QR-кода, части лица с языком и двух пальцев в форме «V», на которых присутствует надпись «<Hallo World>», с оборотной стороны - «GIGASCHOOL ПРЕДОСТАВЛЯЕМ ДОСТУП К КАЧЕСТВЕННОМУ ОБРАЗОВАНИЮ В САМЫХ ВОСТРЕБОВАННЫХ ИТ-НАПРАВЛЕНИЯХ» с указанием QR-кода, является рекламой, что свидетельствует о применении к ней положений Федерального закона «О рекламе».

Объектом рекламирования в рассматриваемой рекламе является организация «GIGASCHOOL», а также оказываемые ею образовательные услуги.

Предметом рассмотрения Комиссией являлась северная сторона рекламной конструкции типа сити-формат, имеющая следующее содержание «GIGASCHOOL НАУЧУ ТЕБЯ ВЕБ РАЗРАБОТКЕ» с изображением QR-кода, части лица с языком и двух пальцев (указательный и средний) в форме «V», на которых присутствует надпись «<Hallo World>».

Особое внимание в рассматриваемой рекламе имеет изображенный жест, выполненный следующим образом: часть лица в виде кончика носа с открытым ртом и высунутым языком, тыльные стороны указательного и среднего пальцев разведены между собой, касаются лица.

Необходимо отметить, что указание на организацию «GIGASCHOOL», изображение QR-кода и надписей на пальцах «<Hallo World>» выполнены меньшим шрифтом. Однако изображение в рекламе и формулировка «НАУЧУ ТЕБЯ ВЕБ РАЗРАБОТКЕ» выполнена большим шрифтом, что свидетельствует о возможном введении потребителей в заблуждение относительно объекта рекламирования.

Распространение рекламы с указанным жестом в общественных местах имеет непристойный смысл, оскорбляет чувства граждан, нарушает общепринятые нормы морали, гуманности, нравственности, позволяет вызывать у людей низменные инстинкты.

Кроме того, изображенный жест способен вызывать у потребителей ассоциации, не связанные с предоставлением образовательных услуг организации «GIGASCHOOL», поскольку демонстрация такого жеста для широкого публичного обозрения противоречит общепринятой модели поведения, иными словами, является безнравственным. Важным обстоятельством является тот факт, что способ распространения рекламы, для которой использована рекламная конструкция, ограничивает потенциального потребителя рекламы в возможности ее игнорировать.

АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА» в пояснения указывает, что на данную рекламу не поступали жалобы в период её распространения от граждан разных профессий, предпочтений, возрастов, что свидетельствует об отсутствии негативных коннотаций со стороны большого количества населения, жалоб на непристойность, безнравственность и единичный случай негативного восприятия рекламы в силу субъективного критерия.

Вместе с тем, для признания рекламы неэтичной достаточно установить наличие значимого количества людей, воспринимающих рекламу как неэтичную.

Указанное подтверждается поступившим заявлением физического лица (от 02.11.2023 вх. № 14615-ЭП/23), в котором указано о наличии неприличности, непристойности изображаемого жеста. Заявитель также указывает о нарушении нравственного и морального облика г. Челябинска.

Кроме того, рассматриваемая реклама являлась предметом обсуждения в информационно-телекоммуникационной сети «Интернет» в социальной сети «В Контакте».

Так, одним из пользователей указанной сети размещена фотография данной рекламы на личной странице. Пользователем указано, что в рекламе присутствует вызывающий жест, связь между объектом рекламирования и жестом отсутствует. Кроме того, образовательные курсы в данной рекламе не воспринимаются в качестве объекта рекламирования. Пользователем также указано, что особое внимание привлекает место размещения данной рекламы. Указание на непристойность, неприличность, вульгарность, направленность на лиц, достигших совершеннолетнего возврата, а также неуместность размещения данной рекламы также подтверждается иными пользователями, оставившими комментарии.

Учитывая изложенное, данный довод Общества не соответствует действительности.

АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА» указывает на использование творческого замысла в рекламе — передача с помощью метафоры — образа языка программирования, к которому отсылает широко известная тестовая фраза языка программирования «<Hallo World>», нанесенная на пальцы рук, как символ победы над сложной задачей в программировании и освоении нового навыка.

Вместе с тем, язык программирования не является общеобязательным на территории Российской Федерации. В связи с чем, при распространении рекламы важно учитывать её распространение среди населения, в том числе не обладающего знаниями языка программирования. При распространении рекламы рекламодателю необходимо учитывать указанное и принимать меры для предотвращения неоднозначности её восприятия, с целью донесения правильного смысла.

С учетом изложенного, цель творческого замысла с помощью метафоры в рассматриваемом виде не может быть достигнута, ввиду неоднозначности её восприятия среди населения.

Таким образом, довод Общества об использовании творческого замысла в рекламе в виде образа языка программирования с указанием известной тестовой фразы языка программирования, нанесенной на пальцы рук, как символ победы над сложной задачей в программировании и освоении нового навыка, не подтверждается имеющимися материалами дела.

АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА» указывает, что при восприятии рекламы важно учитывать контекст и тематику — обучение разработке, что явно прослеживается в текстовых элементах изображения в совокупности с размещенным логотипом и QR-кодом, ведущим на интернет-ресурсы организации, что свидетельствует на связь изображенных элементов и их объединение общей тематикой.

Текст, содержащий указание на организацию «GIGASCHOOL» и надписи на пальцах рук «<Hallo World>», выполнен меньшим шрифтом, ознакомление с которым не представляется возможным при удаленном расстоянии.

Изображение QR-кода, ведущего на интернет-ресурсы организации, а также указывающее на связь изображенных элементов и их объединение общей тематикой, также не может рассматриваться в качестве гарантии восприятия данной рекламы в соответствии с замыслом Общества, поскольку для установления связи элементов и их объединение общей тематикой необходимо совершить действия, направленные на переход по QR-коду на сайт организации в информационной-телекоммуникационной сети «Интернет». Рекламодателем не учтен возможное отсутствие данной возможности у отдельных лиц, ознакомившихся с данной рекламой, что также подтверждает возможность восприятия рекламы иным способом.

Необходимо отметить, что изображение в рекламе и формулировка «НАУЧУ ТЕБЯ ВЕБ РАЗРАБОТКЕ» выполнена большим шрифтом, что также подтверждает возможное введение потребителей в заблуждение относительно объекта рекламирования.

Таким образом, указанный довод Общества не принимается Комиссией во внимание.

АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА» указывает, что используемый в рекламе жест имеет древние истоки, широко распространен в культуре, искусстве разных народов мира и не олицетворяет непристойное поведение, в подтверждении чего представлены примеры.

Вместе с тем, Обществом в качестве примеров представлено использование жестов отдельно: высунутый язык и два пальца (указательный и средний) в форме «V».

Комиссией рассматривается реклама, в которой присутствует изображение части лица в виде кончика носа с открытым ртом и высунутым языком, тыльные стороны указательного и среднего пальцев разведены между собой в виде формы «V», касаются лица.

Совокупность изображений в рассматриваемой рекламе для Комиссии имеет важное значение.

Учитывая, что Обществом представлены примеры, не имеющие отношение к рассматриваемой рекламе, Комиссией признан данный довод несостоятельным.

Комиссией в ходе рассмотрение дела также учтено место размещения данной рекламы, а именно возле государственного высшего учебного заведения, а именно **ФГАОУ ВО «ЮрГУ (НИУ)» (3 корпус) по адресу: г. Челябинск, пр. Ленина, д. 87**. Кроме того, согласно данным 2ГИС рядом с рассматриваемой рекламной конструкцией расположены: сквер, парк, поликлиника, стадион, торговый комплекс и т.д., что свидетельствует об ознакомлении с данной рекламой широкого круга граждан.

На непристойный образ в рекламе также указывает лингвистический анализ Института медиа и социально-гуманитарных наук ФГАОУ ВО «ЮУрГУ», согласно которому использование V-образного жеста в сочетании с высунутым языком является непристойным, так как имеет оскорбительное значение с сексуальным подтекстом, нарушает нормы морали. В данной рекламе V-образный жест не связан с символом победы, изображенный на плакате язык не ассоциируется с языком программирования. По мнению эксперта, размещение данной рекламы в силу нарушения этических границ, построения на элементах агрессии не может быть в общественных местах.

Кроме того, оценка содержания данной рекламы была вынесена на Экспертный совет по применению законодательства о рекламе. По результатам опроса составлен Протокол от 29.11.2023 № 4, в соответствии с которым на поставленные вопросы:

«Считаете ли Вы, что в указанной рекламе присутствуют непристойные образы, жесты, сравнения, выражения?», за ответы «да» проголосовало большинство экспертов.

«По Вашему мнению присутствует ли связь между изображенным жестом и образовательными онлайн-курсами организации «GIGASCHOOL?», за ответы «нет» проголосовало большинство экспертов.

Комиссией установлено наличие значимого количества людей, воспринимающих данную рекламу как неэтичную.

Таким образом, принимая во внимание, что рассматриваемая реклама вызывает широкое обсуждение среди населения, мнение которого указывает на непристойность, неприличность, а также недопустимость распространения данной рекламы, лингвистический анализ Института медиа и социально-гуманитарных наук ФГАОУ ВО «ЮУРГУ», а также результаты опроса членов Экспертного совета по применению законодательства о рекламе, Комиссия приходит к выводу о наличии в рассматриваемой рекламе нарушения части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

Согласно части 6 статьи 38 Федерального закона «О рекламе» ответственность за нарушение требований, установленных частью 6 статьи 5 указанного Федерального закона, несет рекламодатель.

В соответствии с пунктами 5 статьи 3 Федерального закона «О рекламе» рекламодателем является изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо.

Из имеющихся материалов установлено и подтверждается, что рекламодателем рассматриваемой рекламы является АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА» (ИНН <...>).

В материалах имеются сведения, согласно которым данная реклама, размещенная на северной стороне рекламной конструкции типа сити-формат, демонтирована, в связи с чем Комиссия приходит к выводу об отсутствии целесообразности выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА».

Руководствуясь 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, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 24.11.2020 № 1922, Комиссия

РЕШИЛА:

1. Признать ненадлежащей рекламу, распространяемую на северной стороне рекламной конструкции типа сити-формат следующего содержания: «GIGASCHOOL НАУЧУ ТЕБЯ ВЕБ РАЗРАБОТКЕ» с изображением QR-кода, части лица с языком и двух пальцев (указательный и средний) в форме «V», на которых присутствует надпись «<Hallo World>», расположенной возле корпуса № 3 **ФГАОУ ВО «ЮУРГУ (НИУ)» по адресу: г. Челябинск, пр. Ленина, д. 87**, поскольку в ней нарушены требования части 6 статьи 5 Федерального закона «О рекламе».

2. Предписание о прекращении нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе АНО «ЦЕНТР РАЗВИТИЯ ИТ-КОМПЕТЕНЦИЙ «ГИГА ШКОЛА» не

выдавать.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу Челябинского УФАС России, для решения вопроса о возбуждении дела об административном правонарушении, предусмотренном [ст. 14.3](#) Кодекса об административных правонарушениях Российской Федерации.

Решение может быть обжаловано в арбитражный суд в течение трех месяцев со дня вынесения решения, выдачи предписания, в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации