

РЕШЕНИЕ

по делу № 034/05/5-83/2020

09 июня 2020 года Волгоград

Резолютивная часть решения оглашена 09 июня 2020 года

Решение изготовлено в полном объеме 16 июня 2020 года

Комиссия Управления Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области (далее – Волгоградское УФАС России, Управление) по рассмотрению дел по признакам нарушения законодательства о рекламе в составе:

председатель Комиссии –заместитель руководителя Управления;

член Комиссии –заместитель начальника отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы,

член Комиссии –ведущий специалист-эксперт отдела контроля государственных и муниципальных закупок, недобросовестной конкуренции и рекламы,

рассмотрев дело № 034/05/5-83/2020, возбужденное по признакам нарушения ч. 6 ст. 5 Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе) в отношении гр. К.Е.Н.

с участием гр. К.Е.Н. (личность удостоверена по паспорту),

УСТАНОВИЛА:

В Волгоградское УФАС России поступило три заявления от физических лиц (вх. № 11627, 11626, 11624 от 09.12.2019) с жалобой на распространение в социальной сети «В Контакте» поста рекламного характера, оскорбляющего социальную группу – женщин по признаку пола.

Заявители указали, что реклама была размещена 6 декабря 2019 года сообществом «Автошкура», которое занимается перетяжками рулевого колеса автомобилей. Данная информация активно распространяется в социальной сети «В Контакте», размещена она владельцем группы Е. К. из г. Волгограда (<https://vk.com/id54742195>).

Как указано в заявлении, рассматриваемая реклама была размещена по адресу: https://vk.com/wall-122885106_154.

Текст рекламы содержит следующую информацию:

«Профессиональная перетяжка руля вашему авто!

+7 (917) 838-86-88

Перетяжка руля Волгоград | АвтоШкура»

Реклама (фотографии приложены к заявлениям) сопровождается изображением, разделенным на две половины. На первой половине рекламы изображено

распластанное на полу полотно шкуры белого цвета, с имитацией человеческих рук, а также женской головы с открытым ртом. На данном изображении содержится текст: «Я шкура! Натяни меня... НА СВОЙ РУЛЬ».

Вторая часть рекламы сопровождается изображением рулевого колеса автомобиля известной марки на черном фоне, логотипа группы «Автошкура», а также текстом: «Перетяжка руля в Волгограде».

Заявителями также было указано, что данная реклама оскорбляет социальную группу – женщин по признаку пола.

Сотрудниками Волгоградского УФАС России установлено, что на момент поступления заявления рассматриваемая рекламная запись была удалена.

Согласно ч. 6 ст. 5 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.

В ходе выяснения всех обстоятельств размещения рекламы Волгоградским УФАС России был направлен запрос в адрес оператора мобильной связи ПАО «Мобильные ТелеСистемы» о представлении информации об абоненте (владельце) номера телефона, указанного в рекламе (8-917-838-86-88).

В ответ на указанный запрос была предоставлена информация о том, что абонентский номер указанный абонентский номер зарегистрирован на имя К.Е.Н. (вх. № 12332 от 30.12.2019).

Также в адрес ООО «В Контакте» был направлен запрос о представлении информации о распространении в социальной сети «В Контакте» указанной рекламы, в том числе периода распространения данной рекламы; контактных данные лица, разместившего указанную информацию рекламного характера (в том числе номер телефона в случае привязки его к странице в сети «В контакте»).

В ответ на данный запрос была представлена информация о том, что рассматриваемая реклама была размещена в порядке, предусмотренном договором об оказании рекламных услуг путем акцепта заказчиком, пользователем персональной страницы <https://vk.com/id54742195>. Период размещения рекламы: с 6 по 7 декабря 2019 года.

С учетом полученной информации установлено, что рекламодателем указанного поста выступил гр. К.Е.Н.

Правилами рассмотрения антимонопольными органами дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства РФ о рекламе (утверждены постановлением Правительства РФ от 17.08.2006 № 508, далее - Правила) предусмотрено, что дела по фактам распространения рекламы, содержащей признаки нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждаются и рассматриваются территориальным органом Федеральной

антимонопольной службы по месту нахождения (месту жительства) лица, в действиях которого содержатся признаки нарушения законодательства РФ о рекламе. Лицо, разместившее рекламу, проживает в г.Волгограде.

Определением от 10 февраля 2020 года в отношении гр. К.Е.Н. было возбуждено производство по делу № 034/05/5-83/2020 по признакам нарушения ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

Вопрос об оценке рассматриваемой рекламы был включен в повестку заседания Экспертного совета по применению законодательства о рекламе Волгоградского УФАС, прошедшего 17.02.2020.

Для оценки членам Совета было представлено фото рекламы услуг по перетяжке рулевого колеса автомобиля «Автошкура». Текст рекламы содержит следующую информацию: «Профессиональная перетяжка руля вашему авто! +7 (917) 838-86-88 Перетяжка руля Волгоград | АвтоШкура». Реклама сопровождается изображением, разделенным на две половины. На первой половине рекламы изображено распластанное на полу полотно шкуры белого цвета, с имитацией человеческих рук, а также женской головы с открытым ртом. На данном изображении содержится текст: «Я шкура! Натяни меня... НА СВОЙ РУЛЬ». Вторая часть рекламы сопровождается изображением рулевого колеса автомобиля известной марки на черном фоне, логотипа группы «Автошкура», а также текстом: «Перетяжка руля в Волгограде».

На экране компьютера продемонстрировано фото рекламы. После просмотра рекламы было принято решение предварительно обсудить данную рекламу. При обсуждении спорной рекламы были высказаны следующие мнения.

Одним членов Совета было отмечено, что рассматриваемая реклама неэстетичная, некрасивая. Также было высказано недоумение, почему изображена женщина, а не медведь, животное. Кроме того, было указано, что слова шкура всегда подразумевает животного, а в рекламе использовано изображение человека.

Один из членов Экспертного совета отметил, что в данном контексте слово «шкура» носит непристойный характер.

На голосование поставлены следующие вопросы:

1. Использовано ли в указанной рекламе оскорбительное выражение (в совокупности с образом)?

а) да

б) нет

в) затрудняюсь ответить

2. Допустимо ли, по Вашему мнению, в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение в рекламе использованных выражений (в совокупности с образом)?

а) да

б) нет

в) затрудняюсь ответить

Результаты голосования:

1 вопрос: Использовано ли в указанной рекламе оскорбительное выражение (в совокупности с образом)?

9 голосов – да;

1 голос – нет;

0 голосов - затрудняюсь ответить.

2 вопрос: Допустимо ли, по Вашему мнению, в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение в рекламе использованных выражений (в совокупности с образом)?

1 голос – да;

9 голосов – нет;

0 голосов - затрудняюсь ответить.

По результатам голосования по указанным в повестке вопросам члены Экспертного совета решили признать, что в представленной рекламе используется оскорбительное выражение (в совокупности с образом); признать, что в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение в рекламе использованных выражений (в совокупности с образом) не допустимо.

К материалам дела № 034/05/5-83/2020 приобщен протокол указанного заседания экспертного совета.

11 марта 2020 года в связи с отсутствием кворума для рассмотрения дела № 034/05/5-83/2020 о нарушении рекламного законодательства рассмотрение дела № 034/05/5-83/2020 о нарушении рекламного законодательства было отложено на 30.03.2020.

В связи с установлением с 30 марта 2020 по 03 апреля 2020, а также с 4 по 30 апреля 2020 нерабочих дней с сохранением за работниками заработной платы, в соответствии с Указом Президента Российской Федерации от 25.03.2020 № 206 «Об объявлении в Российской Федерации нерабочих дней», а также в соответствии с Указом Президента РФ от 02.04.2020 № 239 «О мерах по обеспечению санитарно-эпидемиологического благополучия населения на территории Российской Федерации в связи с распространением новой коронавирусной инфекции (COVID-19)», Постановлением Губернатора Волгоградской области от 15.03.2020 № 179, Методическими рекомендациями, разработанными Министерством труда и социальной защиты Российской Федерации (<https://rosmintrud.ru/docs/1367>) в целях обеспечения прав сторон на участие в заседании Комиссии, заседания Комиссии 30 марта 2020 года и 28 апреля 2020 года были отложены.

На заседании комиссии 09.06.2020 К.Е.Н. (личность удостоверена а паспорту) пояснил, что он был инициатором заказа и размещения указанного рекламного

поста в собственной группе «Автошкура» в социальной сети «В Контакте». По его заказу был изготовлен намеренно «хайповый» макет рекламы. При размещении спорной рекламы им не преследовалась цель кого-либо обидеть и оскорбить.

Реклама проходила обработку модераторами сети «В Контакте». Ввиду этого, владелец группы под названием «Автошкура» предполагал, что откровенно неэтичные тексты и изображения не были бы пропущены для публикации в группе «В Контакте».

После размещения поста 06.12.2019 владельцу группы стали поступать личные сообщения от пользователей социальной сети «В Контакте» с выражением негативной оценки публикации, из которых было ясно, что реклама оскорбила женщин и девушек. Также было пояснено, что указанный пост был распространен самими пользователями сети в иные группы социальной сети «Вконтакте», где происходило оживленное обсуждение данной публикации (в том числе в группах с количеством участников 150 000, 500 000). После этого 07.12.2019 реклама была удалена К.Е.Н. с принесением извинений женской части пользователей сети «Вконтакте».

Также К.Е.Н. было указано, что реклама была ориентирована больше на мужскую аудиторию, а негативные отзывы поступали от женской части пользователей сети. С целью исключения непристойных ассоциаций наименование группы также было изменено.

Комиссия Волгоградского УФАС России, изучив материалы дела, а также оценив пояснения лиц, участвующих в деле, установила следующее.

В период 06-07.12.2019 в социальной сети «ВКонтакте» изначально в группе «Автошкура», а затем с других группах социальной сети распространялся пост следующего содержания: «Профессиональная перетяжка руля вашему авто! +7 (917) 838-86-88 Перетяжка руля Волгоград | АвтоШкура» с изображением распластанной на полу полотно шкуры животного белого цвета, с имитацией человеческих рук, а также женской головы с открытым ртом и текстом: «Я шкура! Натяни меня... НА СВОЙ РУЛЬ».

В соответствии с п. 1 ст. 3 Закона о рекламе рекламой признается 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.

Объектом рекламирования в данном случае выступают услуги по перетяжке кожей рулевого колеса автомобиля в Волгограде.

Исходя из обстоятельств распространения рекламы и полученных объяснений, Комиссия приходит к выводу, что содержание рекламы носило намеренно провокационный характер с целью максимального репоста информации и распространения через другие группы и страницы социальной сети.

Данный пост (пост в интернете - это любая статья или запись на интернет странице) можно охарактеризовать как виральный контент (виральность – это способность контента распространяться самостоятельно, без участия веб-

мастеров и оптимизаторов. Вирусный контент – контент, который вызывает у пользователя желание делиться им с другими пользователями. Как правило, это информация, которая хорошо воспринимается аудиторией и быстро распространяется, либо вызывает возмущение и также желание поделиться). В данном случае содержание поста характеризуется уничижительным юмором, носит оскорбительный характер и поэтому спровоцировал массу репостов.

Намеренно применяя данные механизмы, владелец группы «Автошкура» распространил информацию, адресованную неопределенному кругу лиц, а не только участникам группы «Автошкура» в социальной сети «В Контакте».

Таким образом, рассматриваемая в деле информация соответствует всем квалифицирующим признакам рекламы.

Согласно ч. 6 ст.5 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 ч. 6 ст.5 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 позиции ФАС России, изложенной в письме от 29.04.2013 АД/17355/13 «О порядке применения части 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» (далее - письмо ФАС России), к оскорбительным образам относятся изображения, которые, в том числе, ущемляют человеческое достоинство, принижают значимость отдельных лиц, исторических событий, памятных дат.

Кроме того, согласно вышеуказанного письма ФАС России при решении вопроса о соответствии той или иной рекламной информации требованиям части 6 статьи 5 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 культуры, кладбищам и т.п.).

В толковом словаре С.И. Ожегова значение слова «шкура» определяется как снятая с животного кожа вместе с наружным покровом (волосным, чешуйчатым), а также «продажный человек» вымогатель и шкурник (прост. презр.) (Ожегов, Сергей Иванович (Электронный ресурс) : Материал из Википедии — свободной энциклопедии : Версия 10326782, сохран. в 16:02 UTC 4 августа 2008 / Авторы Википедии // Википедия, свободная энциклопедия. — Электрон. дан. — Сан-Франциско: Фонд Викимедиа, 2008. — Режим доступа:

<https://slovarozhegova.ru/word.php?wordid=35752>).

В повседневной разговорной речи людьми используется слово «шкура» для обозначения внешнего кожного покрова животного. В рекламе образ шкуры животного дополнен частями тела человека - руки женская голова.

В словаре жаргонизмов значение слова «шкура» определяется не только как верхняя одежда, а также - женщина, получившая подарки, но не заплатившая за них, согласившись на половую связь (см. <https://ru.wiktionary.org/wiki/>).

Кроме того при введении в поисковой системе «Яндекс» запроса «шкура значение слова жаргон» на экране отображается информация «это жаргонное слово преступного мира. Шкура - это то, что подкладывают под себя для собственного комфорта. Девушка, которую именуют в уголовном жаргоне «шкура», у нас принято называть проституткой» (см.

https://yandex.ru/q/question/pochemu_u_slova_shkura_poiavilos_s_f5431497/).

Спорная реклама содержит изображение распластанного на полу полотна шкуры белого цвета, с имитацией человеческих рук и женской головы с открытым ртом. На данном изображении содержится текст: «Я шкура! Натяни меня... НА СВОЙ РУЛЬ».

С учетом сленгового значения слова «шкура», изображения женской головы с открытым ртом, реклама создает впечатление, что текст «Я шкура! Натяни меня... НА СВОЙ РУЛЬ», произносит женщина. При этом многоточие во фразе «натяни меня ... на свой руль» дополнительно указывает на намёк на непристойный сексуальный подтекст фразы.

Таким образом, в совокупности текст, а также использованный в рекламе образ носят оскорбительный характер в отношении женщин.

Согласно Положению об Экспертном совете по применению законодательства о рекламе при Управлении Федеральной антимонопольной службы по Волгоградской области, утвержденному приказом Волгоградского УФАС России № 64 от 17.05.2017г (с изменениями внесенными приказами № 142 от 19.09.2017г., № 100 от 26.07.2018, № 136 от 10.09.2019) Экспертный совет является консультативно-совещательным органом при Волгоградском УФАС России). Его решения имеют рекомендательный характер и учитываются Управлением при принятии решений о соответствии рекламы требованиям законодательства Российской Федерации. Решения принимаются большинством голосов.

Члены Экспертного совета на заседании 17.02.2020 решили, что в рассматриваемой рекламе используется непристойное выражение (в совокупности с образом); признать, что признать, что в соответствии с действующими нормами морали и нравственности размещение в рекламе использованных выражений (в совокупности с образом) не допустимо.

В связи с вышеизложенным, с учетом восприятия рассматриваемой в деле рекламы потребителями, а также с учетом мнения членов Совета относительно рассматриваемой рекламы, Комиссия приходит к выводу, что рассматриваемая в деле реклама нарушает требования ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

Таким образом, рассматриваемая реклама услуг по перетяжке рулевого колеса автомобиля является не соответствующей требованиям Закона о рекламе.

В соответствии с п. 4 ст. 3 Закона о рекламе, реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации, является ненадлежащей.

Согласно ч. 6 ст. 38 Закона о рекламе за нарушения требований, установленных ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе ответственность несет рекламодатель.

Рекламодатель - изготовитель или продавец товара либо иное определившее объект рекламирования и (или) содержание рекламы лицо (п. 5 ст. 3 Закона о рекламе).

В рассматриваемом случае рекламодателем выступил гр. К.Е.Н.

На основании пункта 2 части 1 статьи 33, частей 1, 2 статьи 36 Закон о рекламе и в соответствии с п. 37-43 Правил рассмотрения антимонопольным органом дел, возбужденных по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе, утвержденных постановлением Правительства Российской Федерации от 17.08.2006 № 508, Комиссия Волгоградского УФАС России

РЕШИЛА:

1. Признать рекламу услуг по перетяжке рулевого колеса автомобиля с текстом: «Профессиональная перетяжка руля вашему авто! +7 (917) 838-86-88 Перетяжка руля Волгоград | АвтоШкура Я шкура! Натяни меня... НА СВОЙ РУЛЬ», распространяемой в социальной сети «В Контакте» в период с 6 декабря 2019 года по 7 декабря 2019 года, ненадлежащей нарушающей требования ч. 6 ст. 5 Закона о рекламе.

2. Основания для выдачи предписания о прекращении нарушения законодательства о рекламе отсутствуют.

3. Передать материалы дела уполномоченному должностному лицу для принятия решения о возбуждении административного производства по ч. 1 ст. 14.3 Кодекса Российской Федерации об административных правонарушениях в отношении гр. К. Е.Н.

Решение может быть обжаловано в Арбитражный суд Волгоградской области в течение трех месяцев со дня вынесения решения в порядке, предусмотренном статьей 198 Арбитражного процессуального кодекса Российской Федерации.