

Оренбургское УФАС РОССИИ
ПРОТОКОЛ № 2 от 20.10.2015 года
ЗАСЕДАНИЯ ЭКСПЕРТНОГО СОВЕТА ПО ПРИМЕНЕНИЮ
ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА О РЕКЛАМЕ РФ.

Председатель Экспертного совета:

- Шлычков Александр Александрович - заместитель руководителя Управления – начальник отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области.

Присутствовали Члены Экспертного Совета:

- Колодина Анастасия Юрьевна – главный специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области.
- Барсова Марина Александровна – ведущий специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области.
- Рылова Оксана Сергеевна – ответственный секретарь Экспертного совета, специалист – эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области.
- Мустакимова Римма Рашитовна – специалист-эксперт антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области.
- Таранец Олег Викторович – Председатель Гильдии рекламистов при ТПП Оренбургской области.
- Кудашева Юлия Владимировна - Доктор политических наук, заведующая кафедрой «Связи с общественностью» ГОУ ВПО «Оренбургский Государственный университет».
- Баева Лариса Сергеевна – ОС РСМ Областного совета Российского Союза Молодежи.
- Белозерцев Константин Александрович – начальник отдела рекламы Управления по наружной рекламе Департамента градостроительства и земельных отношений администрации г. Оренбурга.
- Бровко Наталья Валерьевна – Заместитель главного архитектора города, главный художник Департамента градостроительства и земельных отношений администрации г. Оренбурга.
- Дмитриева Наталья Михайловна - Кандидат филологических наук Доценту кафедры «Русской филологии и методики преподавания русского языка» ГОУ ВПО «Оренбургский Государственный университет».
- Дмитриева Марина Григорьевна - Начальника управления государственной охраны объектов культурного наследия Министерства культуры и внешних связей Оренбургской области.

В повестку заседания Экспертного совета включен вопрос:

1. Носит ли фраза «ЯПОНУТЬСЯ ТЕПЕРЬ МОЖНО» используемая в рекламной листовке «Доставки еды «Фарфор» (ООО «Ресторан Фарфор в Оренбурге») оскорбительный характер и относится ли указанная фраза к бранной лексике?

В ходе заседания совета свое мнение озвучили:

- Кудашева Юлия Владимировна - Доктор политических наук, заведующая кафедрой «Связи с общественностью» ГОУ ВПО «Оренбургский Государственный университет», отметила, что следует учитывать, что рассматриваемая реклама распространяется на массовую аудиторию, основной смысл рекламы как элемента коммуникации - это формировать восприятие, отношение, оценку, мнение, передавать смыслы, поэтому заключение лингвиста, имеющиеся в материалах дела, это одна сторона сформированного им мнения. С точки зрения рекламы как элемента коммуникации, оскорбительный и бранный смысл передается, даже с учетом того, что были обращения граждан. При этом, ассоциация вполне конкретная и понятная, и не реагировать на это нельзя. Рассматриваемая реклама демонстрирует не профессиональный подход. На сегодняшний день реклама основной элемент связей с общественностью, поэтому формироваться она должна на основе морально-этических кодексов и на соответствующем культурном уровне. Рассматриваемая реклама должна вызывать резкое осуждение, так как вызывает ассоциации с бранными словами и носит скрытый оскорбительный характер, поэтому такая реклама должна осуждаться и не распространяться.

Колодина Анастасия Юрьевна – главный специалист-эксперт отдела антимонопольного и рекламного контроля, общественных связей управления Федеральной антимонопольной службы по Оренбургской области, отметила, что имеющееся в деле заключение эксперта свидетельствует о том, что все - таки рассматриваемая реклама формирует при ее произношении бранную лексику, так как при озвучивание указанных в рекламе слов оно схоже с определенными бранными словами.

Белозерцев Константин Александрович – начальник отдела рекламы Управления по наружной рекламе Департамента градостроительства и земельных отношений администрации г. Оренбурга, в части оценки фразы «Японуться теперь можно» пояснил, что в соответствии с частью 6 статьи 5 ФЗ «О рекламе» в рекламе не допускается использование бранных слов, непристойных и оскорбительных образов, сравнений и выражений. Также согласно части 2 статьи 5 Закона при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Слово «японуться» бранным, непристойным и оскорбительным, возможно, не является. Анализ различных словарей показывает, что такого слова не существует. Однако слово «японуться» созвучное с ненормативным словом, неологизмом, применять нельзя.

В соответствии с пунктом 10 части 1 статьи 3 Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ "О государственном языке Российской Федерации" (далее - Закон № 53-ФЗ), государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию в рекламе.

В соответствии с частью 6 статьи 1 Закона № 53-ФЗ при использовании русского языка, как государственного языка Российской Федерации, не допускается использования слов и выражений, не соответствующих нормам

современного русского литературного языка, за исключением иностранных слов, не имеющих общеупотребительных аналогов в русском языке.

Согласно и. 4 ст. 3 Федерального закона "О рекламе" ненадлежащая реклама - реклама, не соответствующая требованиям законодательства Российской Федерации.

Таким образом, исходя из того, что слово «японуться» не существует в современном русском литературном языке, оно созвучно, и в применении и может восприниматься как бранное, непристойное, не должно использоваться в рекламе. Рекламная информация с использованием такого слова должна быть признана ненадлежащей.

Дмитриева Марина Григорьевна - Начальника управления государственной охраны объектов культурного наследия Министерства культуры и внешних связей Оренбургской области, обратила внимание на то, что рассматриваемая фраза «ЯПОНУТЬСЯ ТЕПЕРЬ МОЖНО», используемая в рекламной листовке «Доставки еды «Фарфор» (ООО «Ресторан Фарфор в Оренбурге»), указывает нам на всякое отсутствие культуры в нашем обществе, поэтому ее следует запретить.

Дмитриева Наталья Михайловна - Кандидат филологических наук Доценту кафедры «Русской филологии и методики преподавания русского языка» ГОУ ВПО «Оренбургский Государственный университет», отметила, что слово «ЯПОНУТЬСЯ» нет в русском языке, но для всех однозначно оно анонимично с нецензурным словом, которое, к сожалению, знают все носители русского языка, но по этическим законам и культурным традициям нашего государства и общества употреблять их в общественных местах не принято. В принципе языковая игра тут понятна и она рассчитана на анонимию с этим неприличным, непристойным словом. Слово ЯПОНУТЬСЯ очень близко к нецензурной лексике, которая обладает пустым значением и может передавать любое значение.

Смысл, который вложен в рассматриваемую рекламу, метафорический, в первую очередь, возникает ассоциация с нецензурным словом. Рекламная листовка «Доставки еды «Фарфор» с использованием фразы «ЯПОНУТЬСЯ ТЕПЕРЬ МОЖНО» рассчитана на молодежную часть населения. При этом фраза, выполненная в ярком, подчеркнутом виде «ЯПОНУТЬСЯ ТЕПЕРЬ МОЖНО» употребляться не может, так как это неприлично и непристойно, с учетом того, что она доступна массовому пользователю.

С учетом вышеизложенного, а также содержания рекламы, участники совета **приняли решение** признать фразу «ЯПОНУТЬСЯ ТЕПЕРЬ МОЖНО» используемую в рекламной листовке «Доставки еды «Фарфор» (ООО «Ресторан Фарфор в Оренбурге») оскорбительной, относящиеся к бранной лексике.

Председатель совещания

А.А. Шлычков

Ответственный секретарь

О.С. Рылова