

**РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА**  
**Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации**  
**Правительства Санкт-Петербурга**

Запрос рассмотрен членами комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов и общественных объединений Общественного совета по рекламе - Санкт-Петербургского представительства Саморегулируемой организации "Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО), а также председателем правового комитета СРО.

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка)  
16.10.2019-29.10.2019.

**Описание рекламного продукта**

Плакат наружной рекламы компании "Мегафон" с текстом следующего содержания: "ШЭРЬ. СТРИМЬ. СТОРЬ. Делись, транслируй, выкладывай истории. Подробнее на [megafon.ru](http://megafon.ru)", а также изображением женщины.

**Суть запроса**

На сервис "Электронная приемная" на официальный сайт Администрации Санкт-Петербурга поступила жалоба потребителя на содержание вышеуказанной рекламы, которая, по его мнению, оскорбляет русский язык. Жалоба была направлена по принадлежности вопроса в Комитет по печати и взаимодействию со средствами массовой информации Правительства Санкт-Петербурга (далее - КПВСМИ).

Для вынесения объективного решения по данному вопросу КПВСМИ направил в СРО материалы по жалобе потребителя с целью оценки соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

**Отклик**

Позиция рекламодателя не запрашивалась.

## Оценка экспертов

Изучив материалы из обращения КПВСМИ, эксперты высказались следующим образом:

*Вопрос № 1: Имеется ли в данной рекламе нарушение требований законодательства о государственном языке Российской Федерации?*

Эксперты большинством голосов (71,4%) ответили «НЕТ», 28,6% ответили «ДА».

*Вопрос № 2: Допустимо ли использование подобных слов и выражений в наружной рекламе?*

Эксперты большинством голосов (71,4%) ответили «ДА», 28,6% ответили «НЕТ».

*Вопрос № 3. Имеются ли нарушения требований Российской Федерации о рекламе, а также норм, изложенных в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?*

Эксперты единогласно ответили «НЕТ».

Эксперты мотивировали свою позицию следующими выводами.

В данной рекламе отсутствуют признаки нарушения Федерального закона от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» (далее - Закон о рекламе), а также Федерального закона от 01.06.2005 № 53-ФЗ "О государственном языке Российской Федерации" (далее - Закон о государственном языке). Действительно, в рекламе используются иностранные слова в русской транслитерации, однако в нижней части макета крупно и разборчиво приведены значения данных слов, что исключает некорректное понимание рассматриваемой рекламы, а также обеспечивает соблюдение требований законодательства.

Данная реклама выполнена на русском языке с использованием варваризмов (шэрь, сторь, стримь), которые онотологически можно считать частью русского языка.

В соответствии Законом о государственном языке русский язык как государственный язык Российской Федерации подлежит обязательному использованию, в том числе, в рекламе (п. 10 ч. 1 ст. 3).

В соответствии с постановлением Правительства РФ от 23 11.206 № 717 "О порядке утверждения норм современного русского литературного языка" устанавливается перечень словарей, согласно которому можно проверить использование той или иной лексемы на предмет ее соответствия принятым языковым нормам. Вопросы, касающиеся осуществления контроля за соблюдением законодательства РФ о государственном языке, в том числе, за

использованием слов и выражений, не соответствующих нормам современного русского литературного языка, относятся к компетенции соответствующих федеральных органов исполнительной власти, и следовательно, требуется их заключение.

Пока квалифицированное заключение не получено, к спорным ситуациям, если написание или звучание слов не является неприличным само по себе, может быть применена аналогия закона относительно использования иностранного языка в рекламе, то есть в этом случае требуется перевод. В рассматриваемой рекламе он присутствует, выполнен кеглем, позволяющим прочесть его людям с нормальным зрением.

### **Особое мнение**

От отдельных экспертов поступило особое мнение с информацией о том, что данный запрос поступил через "Электронную приемную" Администрации Санкт-Петербурга деятельность которой не соответствует требованиям законодательства, так как автор обращения не верифицируется и поэтому обращение является анонимным, которое не подлежит рассмотрению.

### **Решение**

Нарушений законодательства Российской Федерации о рекламе и государственном языке не выявлено.

