

РАССМОТРЕНИЕ ЗАПРОСА № 52-21.06.2022
Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации
Правительства Санкт-Петербурга

Запрос рассмотрен 9 членами Комитета по рассмотрению жалоб потребителей и обращений государственных органов, общественных организаций, служб мониторинга Саморегулируемой организации Ассоциация маркетинговой индустрии «Рекламный Совет» (далее - СРО).

Форма проведения: дистанционная (электронная переписка): 21.06.2022 — 05.07.2022.

Описание рекламного продукта

В Петербургском метрополитене на станции Василеостровской на балюстраде эскалатора размещен плакат с изображением девушки и текстом на китайском языке

Суть запроса

В адрес СРО поступило обращение из Комитета по печати и взаимодействию со средствами массовой информации Правительства Санкт-Петербурга (далее - КПВСМИ), где рассматривается жалоба потребителя по факту распространения вышеуказанной рекламной информации.

По мнению потребителя это противоречит федеральным законам "О государственном языке Российской Федерации" от 01.06.2005 № 53-ФЗ и "О рекламе" от 13.03.2006 №38-ФЗ

КПВСМИ обратилось в СРО с просьбой дать оценку рассматриваемой рекламе на предмет наличия/отсутствия нарушений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе".

Отклик

Позиция компании-рекламораспространителя (Открытая ассоциация рекламных агентств и коммерческих коммуникаций Петербургского метрополитена - член СРО АМИ РС):

Согласно части 11 статьи 5 Федерального закона "О рекламе" при производстве, размещении и распространении рекламы должны соблюдаться требования законодательства Российской Федерации, в том числе требования гражданского законодательства, законодательства о государственном языке Российской Федерации.

Указанная норма носит отсылочный характер и подразумевает необходимость соблюдения в рекламе любого законодательства Российской Федерации, в том числе, законодательства, касающегося использования в рекламе русского языка.

Согласно пункту 10 части 1 статьи 3 Федерального закона "О государственном языке в Российской Федерации" государственный язык Российской Федерации (русский язык) подлежит обязательному использованию в рекламе.

В части 2 статьи 3 Федерального закона "О государственном языке Российской Федерации" указан порядок использования в рекламе текстов на иностранном языке.

В силу данной нормы, в рекламе допускается использование иностранных слов и выражений, если одновременно в рекламе присутствует их идентичный перевод на русский язык.

Перевод должен в полной мере отражать смысловое содержание текста на иностранном языке, а также должен быть выполнен в той же манере, что и текст на иностранном языке.

В размещенном плакате текст на китайском (иностранном) языке дублируется фразами на русском языке, однозначно дающими возможность понять содержание рекламы - помощь иностранным (китайским) студентам при обучении в РФ.

Возможно, текст на русском языке мог быть немного крупнее, но и в данном виде текст является читаемым и доступным для восприятия.

По полученной информации период размещения плаката истекает 30.06.2022, в случае повторного размещения мы будем рекомендовать рекламодателю увеличить дублирующий текст на русском языке.

Оценка экспертов

Для вынесения объективного решения по данному вопросу СРО по просьбе КПВСМИ осуществило оценку соответствия данной рекламы требованиям законодательства Российской Федерации о рекламе, нормам, изложенным в в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций Международной торговой палаты (МТП).

Изучив материалы из обращения КПВСМИ, эксперты высказались следующим образом:

Вопрос № 1. Имеются ли в данной рекламе нарушения требований Федерального закона "О государственном языке Российской Федерации" от 01.06.2005 № 53-ФЗ?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответили ДА (11,1%).

Вопрос № 2. Имеются ли в данной рекламе нарушения требований Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ "О рекламе"?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответили ДА (11,1%).

Вопрос № 3. Имеются ли в данной рекламе нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012 г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП?

Эксперты большинством голосов ответили НЕТ, лишь 1 эксперт ответили ДА (11,1%).

Эксперты мотивировали свою позицию следующим образом.

Большинство экспертов согласились с позицией рекламодателя.

Реклама написана на языке той целевой аудитории, которой она предназначена. При этом перевод на русский язык имеется.

Допустимость его размера и читабельность текста необходимо оценивать в месте размещения рекламы, учитывая высоту конструкции, насколько близко может находиться человек и пр. Сам по себе рекламный макет представляется надлежащим, однако если в реальности восприятие русского текста существенно затруднено, реклама может быть признана ненадлежащей.

Особое мнение

От одного эксперта поступило особое мнение о том, что информация на рекламном носителе должна быть на общедоступном языке.

Решение

1. Нарушения положений Федерального закона от 13.03.2006 №38-ФЗ «О рекламе» не выявлены.
2. Нарушения норм, изложенных в Российском Кодексе практики рекламы и маркетинговых коммуникаций (2012г.) и в Кодексе рекламы и маркетинговых коммуникаций МТП, не выявлены.
3. В связи с наличием жалоб на данную рекламу, предложить рекламодателю при дальнейшем размещении рекламы увеличить шрифт перевода на русский язык
4. Сообщить о данном решении в Ассоциацию рекламных агентств и коммерческих коммуникаций Петербургского метрополитена.

