

УДК 347.779

**ИСТОЧНИКИ ПРАВОВОГО РЕГУЛИРОВАНИЯ РАЗМЕЩЕНИЯ (РАСПРОСТРАНЕНИЯ)
РЕКЛАМЫ В СЕТИ ИНТЕРНЕТ****В.В. ВАБИЩЕВИЧ***(Предоставлено: канд. юрид. наук, доц. В.А. БОГОНЕНКО)*

Рассмотрены основные источники правового регулирования размещения (распространения) рекламы в Республике Беларусь посредством сети Интернет. Разрешен вопрос о применении норм Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г., № 225-з "О рекламе" в отношении рекламы в сети Интернет.

Вместе с увеличением конкуренции на рынке товаров и услуг возникает необходимость в адаптации участников рыночных отношений к современным реалиям ведения бизнеса. Современный маркетинг предлагает множество способов для успешного продвижения товаров и услуг на рынке. По мере развития современных технологий претерпевают изменения и способы привлечения внимания к объекту продажи с целью формирования или поддержания интереса к нему. В настоящее время вместе с увеличением интернет аудитории активно используется цифровой-маркетинг. Помимо мобильных технологий, традиционных ТВ и радио методы цифрового маркетинга используют интернет в качестве основного коммуникационного посредника. Существование цивилизованного рынка, основанного на свободе предпринимательской деятельности, невозможно без интернет-рекламы как важнейшего способа продвижения товаров к потребителю и обеспечения торговых процессов. С учетом этого цифровой-маркетинг использует разного рода рекламу в качестве основного средства для привлечения новых клиентов. Правовое регулирование размещения и распространения рекламы в сети интернет не должно оставлять без внимания такую важную область общественных отношений.

В Республике Беларусь на данный момент нет специальных актов, регулирующих размещение (распространение) рекламы в сети интернет. Более того национальное законодательство не содержит понятий сети «Интернет» и «интернет-рекламы». Данные пробелы в правовом регулировании существенно замедляют развитие данной области отношений. Законодательство Республики Беларусь в сфере размещения (распространения) рекламы в сети интернет можно условно разделить на три части:

1) акты, регулирующие общие положения создания, использования и защиты информационных технологий, информационных систем и информационных сетей, формировании информационных ресурсов;

2) акты, регулирующие процесс производства и (или) размещения (распространения) рекламы на территории Республики Беларусь;

3) акты, устанавливающие ответственность за нарушение законодательства о рекламе.

К первой группе относятся: Закон Республики Беларусь от 10 ноября 2008г., N 455-З "Об информации, информатизации и защите информации" и Указ Президента Республики от 1 февраля 2010 г., № 60 "О мерах по совершенствованию использования национального сегмента сети Интернет" [1]. Данные нормативные правовые акты являются базовыми для отрасли информационного права, так как они закрепляют общие условия обеспечения защиты интересов личности, общества и государства в информационной сфере, создания условий для дальнейшего развития национального сегмента глобальной компьютерной сети Интернет.

Ко второй группе прежде всего относится Закон Республики Беларусь от 10 мая 2007 г., № 225-з "О рекламе", регулирующей процесс производства и (или) размещения (распространения) рекламы на территории Республики Беларусь [2]. Следует отметить, что данный закон не распространяет свое действие на отношения, возникающие в процессе производства и (или) размещения (распространения) информации, размещаемой (распространяемой) в политических целях, а также информации, обязанность по производству и (или) размещению (распространению) которой возложена на организации или граждан законодательством. Как уже было отмечено выше, законодательство не содержит понятия «интернет-рекламы», но Закон "О рекламе" содержит термин - "мультимедийная реклама", под которой понимается реклама, размещаемая (распространяемая) с помощью программно-технических средств, реализующих информацию в звуковом и (или) зрительном виде (текст, графика, фотография, видео, мультипликация (анимация), звуковые эффекты и др.), за исключением рекламы, размещаемой (распространяемой) на телевидении и радио. Прямого указания на рекламу в сети Интернет данное определение не содержит, и тут возникает вопрос относится ли данное определение к интернет-рекламе. Для ответа на данный во-

прос нам потребуется раскрыть содержание понятия программно-технических средств. Статья 1 Закона Республики Беларусь от 10 ноября 2008г., N 455-3 "Об информации, информатизации и защите информации" содержит определение "комплекса программно-технических средств". Под комплексом программно-технических средств понимается совокупность программных и технических средств, обеспечивающих осуществление информационных отношений с помощью информационных технологий [3]. В свою очередь статья 1 Закона Республики Беларусь от 10 ноября 2008г., N 455-3 под информационными технологиями подразумевает совокупность процессов, методов осуществления поиска, получения, передачи, сбора, обработки, накопления, хранения, распространения и (или) предоставления информации, а также пользования информацией и защиты информации [3]. Сеть Интернет в свою очередь является одним из ресурсов, необходимых для сбора, обработки, хранения и распространения информации. Таким образом можно сделать вывод, что интернет-реклама является одним из видов мультимедийной рекламы. Следовательно, к рекламе в интернете применяются общие положения, закрепленные Законом "О рекламе".

В случае если реклама является объектом авторского права и смежных прав, то авторское право и смежные права подлежат защите в соответствии с главой 61 Гражданского кодекса и Закона Республики Беларусь от 17 мая 2011 г., N 262-3 "Об авторском праве и смежных правах" [4]. Отношения по поводу создания и размещения (распространения) рекламы между сторонами оформляются по гражданско-правовым договорам. В случае с размещением (распространением) рекламы применяются правила о договоре возмездного оказания услуг (ст. 733 Гражданского кодекса Республики Беларусь), за исключением отношений сторон по договору, предусматривающему размещение (распространение) рекламы на безвозмездной основе [5]. Непосредственно сами отношения по созданию рекламы оформляется договором подряда (ст. 656 Гражданского кодекса Республики Беларусь) [5].

Ответственность за нарушение законодательства о рекламе устанавливает третья группа актов, которую составляют Уголовный кодекс Республики Беларусь (статьи 249 "дискредитация деловой репутации конкурента" и 250 "распространение ложной информации о товарах и услугах"), а так же Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях (статья 12.15. "нарушение законодательства о рекламе" и статья 12.26. " нарушение законодательства о рекламе алкогольных напитков, пива, слабоалкогольных напитков, табачных изделий, порядка реализации алкогольных напитков и табачных изделий, запрета на розничную торговлю этиловым спиртом, производство и реализацию товаров, не являющихся табачными изделиями") [6].

Как уже было отмечено выше, законодательство Республики Беларусь на данный момент не содержит специальных норм, регулирующих размещение (распространение) рекламы в сети интернет. В данной статье мы выяснили, что к интернет-рекламе применяются общие положения, закрепленные Законом "О рекламе", Законом "Об авторском праве и смежных правах", Гражданским кодексом Республики Беларусь. Данные нормативные правовые акты являются основными, так как регулируют общий порядок создания, размещения (распространение) рекламы в сети Интернет. Что касается Закона Республики Беларусь "Об информации, информатизации и защите информации" и Указа Президента Республики "О мерах по совершенствованию использования национального сегмента сети Интернет", то данные нормативные правовые акты закрепляют основные принципы регулирования информационной отрасли права в целом. Следует отметить, что качественное и всестороннее регулирование размещения интернет-рекламы невозможно из-за пробелов в правовом регулировании информационной отрасли права. Таким образом, интернет-реклама на данный момент нуждается прежде всего в специальных нормах, учитывающих все нюансы рекламы в сети Интернет. В частности, национальное законодательство нуждается в разработке единого понятия сети "Интернет" и "интернет-рекламы", а также в правовой регламентации отдельных видов интернет-рекламы и в определении круга интернет-ресурсов, которые могут размещать рекламу.

ЛИТЕРАТУРА

1. О мерах по совершенствованию использования национального сегмента сети Интернет [Электронный ресурс] : Указ Президента Респ. Беларусь, 1 февр. 2010 г., № 60 : в ред. Указа Президента Респ. Беларусь от 23.01.2014 г. // Консультант Плюс: Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
2. О рекламе [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 10 мая 2007 г., № 225-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 10.07.2015 г. // Консультант Плюс: Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.

3. Об информации, информатизации и защите информации [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 10 нояб. 2008 г., № 455-3 : в ред. Закона Респ. Беларусь от 11.05.2016 г. // Консультант Плюс: Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
4. Об авторском праве и смежных правах [Электронный ресурс] : Закон Респ. Беларусь, 17 мая 2011 г., № 262-3 // Консультант Плюс: Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
5. Гражданский кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 7 дек. 1998 г., № 218-3 : принят Палатой представителей 28 окт. 1998 г. : одобр. Советом Респ. 19 нояб. 1998 г.: в ред. Закона Респ. Беларусь от 09.01.2017 г. // Консультант Плюс: Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.
6. Уголовный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс] : 9 июля 1999 г., № 275-3 : принят Палатой представителей 2 июня 1999 г. : одобр. Советом Респ. 24 июня 1999 г. : в ред. Закона Респ. Беларусь от 19.07.2016 г. // Консультант Плюс: Беларусь / ООО «ЮрСпектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2017.