

## О НЕКОТОРЫХ ИЗМЕНЕНИЯХ ЗАКОНОДАТЕЛЬСТВА ПО ВОПРОСАМ РЕКЛАМЫ

*Д. А. Астанов* (МГУ имени А. А. Кулешова)  
Науч. рук. *Е. С. Жесткова*,  
канд. экон. наук, доцент

В январе 2021 года главой государства был подписан Закон Республики Беларусь № 82-З «Об изменении законов по вопросам рекламы», вступивший в силу спустя шесть месяцев после его опубликования. Необходимость совершенствования взаимоотношений в области рекламы, согласования норм действующего Закона «О рекламе» с иными законодательными актами, смежно пересекающимися друг с другом, обусловили деятельность правительства в данной сфере.

Текст Закона «Об изменении законов по вопросам рекламы» гласит о совершенствовании правового регулирования производства и размещения рекламы, а также предоставлении равных возможностей свободного использования имущества и способностей для предпринимательской и иной законной экономической деятельности.

В частности, Законом предусмотрено надделение местных исполнительных и распорядительных органов правом на установление к техническим характеристикам средств наружной рекламы; уточнение полномочий органов, осуществляющих регулирование в области рекламы; введение запрета на звуковое сопровождение рекламы внутри салона общественного транспорта, за исключением социальной рекламы; расширения перечня рекламы, допускаемой к распространению с использованием иностранных языков; запрет распространения рекламной продукции посредством телефонной электросвязи, электронной почты без согласия абонента или адресата; запрет на превышение уровня звука рекламы над уровнем звука телепередач, которые она прерывает; упрощение по многим вопросам медицинской рекламы; установление определенных требований к рекламной продукции банковских услуг, деятельности на рынке Форекс и микрофинансовых организаций; обновление перечня критериев недостоверной, недобросовестной и неэтичной рекламы и иные изменения [1].

Тщательно изучив содержание Закона Республики Беларусь «О рекламе» со всеми внесенными в него изменениями и дополнениями, можно отметить, что белорусская реклама базируется на достаточно проработанной правовой базе, позволяющей в полной мере регулировать качество и количество рекламной продукции, ее размещение, содержание, а также предотвращать негативные последствия, связанные с недостоверной, недобросовестной и неэтичной рекламной продукцией.

### Литература

1. Об изменении законов по вопросам рекламы: Закон Респ. Беларусь от 04. 01.2021 г. № 82-З // Эталон. Законодательство Республики Беларусь / Нац. Центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2022.