

ПРАВОВОЕ РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ ДЕЯТЕЛЬНОСТИ В ИНТЕРНЕТ-ПРОСТРАНСТВЕ РЕСПУБЛИКИ БЕЛАРУСЬ

**Костелетская Александра Александровна,
Тарасик Матвей Дмитриевич,
Белорусский государственный университет
(г. Минск, Республика Беларусь)**

В статье рассматриваются основные источники правового регулирования рекламной деятельности в сети Интернет в Республике Беларусь и вопрос о применении норм Закона Республики Беларусь от 10 мая 2007 г., № 225-з «О рекламе» в отношении рекламы в сети Интернет.

В современном мире Интернет стал основным каналом распространения рекламной информации. Продвижение любых категорий товаров на рынке практически невозможно без использования рекламных инструментов, что обуславливает потребность в эффективном правовом регулировании такой деятельности в Интернете.

На данный момент ключевым нормативным актом, регулирующим отношения в сфере рекламы, является Закон Республики Беларусь от 10.05.2007 № 225-З «О рекламе» (далее – Закон «О рекламе»). Согласно статье 2 данного Закона реклама представляет собой информацию об объекте рекламирования, размещаемую в любой форме с помощью любых средств, направленную на привлечение внимания к объекту рекламирова-

ния. В этой же статье закреплено и понятие рекламной деятельности, под которой понимается деятельность организации или гражданина по выполнению работ по проектированию, производству рекламы и оказанию услуг по ее размещению.

В Гражданском Кодексе Республики Беларусь от 07.12.1998 № 218-3 в абз. 2 ч. 1 ст. 1 закреплено определение предпринимательской деятельности. Предпринимательская деятельность – это самостоятельная деятельность юридических и физических лиц, за исключением деятельности посредников, адвокатской и нотариальной деятельности и др., осуществляемая ими в гражданском обороте от своего имени, на свой риск и под свою имущественную ответственность и направленная на систематическое получение прибыли от пользования имуществом, продажи вещей, а также от выполнения работ или оказания услуг, которые предназначаются для реализации другим лицам и не используются для собственного потребления.

В соответствии со ст. 2 Закона «О рекламе» рекламодателем признается организация или гражданин, деятельность или товары которых рекламируются, либо которые определили объект рекламирования и содержание рекламы, либо которые предоставляют рекламу рекламораспространителю для ее размещения на территории Республики Беларусь. Рекламораспространитель, в свою очередь, представляет собой организацию или гражданина, осуществляющих размещение рекламы в любой форме с помощью любых средств.

Исходя из приведенных положений, рекламная деятельность может относиться к предпринимательской, однако не во всех случаях. Гражданин не обязан быть предпринимателем, чтобы осуществлять такую деятельность. Так, согласно ч. 3 п. 1 ст. 1 Гражданского кодекса Республики Беларусь, к непредпринимательской рекламной деятельности можно отнести, например, размещение рекламы своих услуг адвокатом или предоставление займов через онлайн-сервисы.

В настоящее время интернет-реклама является наиболее популярным сегментом рекламного рынка, что обуславливает целесообразность рассмотрения вопросов правового регулирования рекламы в Интернете. Отметим, что Закон «О рекламе» не содержит такое понятие, как «интернет-реклама», а также специальные требования, касающиеся размещения рекламы в сети Интернет.

Сеть Интернет является одним из ресурсов для сбора, обработки, хранения и распространения информации. В статье 1 Закона Республики Беларусь от 10 ноября 2008 г., № 455-3 «Об информации, информатизации и защите информации» под комплексом программно-технических средств понимается совокупность программных и технических средств, обеспечивающих осуществление информационных отношений с помощью информа-

ционных технологий. Под информационными технологиями подразумевается совокупность процессов, методов осуществления поиска, получения, передачи, сбора, обработки, хранения, распространения и предоставления информации. В статье 2 Закона «О рекламе» дается определение мультимедийной рекламы – это реклама, размещаемая с помощью программно-технических средств, реализующих информацию в звуковом и зрительном виде, за исключением рекламы, размещаемой на телевидении и радио. Так, реклама, распространяемая в сети Интернет, является одним из видов мультимедийной рекламы. Следовательно, к рекламе в интернете применяются общие положения, закрепленные Законом «О рекламе» [1, с. 121].

В настоящее время социальные сети представляют собой эффективный инструмент для маркетинговых исследований, так как пользователи добровольно делятся информацией о себе. Эти данные позволяют рекламодателям точно определить целевую аудиторию и направлять рекламные сообщения конкретным пользователям. Этот вид рекламы называется таргетированной [2, с. 11]. Использование такого вида рекламы ставит вопрос о том, не нарушается ли законодательство о защите персональных данных. В п. 2 и 3 статьи 4 Закона Республики Беларусь от 07.05.2021 № 99-3 «О защите персональных данных» закреплено, что обработка персональных данных должна быть соразмерна заявленным целям их обработки и обеспечивать на всех этапах такой обработки справедливое соотношение интересов всех заинтересованных лиц. Также отмечается, что обработка персональных данных должна осуществляться с согласия субъекта персональных данных. В статье 6 ч. 2 того же Закона определены случаи, когда не требуется согласие субъекта персональных данных на их обработку, среди них, например, осуществление правосудия и др. Отметим, что обработка персональных данных при осуществлении рекламной деятельности в данный перечень не входит. Исходя из этого можно сделать вывод, что таргетированная реклама возможна исключительно при наличии согласия пользователя, что гарантирует защиту его прав и свобод при обработке персональных данных. Таким образом, рекламная деятельность в сети Интернет должна выполняться с соблюдением законодательства о защите персональных данных.

Интернет-технологии нередко используются для распространения запрещенного контента, чему способствует анонимность сети и широкий охват аудитории. В соответствии с ч. 10 ст. 10 Закона «О рекламе» не допускается реклама: экстремистской деятельности, наркотических средств и др. За нарушение законодательства Республики Беларусь о рекламе предусмотрена административная ответственность в соответствии с п. 1 ст. 13.9 Кодекса Республики Беларусь об административных правонарушениях от 06.01.2021 № 91-3.

Основным нормативным правовым актом, регулирующим вопросы осуществления рекламной деятельности в сети Интернет, является Закон «О рекламе». Считаем целесообразным ввести в законодательство более специальные нормы, касающиеся видов рекламы, размещаемой в сети Интернет. При этом отметим, что должен быть соблюден баланс между свободой предпринимательства, защитой потребителей и безопасностью информационного пространства. Важно, чтобы такие нормы регулировали рекламную деятельность в сети Интернет, при этом не нарушая положения законодательства о защите персональных данных.

Список использованных источников

1. Вабищевич, В. В. Источники правового регулирования размещения (распространения) рекламы в сети Интернет [Текст] / В. В. Вабищевич // эл. сб. науч. тр. – Вып. 17 (87). – Полоцк : Полоцкий гос. ун-т, 2017. – С. 121–123.
2. Белоусова, А. В. Правовое регулирование рекламы в социальных сетях в Республике Беларусь [Текст] / А. В. Белоусова // Юридические науки. Теория и история права. Конституционное право. Международное право : эл. сб. науч. тр. – Вып. 42 (112). – Полоцк : Полоцкий гос. ун-т, 2022. – С. 11–12.