



Лекция № 10.

**ПРАВОВОЕ
РЕГУЛИРОВАНИЕ РЕКЛАМНОЙ
ДЕЯТЕЛЬНОСТИ**



- Цель:

дать студентам общие понятия о рекламной деятельности, о субъектах рекламных отношений. Показать источники правового регулирования рекламной деятельности. Раскрыть содержание требований, предъявляемых к рекламе. Показать меры ответственности за нарушения законодательства о рекламе. Способствовать выработке навыков и умений у студентов в применении полученных знаний в практической деятельности.



ВОПРОСЫ:

1. Правовые основы рекламной деятельности.
2. Понятие рекламы и рекламной деятельности.
3. Понятие и виды субъектов рекламных отношений.
4. Требования, предъявляемые к рекламе.
5. Понятие и виды ненадлежащей рекламы.
6. Ответственность за нарушения законодательства о рекламе.



Основным законодательным актом, который регулирует отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы, является закон от 24 декабря 1998 года № 155 «О рекламе».

Отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы, могут регулироваться также иными законами и подзаконными актами.



Под *рекламной деятельностью* следует понимать деятельность по получению, обработке и распространению информации, способствующей реализации товаров, работ, услуг, идей и начинаний.



Реклама – информация, распространяемая в любой форме, с помощью любых средств о физических или юридических лицах, товарах, идеях и начинаниях, которая предназначена для неопределенного круга лиц, призвана формировать и поддерживать интерес к этим физическим и юридическим лицам, товарам, идеям и начинаниям, а также способствовать реализации товаров, идей и начинаний.



Классификация рекламы:

- распространяемой с помощью специальных средств - радио- и телевидения, в периодических печатных изданиях, в кино- и видео- обслуживании, на транспортных средствах и почтовых отправлениях;
- распространяемой в городских, сельских поселениях и на других территориях, т. е. наружной рекламе;
- отдельных видов товаров - алкогольных напитков, табака и табачных изделий; лекарственных средств, изделий медицинского назначения, медицинской техники; оружия;
- отдельных видов услуг - финансовых, страховых, инвестиционных и др.;
- представляющей общественные и государственные интересы и направленной на достижение благотворительных целей (социальной рекламе).



В первую очередь к субъектам рекламных отношений необходимо отнести непосредственных участников рекламной деятельности:

- **рекламодатели,**
- **рекламопроизводители,**
- **рекламораспространители**

К субъектам рекламных отношений относятся также :

- *потребители рекламы;*
- *органы саморегулирования в сфере рекламной деятельности;*
- *государственные органы.*



*Все требования к рекламе
могут быть разделены на*

- *общие*
- *специальные*



Общими требованиями к рекламе являются следующие:

- *Реклама должна быть распознаваема потребителем, не обладающим специальными знаниями, без применения технических средств именно как реклама в момент ее представления независимо от формы и используемого средства;*
- Распространяться на государственном и официальном языках;
- В рекламе должны быть указаны номер лицензии и орган, ее выдавший;
- Реклама товаров, подлежащих обязательной сертификации, должна сопровождаться соответствующей пометкой;
- Использование в рекламе объектов исключительных прав допускается только в порядке, предусмотренном законодательством КР;
- Реклама не должна побуждать граждан к насилию, агрессии и опасным действиям, создающим угрозу их жизни и здоровью, а также призывающим к беспорядку и панике;
- Реклама не должна побуждать к действиям, нарушающим законодательство Кыргызской Республики;
- Запрещается несанкционированная рассылка рекламы (спам) по Интернету, мобильным телефонам и факсам;
- Запрещается реклама в дни траура



Реклама, в которой допущены нарушения требований к ее содержанию, времени, месту и способу распространения, установленных законодательством, является *ненадлежащей*.



Недобросовестная реклама – это реклама, которая дискредитирует лиц, не пользующихся рекламируемыми товарами; содержит некорректные сравнения рекламируемого товара с товаром других лиц; порочит честь, достоинство, деловую репутацию конкурентов; злоупотребляет доверием физических лиц или недостатком у них опыта, знаний и т. п.



Недостоверной является реклама, в которой присутствуют не соответствующие действительности сведения относительно различных характеристик, свойств и качеств товара; наличия его на рынке; возможности доставки, гарантийного ремонта и др.

Реклама также будет считаться недостоверной, если в ней использованы термины в превосходной степени («самый», «только», «лучший», «единственный»), которые не могут быть подтверждены документально.



Неэтичная реклама – это реклама, содержащая любых видов информацию, которая нарушает общепринятые нормы гуманности и морали путем употребления оскорбительных слов, сравнений, образов в отношении расы, национальности, профессии, социальной категории, возрастной группы, пола, языка, религиозных, философских, политических и иных убеждений физических лиц.

Неэтичной является реклама, которая порочит объекты искусства, составляющие национальное или мировое культурное достояние; государственные или религиозные символы, национальную валюту.



Заведомо ложной считается реклама, с помощью которой рекламодаделец (рекламопроизводитель, рекламодатель) умышленно вводит в заблуждение потребителя рекламы.



Скрытая реклама – реклама, которая оказывает не осознаваемое потребителем воздействие на его восприятие. Такая информация может присутствовать в передачах и изданиях, которые официально рекламными не являются. Скрытая реклама может распространяться путем использования специальных видеовставок (двойной звукозаписи) и иными способами.



- *Рекламодатель* несет ответственность за нарушения в части содержания рекламной информации, если не доказано, что нарушение произошло не по его вине.
- *Рекламопроизводитель* отвечает за оформление, производство и подготовку рекламы.
- *Рекламораспространитель* несет ответственность за нарушения законодательства в части, касающейся времени, места и средства размещения рекламы



При установлении факта нарушения законодательства о рекламе нарушитель обязан по требованию антимонопольного органа и в установленные им сроки произвести контррекламу.

- *Контрреклама – опровержение ненадлежащей рекламы, распространяемое в целях ликвидации вызванных ею последствий.*



За нарушение законодательства о рекламе предусмотрена:

- *гражданско-правовая ответственность,*
- *уголовная ответственность*



- В соответствии с гражданским законодательством, лица, права и интересы которых нарушены в результате ненадлежащей рекламы, могут в судебном порядке потребовать возмещения убытков, включая упущенную выгоду и компенсацию морального вреда, а также публичного опровержения ненадлежащей рекламы

Кодекс КР о проступках



- **Статья 98. Заведомо ложная реклама**
- 1. Использование рекламоделателями заведомо ложной информации относительно товаров, работ или услуг, их производителей или продавцов, а равно реклама продукции, подлежащей обязательной сертификации или лицензированию, но не имеющей сертификата соответствия или лицензии, -
 - влекут наказание в виде штрафа I категории.
- 2. Те же деяния, совершенные с использованием средств массовой информации, -
 - влекут наказание в виде штрафа II категории с лишением права занимать определенные должности или заниматься определенной деятельностью.
- **Статья 99. Нарушение правил рекламирования**
- Умышленное или неосторожное нарушение правил рекламирования пива, алкогольной и табачной продукции -
 - влечет наказание в виде штрафа I категории.



Кодекс КР о нарушениях

- **Статья 65-1. Нарушение требований законодательства о языке КР**
- 3. Размещение наружной рекламы в городских, сельских населенных пунктах с текстами, не соответствующими нормам литературного языка (алфавит и орфографические правила);.
- **Статья 211. Ложная реклама банковских услуг**
- Публичное распространение сведений о проводимых банковских операциях или предоставляемых банковских услугах и иных финансово-кредитных услугах и операциях, если такие операции (услуги) не предусмотрены в банковской лицензии (свидетельстве), а также недостоверное отражение условий их предоставления;
- **Статья 277. Нарушение правил заказа, производства и распространения рекламы**