

Правовое регулирование рекламных игр в Республике Беларусь

Консультант Плюс: Беларусь. Технология 3000 [Электронный ресурс] / ООО «Юрспектр», Нац. центр правовой информ. Респ. Беларусь. – Минск, 2010.

Лазаренкова Ольга Валерьевна, старший преподаватель кафедры финансового права и правового регулирования хозяйственной деятельности Белорусского государственного университета.

В настоящее время в Республике Беларусь проведение рекламных игр регламентируется Указом Президента Республики Беларусь от 25.06.2009 года № 335 «О внесении изменений и дополнений в Указ Президента Республики Беларусь от 30 января 2003 года № 51», которым утверждено Положение о проведении рекламных игр на территории Республики Беларусь (далее - Положение).

В пункте 3 Положения указывается на то, что запрещается проводить рекламные игры в виде ответов на вопросы и (или) выполнения иных заданий, не связанных с приобретением товаров (работ, услуг).

Вариантами решения указанной проблемы для операторов мобильной связи могут быть, во-первых, возможность проведения рекламной игры, если ее построить путем ответов на вопросы, связанные с услугами в области электросвязи. Например, вопросник должен включать вопросы, связанные с существом мобильной связи, с видами услуг, оказываемыми соответствующим оператором, возможно с историей создания и деятельности самого оператора.

Во-вторых, возможна организация рекламной игры вообще без вопросов и ответов, когда победитель определяется путем «случайного выбора» номера соответствующего участника.

Пункт 3 Положения также указывается на запрет проводить рекламные игры в виде электронных, компьютерных игр с использованием средств и сетей электросвязи.

Рассматриваемая проблема может быть преодолена путем толкования понятия «электронная игра с использованием средств и сетей электросвязи».

Белорусский законодатель, возможно, предполагал полный запрет на проведение рекламных игр с использованием средств и сетей электросвязи, однако в действительности он установил запрет не на проведение рекламных игр с использованием средств и сетей электросвязи, а на проведение электронных или компьютерных игр с использованием указанных средств и сетей.

При этом законодательство Республики Беларусь не содержит прямой регламентации понятия «электронная игра». В белорусском праве есть лишь регулирование электронной интерактивной игры, которая рассматривается в качестве разновидности азартных игр и чье проведение регламентируется путем установления особых правил и ограничений.

Исходя из указанного, есть возможность построить толкование понятия «электронная игра», исходя из понятий, содержащихся в толковых словарях русского языка и признать в качестве электронной игры лишь ту игру, которая направлена на совершение определенных действий путем нажатия соответствующих «клавиш» и именно эти действия должны приводить к достижению результата игры. Тем самым вопросы и ответы, которые непосредственно не направлены на совершение указанных «электронных действий» могут не подпасть под понятие «электронная игра».

В пункте 12 Положения указывается на то, что при проведении рекламной игры запрещается взимать дополнительную плату за участие в рекламной игре и повышать тарифы на услуги электросвязи, установленные в соответствии с актами законодательства, при проведении рекламной игры с использованием средств и сетей электросвязи.

В связи наличием в Положении рассматриваемого запрета, при проведении рекламной игры в соответствии с законодательством Республики Беларусь необходимо до начала проведения рекламной игры зарегистрировать цену на самостоятельную новую услугу в области электросвязи, осуществлять указанную деятельность некоторый период времени, а затем уже на данную конкретную услугу провести рекламную игру. При этом надо будет заранее указать, что все лица, которые пользуются определенной услугой, являются участниками рекламной игры.

Пункт 13 Положения указывается на то, что при проведении розыгрыша запрещено использование программных, программно-аппаратных и аппаратных средств.

В связи с наличием приведенного запрета считаем необходимым переход мобильного оператора для определения победителя (победителей) от электронных средств розыгрыша к механическим средствам розыгрыша, которые не будут отнесены к аппаратным средствам.

Это сделано для того, чтобы комиссия имела возможность зрительно наблюдать выявление победителя игры. Скорее всего, речь идет об использовании, например, «барабана с шариками» (лототрона), который в произвольном порядке из множества шариков выбирает один или несколько. Наконец, в пункте 17 Положения указывается на то, что контроль за проведением рекламных игр возлагается на Комитет государственного контроля и Министерство торговли.

В этой связи высока вероятность того, что Комитет государственного контроля Республики Беларусь в обязательном порядке по итогам игры проведет свою проверку с целью обнаружить нарушения законодательства. Поэтому, рекламная игра на всех ее этапах должна проводиться с буквальным соблюдением всех законодательных требований.