



МІНІСТЭРСТВА ІНФАРМАЦЫЇ РЭСПУБЛІКІ БЕЛАРУСЬ

ПРАТАКОЛ

ПРОТОКОЛ

23.06.2021 № 32

г.Мінск

г.Минск

засядання агульнаагрэгогавана-кансультатывнага
(экспертнага) савета па развнцтву
пярэпрыннмателства

Пярэсэдательствавал: Кунцевнч А.М., Пярвыа замесствтель Мннстерства
нформавнн Республнкн Беларусь

Секретарь: Сенько А.С.

Прысудствавалн:

члены савета: Адашкнн А.В., Бельская Н.П., Кнстерный В.А.,
Кургун А.С., Лебеднк М.П., Макаров Д.Г., Мелешко В.Н., Павлова Е.С.,
Соколов И.Н., Яременко С.П.

**лнца, которм членами савета делегнрованы полномочнн с правом
голоса по вынесенным на заседанне вопросам:**

Гук
Светлана
Ивановна — замесствтель генерального днректора
ОАО «Белкннга»

Шульман
Глеб
Мнхайлович — генеральный продюсер генерального
продюсерского центра
Белтераднокомпаннн

прглашенные:

Телнца Ларнса Юоснфовна — начальный управленнн электронных
средств массовой нформавнн н Интернет-ресурсов Мннстерства
нформавнн Республнкн Беларусь, Гаврнльчнк ннна Анатольевна —
начальный управленнн заштты прав потребнтелей н контроля за
рекламой Мннстерства антнмонопольного регулнрования н торговлн
Республнкн Беларусь, Мкртычян Карлен Варосовнч — пресэдатель
контрольно-ревнзнонной комнсснн Телекоммунакнонного
Отраслевого Союза, Павловская Светлана Васнльевна — консультант
управленнн электронных средств массовой нформавнн н Интернет-
ресурсов Мннстерства нформавнн Республнкн Беларусь

Повестка дня:

Реализация новаций Закона Республики Беларусь «О рекламе» при распространении иностранных телевизионных средств массовой информации

СЛУШАЛИ:

Кунцевич А.М. – сообщил, что предписания Закона Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам рекламы», вступающего в силу с 8 июля 2021 г., затрагивают сферу массовой информации – субъектов правоотношений, осуществляющих деятельность по производству телепрограмм и распространению продукции иностранных средств массовой информации.

Законодательные изменения коснутся, в первую очередь, рекламы в продукции иностранных телевизионных средств массовой информации, распространяемой на территории Республики Беларусь без изменения формы или содержания. С 8 июля этого года размещение рекламы в продукции таких средств массовой информации, за некоторым исключением, будет запрещено. Существуют и другие немаловажные новшества законодательства, требующие пристального внимания.

Реализация новаций законодательства о рекламе вызовет у участников медиарынка на первоначальном этапе определенные сложности. В связи с этим, необходимо выработать единые подходы к решению вопросов, связанных с функционированием сферы массовой информации с учетом новых требований Закона о рекламе.

Телица Л.И. – пояснила, что в связи с обозначенным Законом Республики Беларусь иностранная реклама в зарубежных телепрограммах должна быть исключена либо заменена на социальную рекламу белорусского производства. В Республике Беларусь распространяется 255 иностранных телепрограмм. Из них около 70 имеют составляющую тематику «рекламная».

Министерством информации уже сейчас ведется определенная работа по разъяснению участникам медиарынка законодательных новаций. В 2021 г. у большинства иностранных телепрограмм истекают сроки действия разрешений на вещание на территории Республики Беларуси. В 2021 г. Министерством информации уже выдано около 90 новых разрешений на распространение иностранных телевизионных средств массовой информации. Большинство из них, еще до вступления в силу изменений в Закон о рекламе, представлены с очищенным от рекламы контентом. Некоторые получили разрешения на телепрограмму с замещенной на белорусскую социальную рекламу.

В связи с вступлением в силу обсуждаемого нормативного правового акта возникают проблемные вопросы его реализации. Так,

существует необходимость в учреждении агрегатора белорусской социальной рекламы. Необходимо, по-видимому, определить структуру, которая будет аккумулировать социальные ролики белорусского производства и предоставлять их заинтересованным. Сведения о такой структуре будут размещены на официальном сайте Министерства информации.

Необходимо также выработать механизм реагирования Министерством информации на нарушения Закона о рекламе. В соответствии с Законом о средствах массовой информации, Министерство информации вправе аннулировать разрешение в случае несоответствия продукции иностранного средства массовой информации требованиям законодательства. В рассматриваемом нами случае, в частности, это будет наличие запрещенной рекламы в иностранной телепрограмме. Выявив указанное нарушение, Министерство информации направит оператору электросвязи (поставщику услуг электросвязи) уведомление о принятом решении и исключит такую программу из списка разрешенных.

Однако проблема данного алгоритма заключается в том, что некоторые операторы могут транслировать иностранные телепрограммы без заключения соответствующих договоров с белорусским правообладателем, и, соответственно, использовать версию телепрограммы с рекламой. В этом случае, как видится, необходимо предварительное проведение работы с белорусским правообладателем.

В этом плане Министерство информации выясняет, включен ли оператор в Государственный реестр распространителей продукции телевизионных и радиовещательных средств массовой информации, и присутствует ли эта программа в перечне, распространяемых этим оператором программ. В случае отсутствия каких-либо нарушений в этой части, возникает вопрос: что же должно предпринять Министерство информации? Представляется, что в случае, если оператор включен в Госреестр, но не имеет прав на распространение телепрограммы, Министерство информации выносит распространителю письменное предупреждение. В случае же, если оператор не включен в Госреестр, Министерство информации направляет соответствующее письмо в налоговую инспекцию.

Гаврильчик И.А. – сообщила, что Министерство антимонопольного регулирования и торговли (МАРТ) являясь республиканским регулятором всей рекламной деятельности, осуществляет также контроль за исполнением законодательства о рекламной деятельности в сфере средств массовой информации. Контрольные функции в этой сфере возложены также на местные органы власти.

В качестве мер реагирования на возможные факты нарушений законодательства о рекламе при производстве телепрограмм и распространении продукции иностранных средств массовой информации выступают предписание и привлечение лиц к административной ответственности. Предписание направлено на пресечение правонарушения. Лицо, как правило, в течение 3 суток обязано устранить правонарушение. Закон предусматривает возможность оговаривать конкретный срок устранения правонарушения в самом предписании. По-видимому, учитывая специфику распространения информации в сфере средств массовой информации, данный срок, в большинстве случаев, будет устанавливаться в предписании.

Административная ответственность – более строгая мера реагирования. Применяется при наличии оснований и условий привлечения лиц к административной ответственности. Здесь следует учитывать, что она применяется только в случае, если стоимость предмета нарушения составляет не менее 40 базовых величин. В случае неправомерного распространения рекламы в продукции иностранных телевизионных средств массовой информации, распространяемой на территории Республики Беларусь без изменения формы или содержания, необходимо определиться с таким предметом и критерием подсчета.

К ответственности за неправомерное распространение рекламы в продукции иностранных телевизионных средств массовой информации, распространяемой на территории Республики Беларусь без изменения формы или содержания, подлежат привлечению только рекламораспространители. На практике, с учетом многообразия форм и уровней технической составляющей обеспечения производства телепрограмм и распространения продукции иностранных средств массовой информации на территории республики, возникнут проблемы с определением таких лиц. В этом плане МАРТ и Министерство информации необходимо разработать определенные методические рекомендации. При этом важная роль в решении данного вопроса будет принадлежать доказательственной базе.

ВЫСТУПИЛИ:

Яременко С.П. – во-первых, отметил, что при наличии требуемых законодательством условий, Телекоммуникационный отраслевой союз рассмотрит вопрос о возможности реализации функции агрегатора белорусской социальной рекламы. Во-вторых, обратил внимание на то, что вступающие в силу новации законодательства вызывают необходимость более детального уяснения содержания такого понятия

как «распространение на территории Республики Беларусь продукции иностранных телевизионных средств массовой информации без изменения формы или содержания». Участники медиарынка полностью исключая при распространении указанной продукции рекламу либо заменяя рекламу на социальную рекламу белорусского производства должны быть уверены, что не изменяют форму и содержание данной продукции.

Мелешко В.Н. – возвращаясь к вопросу о проблематике определения статуса рекламораспространителя указала, что при установлении нелегально функционирующего оператора, причастного к неправомерному распространению рекламы в продукции иностранных телевизионных средств массовой информации, однозначно необходимо инициировать перед МАРТ рассмотрение вопроса о привлечении его к административной ответственности. Если же к этому причастен добросовестный оператор, схема должна быть иная. Нужно индивидуально анализировать действия и решения всех заинтересованных субъектов правовых отношений (правообладателя, дистрибьютора, оператора и т.п.).

Яременко С.П. – поддержал предложение Мелешко В.Н., а также предложил разработать с целью недопущения привлечения к ответственности невиновных лиц, четкий алгоритм действий МАРТ, Министерства информации, участников медиарынка, направленный на установление конкретных лиц, ответственных за нарушения законодательства о рекламе.

Гаврильчик И.А., Мелешко В.Н., Шульман Г.М. – поддержали данное предложение.

Кунцевич А.М. – указал, что в деле обеспечения соблюдения обсуждаемых новаций законодательства о рекламе важная роль принадлежит самим участникам медиарынка, в том числе дистрибьютерам. Им необходимо ответственно подходить к реализации норм законодательства, задействуя внутренние и внешние формы контроля.

Яременко С.П., Мкртычян К.В., Шульман Г.М., Соколов И.Н. – остановились, в контексте вопроса об ответственности лиц за невыполнение требований законодательства, на анализе возможных ситуаций, при возникновении которых своевременная и точная реализация новаций законодательства о рекламе крайне затруднительна либо, по их мнению, невозможна.

Гаврильчик И.А., Мелешко В.Н. – отметили необходимость дачи в подобных случаях адресной и всесторонней правовой оценки действиям и решениям субъектам правоотношений в сфере рекламных отношений.

Гаврильчик И.А., Яременко С.П. – указали на необходимость, с целью повышения эффективности использования социальной рекламы белорусского производства, углубить сотрудничество Телекоммуникационного Отраслевого Союза с рекламодателями социальной рекламы – государственными органами.

Макаров Д.Г. – указал на высокую чувствительность участников медиарынка к обсуждаемым правовым нормам с точки зрения их дополнительных экономических затрат для обеспечения соблюдения законодательства, а также сохранения представленной теле-аудитории. В связи с этим еще раз призвал к индивидуальному подходу в решении вопросов, связанных с применением возможных мер ответственности.

Соколов И.Н. – сообщил, что аудитория средств массовой информации относительно вопроса распространения рекламы неоднородна. Часть ее выступает против любой рекламы. Другие – за рекламу. Третьи – придерживаются нейтральной позиции. Вступление в действие с 8 июля 2021 г. Закона Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам рекламы» затронет интересы данных лиц. В связи с этим, призвал усилить профилактическую работу с населением, призванную сформировать в обществе понимание необходимости принятия и реализации законодательных новелл в сфере распространения рекламной продукции.

РЕШИЛИ:

С учетом результатов проведенного обсуждения актуальных вопросов соблюдения вступающего в силу с 8 июля 2021 г. Закона Республики Беларусь «Об изменении законов по вопросам рекламы», управлению электронных средств массовой информации и Интернет-ресурсов Министерства информации совместно с заинтересованными выработать приемлемые для правоприменительной практики подходы к реализации законодательства, регламентирующего размещение рекламы в продукции иностранных телевизионных средств массовой информации, распространяемой на территории Республики Беларусь без изменения формы или содержания.

Голосовали:

«за» – 14 человек;
«против» – нет;
«воздержались» – нет.

Председательствующий

Секретарь



А.М.Кунцевич

А.С.Сенько