

О НЕКОТОРЫХ АСПЕКТАХ РЕГУЛИРОВАНИЯ РЕКЛАМЫ АЛКОГОЛЬНЫХ НАПИТКОВ

Н. В. Семуткина

*Гомельский государственный технический университет
имени П. О. Сухого, Беларусь*

Научный руководитель С. П. Кацубо, канд. юрид. наук, доцент

Проблемы потребления алкоголя населением остро обозначены во многих государствах. Для Республики Беларусь они приобретают особую актуальность. Всемирная организация здравоохранения в ежегодном докладе «О положении в области алкоголя и здоровья» официально сообщила, что Беларусь находится на первом месте в мире по употреблению чистого спирта на душу населения [6]. Имеются разные оценки такого положения в стране. Делаются ссылки на доступность алкоголя, на коммерческие интересы производителей и торговли, в том числе и на использование рекламных ресурсов. Подвергаются анализу и другие факторы, влияющие на потребление алкоголя населением. Безусловно, одним из существенных влияний на подсознание граждан является реклама. Рекламная деятельность требует четкой регламентации, системного контроля и общественного внимания. В Республике Беларусь принят Закон «О рекламе» от 10 мая 2007 г. № 225-3, который в целом направлен на упорядочение данного вида деятельности. В том числе в ст. 17 указанного Закона закреплены требования, установлены ограничения и запреты в отношении рекламы алкогольных напитков. В том же году 12 ноября Советом Министров Республики Беларусь было утверждено положение о порядке размещения (распространения) на территории Республики Беларусь рекламы алкогольных напитков в средствах массовой информации.

Анализируя положения законодательства, отмечаем существенные запреты на рекламу алкогольных напитков. Также в Кодексе Республики Беларусь об административных правонарушениях предусмотрена ответственность за нарушение законодательства в области рекламы в виде наложения штрафа от 20 до 100 базовых величин в зависимости от степени нарушения (ст. 12.26 КоАП).

Вместе с тем товаропроизводители и торговые организации проявляют недобросовестность и используют всевозможные приемы в рекламе с целью распространения информации об алкогольных напитках. Такими трюками пользуются сразу несколько белорусских производителей алкоголя. Реклама питьевой воды отечественных брендов «Сваяк», «Бульбашь», «Кристалл», «Налибоки» оккупировала множественные рекламные площадки, что позволяет создавать повышенное внимание прохожих к данной продукции. Питьевая вода – дело полезное, но именно под этими же брендами выпускается знаменитая алкогольная продукция, в частности, водка.

Как отмечают многочисленные эксперты, под подобными рекламными вывесками скрывается скрытая реклама водочной продукции, что еще больше провоцирует белорусский народ к ее употреблению, так как такая реклама позволяет воздействовать на потребителей ненавязчиво, но эффективно [4].

По словам министра торговли Беларуси, производители объясняют применение подобных рекламных ходов сокращением расходов на продвижение нового продукта, желанием полностью использовать производственные площади. «Однако в большинстве случаев такая практика имеет целью разместить рекламу алкогольных напитков и табачных изделий в обход законодательных норм, а также введение в заблуждение покупателя», – отметил министр [1].

Радует то, что депутаты Палаты представителей Национального собрания Республики Беларусь продолжают бороться со всяческими проявлениями рекламы алкоголя, в том числе и скрытой. В частности, 22 октября 2014 г. в первом чтении были приняты поправки к Закону о рекламе, серьезно ограничивающие использование названий брендов алкогольной продукции.

В законопроекте содержится запрет на рекламу товаров и услуг под брендами алкогольных напитков и табачных изделий в местах, где нельзя размещать рекламу алкогольных напитков, а также во время организации и проведения культурных, образовательных, спортивных и других гуманитарных мероприятий. Также документ запрещает рекламу, содержащую наименование товара и организации, фамилию, товарный знак, географическое указание, изображение товара и его потребительской упаковки, тождественных или схожих с наименованиями, товарными знаками и географическими указаниями, используемыми для обозначения табачных изделий.

Министерством торговли поддерживается и инициатива запрета рекламы пива в Республике Беларусь. «Мое личное мнение, нам надо приближаться в этом плане к России и нужно признавать пиво алкогольным напитком. Если мы это сделаем, мы таким же образом можем внести изменения в законодательство о том, что этот напиток будет запрещено рекламировать, как другие алкогольные напитки», – заявил министр торговли. Объясняется это тем, что этот напиток становится все популярнее среди молодежи [1].

К сожалению, молодое поколение наших соотечественников, видя постоянный пример употребления алкогольных напитков перед своими глазами, приобщается к нему с детства. Из-за рекламы они с младых ногтей начинают думать, что «минеральная вода» «Сваяк» – это путь чемпиона. А «Бульбашь» ни в коем образе не ассоциируется у них с алкоголем и негативными последствиями от его потребления в раннем возрасте. Именно потому неравнодушные граждане Беларуси, понимающие, чем грозит для нашей нации употребление алкогольных напитков, инициировали кампанию «Защитим наших детей от алкоголизма». Запрет рекламы алкогольной продукции и компаний-изготовителей алкогольной продукции («Кристалл», «Бульбашь», «Сваяк») – один из немногих шагов по оздоровлению нации.

Следует отметить, что большинство граждан Беларуси, особенно представители молодого поколения, поддерживают действия законодателя и инициативы правительства по совершенствованию законодательства в области рекламы. Видится целесообразным и необходимым активно противодействовать размещению скрытой рекламы, запрет на которую законодательством установлен, однако факты его игнорирования имеют место. Необходимо признание пива алкогольным напитком и применение в связи с этим требований к его рекламе. В целях повышения правовой грамотности, активной гражданской позиции у населения, особенно студенческой

молодежи, считаем своевременным и важным формировать у них здоровый образ жизни, здоровые и разумные потребности, вырабатывать негативное отношение к употреблению алкоголя, используя разнообразные методы пропаганды, обучения и воспитания. Осуществлять такую многоплановую деятельность следует с осознанием всей глубины и серьезности проблем алкоголизации населения.

Л и т е р а т у р а

1. В Беларуси планируют запретить рекламу под алкогольными и табачными брендами. – Режим доступа: <http://www.sb.by/v-belarusi/article/v-belarusi-zapretili-reklamu-pod-alkogolnymi-i-tabachnymi-brendami-.html>. – Дата доступа: 24.02.15.
2. О рекламе : Закон Республики Беларусь от 10 мая 2007 г. № 255-3 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2007. – № 119. – 2/1321.
3. Кодекс Республики Беларусь об административных правонарушениях // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2003. – № 63. – 2/946.
4. Реклама питьевой воды настораживает общественность. – Режим доступа: <http://alternativaby.com/news/92-reklama-pitevoy-vody-nastorazhivaet-obschestvennost.html>. – Дата доступа: 24.02.15.
5. Положение о порядке размещения (распространения) на территории Республики Беларусь рекламы алкогольных напитков в средствах массовой информации : утв. Постановлением Совета Министров Респ. Беларусь от 12 нояб. 2007 г. № 1497 // Нац. реестр правовых актов Респ. Беларусь. – 2007. – № 278. – 5/26146.
6. Поправки в закон «О рекламе» могут спровоцировать волну скрытого пиара алкогольных брендов в СМИ. – Режим доступа: <http://ej.by/news/economy/2014/10/27/popravki-v-zakon-o-reklame-mogut-sprovotsirovat-volnu-skrytogo.html>. – Дата доступа: 24.02.15.
7. Постыдное лидерство Беларуси. – Режим доступа: <http://www.sb.by/blog/Array-dmitriy-parton/postydnoe-liderstvo-belarusi.html>. – Дата доступа: 24.02.15.