

## ЗАВЕДОМО ЛОЖНАЯ РЕКЛАМА И СПОСОБЫ ОБЕСПЕЧЕНИЯ ДОКАЗАТЕЛЬСТВ В ИНТЕРНЕТЕ

*Р.С. Голованов* – ст. преподаватель

Рассматривается вопрос формирования доказательственной базы преступлений, совершенных посредством сети Интернет, а именно – вопрос обеспечения доказательств совершенных в рекламной сфере правонарушений и преступлений.

*Ключевые слова:* заведомо ложная реклама; нарушения рекламного законодательства; уголовная ответственность.

*Заведомо ложная реклама* – это преступление в сфере экономической деятельности, предусмотренное ст. 192 Уголовного кодекса Кыргызской Республики от 18 сентября 1997 г., введенного в действие с 1 января 1998 г. и предусматривающее ответственность за использование рекламодателями заведомо ложной информации относительно товаров, работ или услуг, а также их производителей или продавцов, рекламу продукции, подлежащей обязательной сертификации или лицензированию, но не имеющей сертификата соответствия или лицензии, совершенные из корыстных побуждений. В случае выявления *нарушений рекламного законодательства*, а именно требований, предъявляемых к рекламе (запрет согласно Закона Кыргызской Республики “О рекламе” от 24 декабря 1998 г. № 155 на распространение недобросовестной, недостоверной, незаточной, скрытой или заведомо ложной рекламы), может наступить

гражданско-правовая или *уголовная ответственность*.

На сегодняшний день способы распространения рекламы весьма разнообразны. Как правило, при условии использования “стандартных” способов распространения рекламы (таких, как реклама на улицах, автомобильных дорогах, телевидении, радио и т.д.) трудностей в обеспечении доказательств не возникает. Иная ситуация с распространением ненадлежащей рекламы в Интернете. Реклама в Интернете это достаточно новый, но довольно широко используемый способ распространения рекламного материала. Необходимо отметить, что судебная практика Кыргызской Республики, которая свидетельствовала бы о привлечении к гражданско-правовой, административной ответственности авторов сайтов, на которых размещается ненадлежащая реклама, весьма скупа, а вопрос о привлечении к уголовной ответственности и вовсе отсутствует,

что не может не сказаться на росте преступности в рекламной сфере. Вышеуказанные обстоятельства показывают малоизученность данного вопроса. Определенная часть юристов к тому же весьма скептически относится к вопросу о возможности доказать факт совершенного посредством сети Интернет преступления или правонарушения в рекламной сфере. Будем правы, если не согласимся с вышеобозначенной позицией по следующим основаниям. Вполне возможно обратиться к нотариусу за помощью при фиксации доказательств совершенного правонарушения или преступления. Для этого достаточно, оплатив госпошину, обратиться к нотариусу с просьбой о фиксации (удостоверении) факта нахождения доказательственной информации по определенному адресу в Сети Интернет с указанием необходимых реквизитов (название документа, его реквизиты, месторасположение графической информации или текста, сами выражения, тезисы, которые предполагается положить в основу судебного иска, жалобы или заявления в компетентные органы, адрес Интернет-страницы, цель обеспечения доказательств). В случае отказа нотариуса в совершении вышеуказанных действий, его действия можно обжаловать по

правилам особого производства, установленным Гражданско-процессуальным кодексом Кыргызской Республики и общим правилам гражданского судопроизводства. При решении вопроса о субъекте правонарушения или преступления, ответственного за выпуск ненадлежащей рекламы в Интернет, на наш взгляд, необходимо исходить из опыта наших российских коллег, изложенного В. Сальниковым: "... в соответствии с «Регламентом» РосНИИПРОС и «Правилами регистрации доменов второго уровня в зоне.RU» только администратор домена принимает на себя ответственность за действия сотрудников, а также действия третьих лиц с использованием его пароля"<sup>1</sup>. Не вдаваясь в нюансы процессуального характера, хотелось бы заключить, что законодательство Кыргызской Республики при грамотном использовании нормативных правовых актов способно обеспечить сбор доказательственной базы в Сети Интернет и надежно защитить как физических, так и юридических лиц от ненадлежащей рекламы (заведомо ложной рекламы в частности) в Интернете.

<sup>1</sup> См.: Сальников В. Российская газета. – 2002. – 14 ноября.