

Депутаты борются со спамом, предлагая его узаконить

20 апреля Госдума приняла в первом чтении новую редакцию закона «О рекламе». Кроме набивших оскомину плясок с бубном вокруг «алкогольной» темы, квотирования рекламы на страницах печатных СМИ и в эфире, неуклюжих попыток описать юридически состоятельными терминами понятие «зонтная реклама», законопроект предусматривает меры против ненавистного всем спама.

Отрицательные заключения Правительства, профильных комитетов Госдумы и экспертов на антиспамовые дополнения к закону «О рекламе», внесенные в Госдуму в 2004 году, не остудили законотворческого пыла их авторов. Положения, которые не удалось внести в действующий закон, теперь появились в проекте его новой редакции.

Согласно ей, «Распространение рекламы по сетям электросвязи общего пользования (в том числе с использованием телефонной, факсимильной, мобильной связи и компьютерных сетей) допускается только при наличии предварительного согласия адресата на получение рекламной информации. При этом реклама признается распространенной без предварительного согласия адресата, если отправитель (рекламораспространитель) не докажет, что такое согласие было получено. Рекламораспространитель обязан немедленно прекратить рассылку рекламных сообщений в адрес лица, обратившемуся к нему с таким требованием».

По сравнению с законопроектом «О внесении изменений в закон «О рекламе», Уголовный кодекс и Административный кодекс» формулировка стала более лаконичной, однако все имевшиеся к ней претензии остались на месте.

То есть, по-прежнему считается, что в виде спама распространяется только реклама, причем только в том виде, как ее определяет закон. Соответственно, спам от частных лиц, агитационный спам, и спам с «упоминанием о товаре ... изготовителе или продавце, органично интегрированным в произведение науки, литературы или искусства» будет вполне законен.

Так и представляешь себе экспертов-искусствоведов, определяющих степень органичности рекламы «вишни консервированной в жестяных банках», интегрированной в отрывок из «Вишневого сада» и разосланной по базе миллионов так в десять адресов электронной почты.

Бросается в глаза и явное противоречие в устанавливаемой норме: сначала речь идет о принципе opt-in, затем об opt-out. «Распространение рекламы по сетям электросвязи ... допускается только при наличии предварительного согласия» - это opt-in. Но затем «рекламораспространитель обязан немедленно прекратить рассылку ... в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием» - это opt-out.

Проще говоря, «если очень хочется, но нельзя, то все-таки можно». С юридической точки зрения - полная бессмыслица, так как пострадавший (получатель спама) будет опираться на первое предложение, а нарушитель (спамер) - на последнее. Если дело дойдет до суда, то суд станет на сторону спамера - ведь все сомнения толкуются в пользу обвиняемого.

Однако, до суда дело дойти не может - очевидно, что личность спамера может быть установлена и доказательная база собрана только в рамках уголовного дела. Однако, нарушение закона «О рекламе» не влечет уголовной ответственности. Соответственно не может быть и оснований для возбуждения уголовного дела.

Еще большая дикость с юридической точки зрения то, что нарушение в сфере рекламной деятельности относится к правонарушениям достаточно высокой степени тяжести, чтобы отменить презумпцию невиновности - «реклама признается распространенной без предварительного согласия адресата, если отправитель (рекламораспространитель) не докажет, что такое согласие было получено».

Любопытно, что теперь взгляды авторов законопроекта разделяет и Валерий Комиссаров, чья подпись стоит под одним из отрицательных заключений на законопроект «О внесении изменений...» Еще полгода назад, по словам Комиссарова, «имелись существенные недостатки, которые в конечном счете привели к тому, что комитет рекомендовал Госдуме отклонить документ».

Похоже, вместо того, что потратить эти полгода на изучение предмета регулирования и кардинальную переработку законопроекта, спамоборцы от законодательной власти предпочли убедить товарища по партии в своей правоте. Ясное дело, всем вместе на старые грабли наступать куда веселее.

Автор: Евгений Альтовский © GlobalRus.RU ИНТЕРНЕТ , РОССИЯ 👁 2093 23.04.2005, 11:13 ↗ 159
URL: <https://babr24.com/?ADE=21299> Bytes: 4148 / 4148 Версия для печати

👍 Порекомендовать текст

Поделиться в соцсетях:

Также читайте эксклюзивную информацию в соцсетях:

- [Телеграм](#)

- [ВКонтакте](#)

Связаться с редакцией Бабра:

newsbabr@gmail.com

НАПИСАТЬ ГЛАВРЕДУ:

Телеграм: @babr24_link_bot

Эл.почта: newsbabr@gmail.com

ЗАКАЗАТЬ РАССЛЕДОВАНИЕ:

эл.почта: bratska.net.net@gmail.com

КОНТАКТЫ

Бурятия и Монголия: Станислав Цырь

Телеграм: @bur24_link_bot

эл.почта: bur.babr@gmail.com

Иркутск: Анастасия Суворова

Телеграм: @irk24_link_bot

эл.почта: irkbabr24@gmail.com

Красноярск: Ирина Манская

Телеграм: @kras24_link_bot

эл.почта: krasyar.babr@gmail.com

Новосибирск: Алина Обская

Телеграм: @nsk24_link_bot

эл.почта: nsk.babr@gmail.com

Томск: Николай Ушайкин

Телеграм: @tomsk24_link_bot

эл.почта: tomsk.babr@gmail.com

Прислать свою новость

ЗАКАЗАТЬ РАЗМЕЩЕНИЕ:

Рекламная группа "Экватор"

Телеграм: @babrobot_bot

эл.почта: equatoria@gmail.com

СТРАТЕГИЧЕСКОЕ СОТРУДНИЧЕСТВО:

эл.почта: babrmarket@gmail.com

[Подробнее о размещении](#)

[Отказ от ответственности](#)

[Правила перепечаток](#)

[Соглашение о франчайзинге](#)

[Что такое Бабр24](#)

[Вакансии](#)

[Статистика сайта](#)

[Архив](#)

[Календарь](#)

[Зеркала сайта](#)