

Бренд, репутация и закон: как работать на цифровом рынке MENA

08.10.2025

СТАТЬИ

За привлекательным «фасадом» технологического бума и огромных рыночных возможностей стран MENA скрывается многогранный ландшафт регуляторных требований, основанных на уникальном сочетании современных правовых норм, культурных традиций и исламского права. Новый вектор развития отрасли задают недавние реформы медийного законодательства в ОАЭ и Омане, а также ужесточение борьбы с киберпреступностью в Саудовской Аравии и Катаре. Как бизнесу реализовать коммерческий потенциал, соблюдая строгие правовые и этические нормы этих стран? Для ответа на данный вопрос авторы рассмотрели основные ограничения в сфере публичных коммуникаций и рекламы, а также подходы к защите репутации и брендов.

Ограничения в рекламе и публичных коммуникациях

Законодательство, регулирующее рекламную деятельность в регионе MENA, отражает и формально закрепляет строгие этические нормы, основанные на принципах исламского права и местных культурных традициях. Общим требованием является законодательно установленный запрет на рекламу, прямо или косвенно связанную с алкоголем, азартными играми, а также товарами и услугами, противоречащими исламским принципам, например колдовством или ростовщичеством. Как будет показано далее, эти принципы находят свое отражение в конкретных нормативных актах каждой из стран. Такой подход формирует фундаментальное требование к бизнесу в регионе MENA — продвижение товаров и услуг должно осуществляться с безусловным уважением к религиозным ценностям,

государственным институтам и общественному порядку.

ОАЭ

Наиболее развитая система регулирования медиа и контента действует в ОАЭ, где центральным элементом стал Федеральный декрет-закон от 2023 г. № 55 «О регулировании СМИ». Этот акт заменил ранее действовавшее законодательство и создал единую правовую базу для всего медиапространства, включая цифровую среду. Контролирующим органом выступает Совет по СМИ ОАЭ, отвечающий за лицензирование и надзор над всей медиа-деятельностью, охватывающей печатные издания, радио- и телевидение, киносъемку и цифровую среду. Основным принцип нового законодательства — любая коммерческая деятельность по созданию и распространению контента, включая рекламу, является лицензируемой.

Особое внимание уделено регулированию деятельности инфлюенсеров (блогеров), при этом законодательство фокусируется не на формальном определении данного термина, а на характере осуществляемой деятельности. Под регулирование подпадает любое лицо, которое получает вознаграждение как в денежной, так и в натуральной форме (бартер) за продвижение сторонних товаров или услуг. Для таких лиц предусмотрено три варианта легализации: получение индивидуального разрешения в качестве независимого физического лица, создание компании и получение стандартной медиалицензии либо работа через одно из аккредитованных Советом по СМИ агентств, которое берет на себя функцию комплаенс-контроля. Осуществление деятельности без соответствующей лицензии влечет за собой наложение штрафа и блокировку аккаунтов. Следует отметить, что в ОАЭ действуют правила по раскрытию рекламной информации для всех участников рекламного рынка, обязывающие четко обозначать коммерческий характер контента, например, с помощью хештегов #ad или #sponsored.

Наряду с федеральным уровнем в ОАЭ действует регулирование в свободных экономических зонах (СЭЗ). Деятельность медийных хабов Дубая, таких как Dubai Media City, регулируется

Управлением по развитию Дубая и его Кодексами руководящих принципов, которые представляют собой еще один уровень комплаенса для компаний, работающих в этих зонах.

Саудовская Аравия

Основным законом, регулирующим медиасферу, является Закон «О печати и публикациях», принятый Королевским Указом № М/32 в 2000 г. Ключевую роль в применении его норм играет Генеральное управление по регулированию деятельности СМИ, которое отвечает за надзор над всем медиаконтентом. Деятельность Управления наглядно отражает двойную задачу программы «Vision 2030»: стимулировать инвестиции в медиасектор при сохранении строгого контроля над контентом.

Требования к содержанию рекламы в Саудовской Аравии являются одними из самых строгих в регионе. Основные ограничения закреплены в ст. 5 Закона «Об аудиовизуальных медиа», которая устанавливает обязательные правила контроля контента. В частности, запрещен любой контент, который «подрывает основы Шариата» (п. 2), «оскорбляет Короля или Наследного принца» (п. 3) или «наносит ущерб общественному порядку и национальной безопасности» (п. 12). Подобные широкие и оценочные формулировки предоставляют регулятору значительную свободу усмотрения при их толковании, что, в свою очередь, создает высокие комплаенс-риски для участников рынка и порождает эффект самоцензуры.

Оман и Катар

В Омане с принятием в 2024 г. нового Закона «О СМИ» была создана единая современная система регулирования под управлением Министерства информации. Новый закон четко выстраивает двухуровневую систему контроля: во-первых, для ведения медиа- или рекламной деятельности требуется получить лицензию, а во-вторых, для распространения отдельных видов контента необходимо пройти процедуру одобрения и получить разрешение. В частности, оманское законодательство предусматривает получение одобрения от министерства для импортируемых художественных и аудиовизуальных

произведений, для чего существуют государственные электронные сервисы.

В отличие от ОАЭ и Омана Катар до сих пор не провел комплексную реформу своего медийного законодательства. Регулирование здесь исторически основывается на Законе от 1979 г. № 8 «О публикациях и издательской деятельности», принципы которого распространяются на все современные медиа, а контроль осуществляет Министерство культуры. Аналогично Оману в Катаре применяется двухуровневый подход, включающий как получение лицензий на ведение деятельности, так и процедуры предварительной проверки и выдачи разрешений для ряда категорий контента. Для международных компаний создана СЭЗ — Qatar Media City, однако ее резиденты обязаны соблюдать все требования катарского законодательства.

Возрастная классификация контента

Система цензуры и защиты репутации устанавливает ограничения для любого контента, распространяемого в регионе MENA. Это касается не только рекламы, но и фильмов, видеоигр, новостных материалов и публикаций в социальных сетях.

Несмотря на различия в законодательстве, в ОАЭ, Саудовской Аравии, Катаре и Омане действует схожий перечень категорий запрещенного контента, основанный на необходимости защиты государственной стабильности, религии и общественной морали.

Ключевые категории запрещенного контента в регионе MENA:

- | критика властей и государственных символов;
- | оскорбление религии, в частности ислама;
- | угроза национальной безопасности и единству;
- | контент, противоречащий общественной морали, включая наготу и темы ЛГБТК+;

| пропаганда запрещенных веществ;

| распространение ложных новостей.

Вместо полного запрета регуляторы часто применяют механизм возрастной классификации, позволяющий сегментировать контент и обеспечивать его доступ на рынок при условии ограничения для несовершеннолетних. Наиболее развитая и унифицированная система действует в ОАЭ, где Совет по СМИ применяет общий подход к классификации для фильмов, видеоигр, книг и комиксов. Введение в 2021 г. категории «21+» стало значимым шагом, позволившим демонстрировать фильмы в их оригинальной версии без цензурных правок. Следуя этому тренду, Саудовская Аравия в июне 2025 г. также ввела категорию «21+» для видеоигр. Это нововведение со стороны регулятора позволило официально выпустить в стране ранее запрещенные игры. Ярким примером такого сдвига стал выход игры Grand Theft Auto V, которая получила категорию «21+» и была допущена к продаже как в ОАЭ, так и в Саудовской Аравии с 17 июля 2025 г.

Однако присвоение категория «21+» не гарантирует допуска контента на рынок. Ей предшествует первичная проверка: контент, признанный нарушающим ключевые стандарты, блокируется еще на этапе лицензирования. Показательным примером является анимационный фильм «Базз Лайтер», который не получил возрастной рейтинг в регионе, поскольку сцена с поцелуем однополых персонажей была признана фундаментальным нарушением норм общественной морали.

Сфера видеоигр также находится под пристальным контролем, где запреты могут быть вынесены по самым разным основаниям. Так, игра Spec Ops: The Line была запрещена в ОАЭ за изображение Дубая в состоянии разрушения и хаоса, что было расценено как нанесение ущерба имиджу государства. Другим примером является игра Saints Row: The Third, заблокированная в ОАЭ за многочисленные нарушения норм общественной морали, включая демонстрацию насилия, употребление наркотиков и откровенный контент.

Законы о киберпреступности на страже репутации, морали и религии

На Западе диффамация — это гражданско-правовое нарушение, в то время как в странах MENA она считается уголовным преступлением, карается штрафами и лишением свободы. Для преследования по таким делам активно используются законы о борьбе с киберпреступностью.

ОАЭ

Статья 44 Федерального декрета-закона № 34 от 2021 г. «О борьбе со слухами и киберпреступностью» криминализирует использование компьютерных сетей для оскорбления лица или распространения о нем порочащих сведений, которые могут подвергнуть его общественному презрению или наказанию.

Саудовская Аравия

Согласно ст. 6 Закона «О борьбе с киберпреступностью» (2007 г.) уголовно наказуемым является создание или распространение любой информации, наносящей ущерб общественному порядку, религиозным ценностям или общественной морали.

Катар

В 2022 г. в Закон от 2014 г. № 14 «О борьбе с киберпреступностью» была внесена статья 8 (bis), ужесточающая ответственность. Под запрет попала публикация изображений или видео людей без их согласия, даже если съемка велась в общественном месте.

Оман

Статья 16 Закона «О борьбе с киберпреступностью» (2011 г.) предусматривает наказание за производство или распространение с использованием информационных технологий материалов, нарушающих общественную мораль или религиозные ценности.

Таким образом, законы о киберпреступности в регионе активно используются для защиты репутации, общественной морали и частной жизни, формируя строгие правовые рамки для высказываний в цифровом пространстве.

Защита брендов: регистрация и правоприменение

Правовая система стран MENA обеспечивает надежную защиту брендов, основанную на обязательной государственной регистрации прав интеллектуальной собственности. Для упрощения этого процесса ОАЭ, Оман и Катар присоединились к Мадридской системе, что позволяет правообладателям подавать единую международную заявку. В то же время Саудовская Аравия (по состоянию на сентябрь 2025 г.) не является участницей соглашения, поэтому защита бренда на ее территории требует отдельной национальной регистрации. Переход ОАЭ на мультиклассовую систему регистрации товарных знаков (Федеральный декрет-закон от 2021 г. № 36), хотя и согласуется с международной практикой, на деле может приводить к задержкам. Возникновение у ведомства вопросов по одному из классов блокирует всю заявку, поэтому для ускорения регистрации критически важных элементов часто рекомендуется использовать классические одноклассовые заявки.

Важно понимать, что унифицированный Закон «О товарных знаках государств — членов Совета сотрудничества арабских государств Персидского залива» (GCC Trademarks Law), который действует во всех четырех рассматриваемых странах, не вводит единого бренда или окна для регистрации. Каждая заявка должна подаваться и рассматриваться на национальном уровне в соответствующем патентном ведомстве.

Законодательство об авторском праве в регионе в целом гармонизировано с международными стандартами, в частности с Бернской конвенцией, и обеспечивает охрану

программного обеспечения, видеоигр, аудиовизуальных и иных произведений

* * *

Анализ законодательства ОАЭ, Саудовской Аравии, Катара и Омана показывает, что при общей культурно-правовой основе в регионе сложились различные модели регулирования. Самой современной является кодифицированная модель, реализованная в ОАЭ и Омане, где приняты комплексные законы о СМИ, охватывающие цифровой контент.

ОАЭ демонстрируют наиболее гибкий подход, направленный на баланс между глобальными стандартами и традиционными ценностями. На фоне рассматриваемых стран Саудовская Аравия остается самой консервативной юрисдикцией, в то время как Катар и Оман занимают промежуточную позицию. В сфере защиты интеллектуальной собственности все четыре страны имеют развитую систему регистрации товарных знаков. Однако ключевым различием является членство в Мадридской системе, куда не входит Саудовская Аравия. Уникальным преимуществом ОАЭ остается наличие СЭЗ с собственным правовым режимом в области интеллектуальной собственности. Например, Дубайский международный финансовый центр (Dubai International Financial Centre) принял собственный Закон «Об интеллектуальной собственности».

Регуляторный ландшафт MENA — это система, где экономический прагматизм сосуществует со строгим контролем, основанным на культурных и религиозных ценностях. Эффективная работа на этих рынках требует не только формального соблюдения законов, но и глубокого понимания культурного контекста и уникальной регуляторной модели каждой страны.



Антон
Карпенко

руководитель проектов FUTURA Law



Вячеслав

Тамулевичюс юрист FUTURA Law

СТАТЬИ