

УДК 340.116

## КЛАССИФИКАТОР ПРАВОВЫХ АКТОВ

**Г.Н. Захаров**

ФГБОУ ВО «Тверской государственный университет»

В статье рассматривается законодательное закрепление и значение классификатора правовых актов. Автор приходит к выводу, что использование общеправового классификатора отраслей законодательства для отнесения правовых вопросов к той или иной отрасли законодательства является недопустимым.

*Ключевые слова:* классификатор правовых актов, законодательство, Конституционный Суд.

Для унификации информации используют различного рода классификаторы, которые применяются в целях удобства сбора, передачи, обработки, поиска, сортировки, группировки конкретных данных. Классификаторы существуют в различных сферах человеческой деятельности, однако особое место они занимают в формировании правовой информации.

Появление правовых классификаторов связано с Указом Президента РФ от 16 декабря 1993 г. № 2171 «Об общеправовом классификаторе отраслей законодательства»<sup>1</sup>, подписанным практически сразу после принятия Конституции РФ, что свидетельствует о его значении для юридической действительности того периода времени.

Основной целью создания Общеправового классификатора отраслей законодательства являлась унификация формирования эталонных банков данных правовой информации. При этом всем органам государственной власти, органам государственной власти субъектов Российской Федерации, органам местного самоуправления, прокуратуре необходимо было использовать Общеправовой классификатор отраслей законодательства при автоматизированном обмене правовой информации.

Учитывая то, что в момент принятия первого классификатора законодательство Российской Федерации находилось на стадии своего формирования, на практике стали возникать вопросы правильного использования Общеправового классификатора отраслей законодательства, его

---

<sup>1</sup> СЗ РФ. 1993. № 51. Ст. 4936.

места в системе действующего законодательства и значения при разграничении отраслей российского права.

В этом отношении показательным представляется постановление Конституционного Суда Российской Федерации от 04.03.1997 г. № 4-П о проверке конституционности ст. 3 Федерального закона от 18 июля 1995 г. «О рекламе»<sup>2</sup>. Поводом к рассмотрению дела явились запросы Законодательного Собрания Омской области и Московской городской Думы о проверке конституционности ст. 3 названного закона. Основанием к рассмотрению дела явилась обнаружившаяся неопределенность в вопросе о том, соответствуют ли ее положения Конституции РФ. Конституционный Суд РФ установил: «Согласно статье 3 Федерального закона “О рекламе” законодательство Российской Федерации о рекламе состоит из данного Федерального закона и принятых в соответствии с ним иных федеральных законов. Отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы, могут регулироваться также указами Президента Российской Федерации, нормативными правовыми актами Правительства Российской Федерации и нормативными правовыми актами федеральных органов исполнительной власти, издаваемых в соответствии с данным Федеральным законом. Московская городская Дума в своем запросе исходит из того, что законодательство о рекламе не упомянуто ни в статье 71 Конституции Российской Федерации (предметы ведения Российской Федерации), ни в статье 72 (предметы совместного ведения Российской Федерации и ее субъектов), и, следовательно, рекламная деятельность может регулироваться нормативными актами субъектов Российской Федерации. Поскольку статья 3 Федерального закона “О рекламе” не предусматривает возможность издания субъектами Российской Федерации нормативных актов по вопросам, урегулированным этим законом, заявитель полагает, что названная статья не соответствует Конституции Российской Федерации. По мнению Законодательного Собрания Омской области, законодательство о рекламе относится к законодательству о культуре (как это было определено общеправовым классификатором отраслей законодательства), и поэтому в силу статьи 72 (пункт «е» части 1) Конституции Российской Федерации является предметом совместного ведения Российской Федерации и ее субъектов; следовательно, в сфере отношений, урегулированных Федеральным законом “О рекламе” субъекты

---

<sup>2</sup> Постановление Конституционного Суда РФ «По делу о проверке конституционности статьи 3 Федерального закона от 18 июля 1995 года “О рекламе”» от 04.03.1997 г. № 4-П // СЗ РФ. 1997. № 11. Ст. 1372.

Российской Федерации могут принимать собственные законодательные акты»<sup>3</sup>.

Представляется, что смысл ст. 3 Федерального закона «О рекламе» не может быть уяснен вне связи с предметом регулирования, целями и сферой применения этого закона.

Названный закон, согласно п. 1 ст. 1, регулирует отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы на рынках товаров, работ, услуг Российской Федерации, включая рынки банковских, страховых и иных услуг, связанных с использованием денежными средствами граждан (физических лиц) и юридических лиц, а также рынки ценных бумаг. Из п. 3, 4 и 5 ст.1 данного закона также следует, что закон направлен на регулирование правовых отношений по производству, размещению и распространению рекламы. В соответствии со ст. 4 реклама может полностью или частично являться объектом авторского права и смежных прав.

Исходя из анализа законодательства о рекламе, представляется, что отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы, по своей природе являются гражданско-правовыми. Они возникают при осуществлении предпринимательской деятельности, в данном случае предпринимательской деятельности по производству, размещению и распространению рекламы, и в соответствии со ст. 2 ГК РФ должны регулироваться гражданским законодательством. Именно гражданское законодательство определяет правовое положение участников гражданского оборота, основания возникновения и порядок осуществления права собственности и других вещных прав, исключительных прав на результаты интеллектуальной деятельности (интеллектуальной собственности), регулирует договорные и иные обязательства, а также другие имущественные и связанные с ними личные неимущественные отношения, основанные на равенстве, автономии воли и имущественной самостоятельности их участников.

Следовательно, в рассматриваемом аспекте законодательство о рекламе и иные нормативные правовые акты, которые стали предметом рассмотрения Конституционного Суда РФ, призваны регулировать именно отношения, возникающие в процессе производства, размещения и распространения рекламы, которые являются предметом гражданского законодательства.

Конституция Российской Федерации относит гражданское законодательство к ведению Российской Федерации (п. «о» ст. 71); по предме-

---

<sup>3</sup> Там же.

там ведения Российской Федерации принимаются федеральные конституционные законы и федеральные законы, имеющие прямое действие на всей территории Российской Федерации (ч. 1 ст. 76). Следовательно, законодательство о рекламе, регулирующее гражданско-правовые отношения в сфере рекламной деятельности, не может находиться ни в совместном ведении Российской Федерации и ее субъектов, ни в ведении субъектов Российской Федерации, и последние не вправе осуществлять собственное правовое регулирование в этой сфере.

Таким образом, поскольку в ст. 3 ФЗ «О рекламе» речь идет о нормативно-правовых актах, которые регулируют отношения, являющиеся предметом гражданского законодательства, данная статья соответствует Конституции Российской Федерации с точки зрения разграничения предметов ведения между Российской Федерацией и ее субъектами.

Представляется, что «использование общеправового классификатора отраслей законодательства для отнесения правовых вопросов к той или иной отрасли законодательства является недопустимым. Классификатор подготовлен в целях унификации формирования эталонных банков данных правовой информации, используется при автоматизированном обмене правовой информацией и постоянно актуализируется, о чем свидетельствует его последняя редакция, относящая рекламу к законодательству по общим вопросам хозяйственной деятельности»<sup>4</sup>. При подготовке правовых классификаторов, бесспорно, учитываются критерии деления права на отрасли, вместе с тем ссылка только на классификатор без учета предмета правового регулирования, целей и сферы действия норм права, регламентирующих соответствующие правоотношения, не является достаточным основанием для отнесения конкретных правоотношений к той или иной отрасли права.

В заключении хотелось бы отметить, что на рубеже веков велась большая научная деятельность по классификации правовых актов, в которой принимали участие выдающиеся эксперты в области права. Итогом этой работы явилось создание первого и второго варианта классификатора правовых актов и заключения экспертов на него<sup>5</sup>. Правовое закрепление этой работы зафиксировано в Указе Президента Российской Федерации «О классификаторе правовых актов»<sup>6</sup>, который отме-

---

<sup>4</sup> СЗ РФ. 1997. № 11. Ст. 1372.

<sup>5</sup> Правовая Россия. Материалы по классификации от 30.03. 2000 г. № МКПА-0. URL: <http://lawru.info/dok/2000/03/30/n396515.htm>.

<sup>6</sup> СЗ РФ. 2000. № 12. Ст. 1260. (в редакции указов Президента РФ от 05.10.2002 г. № 1129; от 28.06.2005 г. № 736).

нил ранее действовавший Общеправовой классификатор отраслей законодательства, ввел классификатор правовых актов, а также расширил цели создания: унификация банков правовой информации и обеспечения автоматизированного обмена правовой информацией между федеральными органами государственной власти, органами государственной власти субъектов Российской Федерации, органами прокуратуры Российской Федерации и органами местного самоуправления.

Представляется, что актуализация правовых классификаторов должна вестись постоянно, учитывая все изменения законодательства, в результате которых правоотношения выходят из сферы действия одной отрасли права и становятся предметом другой.

#### **Список литературы**

1. Указ Президента РФ от 16 декабря 1993 г. № 2171 «Об общеправовом классификаторе отраслей законодательства» // СЗ РФ. 1993. № 51. Ст. 4936.

2. Указ Президента РФ от 15.03.2000 г. № 511 «О классификаторе правовых актов» // СЗ РФ. 2000. № 12. Ст. 1260.

3. Постановление Конституционного Суда РФ «По делу о проверке конституционности статьи 3 Федерального закона от 18 июля 1995 г. "О рекламе"» от 04.03.1997 г. № 4-П // СЗ РФ. 1997. № 11. Ст. 1372.

4. Первый и второй варианты классификатора правовых актов и заключения экспертов на него. Правовая Россия. Правовая Россия. Материалы по классификации от 30.03. 2000 г. № МКПА-0. URL: <http://lawru.info/dok/2000/03/30/n396515.htm>.

## **QUALIFIER OF LEGAL ACTS**

**G.N. Zakharov**

Tver State University

In this article the author analyses a legislative fixing of a qualifier of legal acts. The author thinks that the qualifier cannot be used for determination branches of law.

**Keywords:** *qualifier of legal acts, legislation, Constitutional Court*

*Об авторе*

ЗАХАРОВ Георгий Николаевич – кандидат юридических наук, доцент кафедры гражданского процесса и правоохранительной деятельности Тверского государственного университета (170100, г. Тверь, ул. Желябова, 33), e-mail: george7878@mail.ru

ZAKHAROV Georgy - PhD, associate professor of civil procedure and law enforcement Tver State University (170100, Tver, ul. Zhelyabova, 33), e-mail: george7878@mail.ru

Захаров Г.Н. Классификатор правовых актов // Вестник ТвГУ. Серия: Право. 2015. № 3. С. 20 – 25.