

image not found or type unknown



На сегодняшний день дать полное определение понятия «реклама» достаточно сложно. Под рекламой в юридической литературе понимается - информация, распространяемая любым способом, в любой форме и с использованием любых средств, адресованная неопределенному кругу лиц и направленная на привлечение внимания к объекту рекламирования, формирование или поддержание интереса к нему и его продвижение на рынке; согласно Федеральному закону «О рекламе» от 13.03.2006 N 38-ФЗ (далее- ФЗ «О рекламе»).

С экономической точки зрения реклама - источник информации, который нацелен на повышение объемов продаж, стимулирование конкуренции и появление новых товаров, улучшение качества товаров и снижение цен. Также следует отметить, что реклама - это не только информация, но также и субъекты, и объекты рекламной деятельности, и их отношения. Например, в ФЗ «О рекламе» можно увидеть, что одна из основных целей данного закона является защита субъектов от недобросовестной конкуренции в области рекламы, предотвращение появления ненадлежащей рекламы и предотвращение негативных последствий, которые могут быть ею вызваны.

Основная проблематика закона связана с тем, что реклама в настоящее время развивается очень быстро в связи с новыми технологиями и желаниями потребителя. Следовательно, закон не в силах дать полную защиту всем субъектам данной сферы. В связи с этим считаю целесообразным дать правовую классификацию отдельных видов рекламы в зависимости от содержания, территориального распространения и иных факторов. В последствии, при появлении новых видов рекламной деятельности их можно будет сопоставить с основной классификацией через специальные требования к рекламе.

В настоящее время ФЗ «О рекламе» и иные нормативно-правовые акты можно считать «недоработанными» в связи с тем, что рекламное законодательство Российской Федерации не является совершенным для использования определенных этических приемов и методов. Также остается открытым вопрос о контроле рекламы в сети интернет.

Возникает вопрос, все ли охватывают требования, предъявляемые к рекламе согласно законодательству?

Реклама в интернете является одним из самых стремительно развивающихся способов ее распространения. Реклама, распространяемая по средствам сети интернет также является наиболее эффективным способом для привлечения клиентов и рекламы товаров и услуг. Необходимость контроля такой данной отрасли сподвигла законодателей во всем мире к созданию специальных норм регулирующих рекламную деятельность и отношения, возникающие на ее фоне в сети интернет. Практическое отсутствие регулирования данного вида рекламы у нас в стране порождает множественные нарушения законодательства.

Проанализировав данную проблему можно прийти к выводу, что правовое регулирование рекламной деятельности остается несовершенным. Федеральный закон «О рекламе», несмотря на многократные редакции, все еще не в полной мере отвечает ожиданиям отечественных рекламистов. Также складывается мнение, что ФЗ «О рекламе» был создан для защиты интересов только лишь рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей, интересы потребителя стоят на последнем плане. Требуется совершенствование законодательства для достижения положительных результатов в этой отрасли и защиты интересов всех участников данных отношений.