Арзамасцев Алексей Леонидович

Правовой режим рекламы по действующему законодательству

Цель работы:

Выявление значения рекламы для предпринимательской деятельности, определение способов ее распространения и перспектив их развития.

Правовой режим рекламы

- Правовым режимом рекламной деятельности является специфический порядок ее регулирования, который выражается в определенном сочетании юридических средств и методов, создающих условия благоприятной (или неблагоприятной) правовой среды для удовлетворения интересов субъектов рекламной деятельности.
- В рекламной деятельности правовой режим включает в себя комплекс общественных отношений, закрепленных юридическими нормами и обеспеченных совокупностью юридико-организационных средств, с целью определения социального режима объекта, с одной стороны, а с другой - правовых принципов, форм и методов, прав и обязанностей ее субъектов.

Структура правового режима рекламной деятельности

- цели и предназначение режима, которые направлены на обеспечение законных прав и интересов субъектов рекламной деятельности;
- распределение прав и обязанностей между субъектами рекламной деятельности;
- систему органов управления рекламной деятельностью, порядок их функционирования и взаимодействия;
- полномочия саморегулирующихся общественных организаций в области обеспечения правового режима рекламной деятельности;
- нормативное регулирование, надзор и контроль за рекламной деятельностью, что составляет основу этого режима;
- регламентацию видов деятельности в сфере рекламы и меры предупреждения и пресечения нарушений в ней.

Способы размещения рекламы

- Реклама, размещаемая на телевидении;
- Реклама, размещаемая в печатных изданиях;
- Реклама, размещаемая на радио;
- Размещение наружной рекламы;
- Размещение рекламы на транспорте;
- Особенности рекламы в информационно-телекоммуникационной сети "Интернет".

Особенности рекламы в сети "Интернет"

- Правовой режим, в котором находятся субъекты правоотношений сети Интернет, особенный.
- Нормы, содержащие специальные положения о распространении рекламы в сети Интернет, в законе о рекламе отсутствуют.
- До настоящего времени правила оказания услуг связи в сети Интернет Правительством Российской Федерации не приняты.

Предложение

- Представляется необходимым внести в закон о рекламе нормы о нежелательной рекламе с помощью информационно-телекоммуникационной системы "Интернет": рассылка рекламной информации по электронной почте должна осуществляться только после того, как адресат выразит однозначное согласие на ее получение, такая рассылка также должна сопровождаться указанием на то, что сообщение является рекламным, и возможностью отказаться от ее получения в дальнейшем.