

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/statya/42677>

Тип работы: Статья

Предмет: Юриспруденция

-

САМОРЕГУЛИРОВАНИЕ В СФЕРЕ РЕКЛАМЫ

Аннотация. В настоящее время возросло значение рекламы, оказывающей существенное влияние на продвижение товаров и услуг на рынке и формирование потребительского спроса. Законодательство о рекламе определяет основы саморегулируемых организаций в сфере рекламы, права, обязанности и ответственность. В то же время в статье приводятся примеры направлений, которым саморегулируемым организациям следует уделить внимание – проблема скрытой рекламы с недобросовестными приёмами. Ключевые слова: реклама, закон, товар, деятельность, рекламный, саморегулирование, организация, требование, сфера, образ

Annotation. Currently, the importance of advertising has increased, which has a significant impact on the promotion of goods and services in the market and the formation of consumer demand. The legislation on advertising defines the basis of self-regulatory organizations in the field of advertising, rights, duties and responsibilities. At the same time, the article provides examples of areas that self-regulatory organizations should pay attention to-the problem of hidden advertising with unfair practices.

Keywords: advertising, law, product, activity, advertising, self-regulation, organization, requirement, sphere, image

В 2006 году был принят специальный Федеральный Закон «О рекламе» с изменениями и дополнениями действующий в настоящее время. Таким образом, была создана законодательная база, позволяющая регулировать отношения в сфере рекламы и рекламной деятельности. В статье 3 ФЗ «О рекламе» определено понятие «реклама», под этим понимается «... информация, распространенная 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». Закон содержит общие положения и требования, предъявляемые к рекламе, определяет особенности отдельных способов ее распространения, устанавливает требования, предъявляемые к рекламированию отдельных товаров и услуг, содержит нормы о саморегулировании рекламной деятельности, а также о государственном надзоре в этой сфере и ответственности за нарушение законодательства о рекламе. [1]

Основные требования к рекламе установлены ст.5 Закона о рекламе:

1. Рекламное объявление должно содержать добросовестную и подлинную информацию;
2. Недобросовестной рекламой признается то объявление, которое: включает некорректные сравнения; порочит честь, достоинство или деловой престиж лица или рекламирует запрещенные товары и услуги;
3. П 3 ст 5 Закона о рекламе. Ложной и сомнительной рекламой признается то объявление, которое содержит несоответствующую действительности информацию: всех свойств и характеристик товара, включая срок годности, состав, имя производителя, потребительских характеристик; об ассортименте и комплектации товара; стоимости товара, процедуры оплаты, размере скидок и тарифов; о принципах и условиях доставки; о рекомендации физических или юридических лиц относительно предлагаемого товара; о положительных результатах исследования и испытания; о фактическом размере спроса товара и об объеме производства;
4. Анонс не должен подталкивать людей к совершению противоправных действий, к насилию и жестокости или формировать у граждан РФ негативное отношение к лицам, которые не пользуются соответствующими товарами или услугами;
5. П 5 статьи 5. Согласно настоящему Федеральному закону, в рекламе не допускается: применение иностранных слов и выражений; указание того, что данный товар был одобрен службами общегосударственного правления и службами областного самоуправления. Также строго запрещена: публичная демонстрация процессов курения и потребления алкогольной продукции; применение образов медицинских и фармацевтических сотрудников; указание того, что соответствующий товар был создан на основе тканей эмбриона человека; указание на то, что данный товар обладает лечебными свойствами и способен излечить человека от болезни;

6. ФЗ о рекламе ст 5 ч 6, в тексте которой содержится информация о том, что в анонсе не допускается использование бранных высказываний, неприличных и оскорбительных образов, сравнения и выражения относительно пола, профессии, расы и национальности народов РФ;
7. Не может быть представлен анонс, в котором отсутствует часть основной информации о рекламируемом товаре, об условиях его приобретения или применения;
8. Согласно требованиям, в анонсе не должны быть представлены данные, которые не зарегистрированы Федеральным законом № 38 или другими нормативными актами;
9. С 5 п 9. В радио-, теле-, видео-, аудио- и кинопродукции нельзя использовать скрытую рекламу, которая способна оказывать влияние на сознание потенциальных потребителей;
10. Нельзя размещать рекламу на учебниках в образовательных учреждениях, которые предназначены для обучения в начальных и средних классах;
11. При разработке, размещении и публикации рекламы должны быть соблюдены нормы и требования законодательства РФ.
12. Саморегулируемой организацией в рекламной сфере является объединение рекламодателей, рекламопроизводителей, рекламораспространителей и иных лиц, созданное в форме ассоциации, союза или некоммерческого партнерства в целях представительства и защиты интересов своих членов, выработки требований соблюдения этических норм в рекламе и обеспечения контроля за их выполнением.

Список использованной литературы

1. Закон Российской Федерации от 27.12.1991 №2124-1 «О средствах массовой информации» (ред. от 03.07.2016) // [Электронный ресурс] URL: <http://base.garant.ru/10164247/>
2. Федеральный закон от 1 декабря 2007 г. №315-ФЗ «О саморегулируемых организациях».
3. Кирилловых А. А. Правовые аспекты саморегулирования в рекламной деятельности //Законодательство и экономика. - 2013. - № 1. - С. 33.
4. Орлов К. Пропаганда и скрытая реклама через схожие образы http://orkonsbook.blogspot.ru/p/blog-page_4.html
5. Печерников Д. Обыкновенный франшизм http://contrlist.ucoz.ru/index/obyknovennyj_franshizm/0-1169

Эта часть работы выложена в ознакомительных целях. Если вы хотите получить работу полностью, то приобретите ее воспользовавшись формой заказа на странице с готовой работой:

<https://stuservis.ru/statya/42677>