

Секция «Юриспруденция»

Защита прав граждан, нарушенных рекламой

Нигматуллина Аделя Рамилевна

Студент

*Саратовская государственная академия права, Институт прокуратуры, Саратов,
Россия*

E-mail: nigmatullinaadelya@yandex.ru

На сегодняшний день каждый производитель старается преподнести потребителю свой товар с наиболее выгодного ракурса, чем его конкурент. Достижению этой цели способствует реклама. Данную сферу деятельности регулируют такие Федеральные Законы как ФЗ «О рекламе» и ФЗ «О защите прав потребителей». При этом «рекламщики» не редко идут на хитрости, тем самым нарушая права и законные интересы неопределенного круга лиц.

Можно рассмотреть такой пример. Продавец в своей рекламе предлагает купить товар за определенную цену, указывая при этом на то, что покупатель при покупке товара получит подарок. Таким образом продавец вынуждает покупателя купить не только товар, но и «подарок»[1]. Тем самым нарушается ч.2 ст.16 ФЗ «О защите прав потребителей». Действия продавца в данном случае можно расценивать как недостоверную рекламу. В соответствии с ФЗ «О рекламе», недостоверной признается реклама, которая содержит не соответствующие действительности сведения: о стоимости или цене товара, порядке его оплаты, размере скидок, тарифов и других условиях приобретения товара[2]. В связи с этим, на основании ст. 46 Закона «О защите прав потребителей», федеральные органы исполнительной власти, органы местного самоуправления, общественные объединения вправе предъявить иск в суд о признании действий продавца противоправными в отношении неопределенного круга потребителей и о прекращении этих действий. В соответствии со ст. 45 ГПК РФ прокурор может предъявить аналогичный иск.

В ФЗ «О Рекламе» действует другой порядок защиты прав неопределенного круга лиц, нарушенных такой рекламой. В данном законе предусмотрены полномочия антимонопольного органа на осуществление государственного контроля в данной сфере деятельности. При этом антимонопольный орган предупреждает, выявляет и пресекает нарушения физическими или юридическими лицами законодательства Российской Федерации о рекламе, возбуждает и рассматривает дела по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Что касается судебного порядка защиты нарушенных прав неопределенного круга лиц, то антимонопольный орган вправе предъявлять в суд или арбитражный суд иски о запрете распространения рекламы, осуществляемого с нарушением законодательства Российской Федерации о рекламе и предъявлять в суд или арбитражный суд иски о публичном опровержении недостоверной рекламы (контррекламе) в случае, предусмотренном частью 3 статьи 38 Федерального закона «О рекламе». Порядок такого обращения предусмотрен ст.46 ГПК РФ.

Также ФЗ «О рекламе» предусматривает, что лица, права и интересы которых нарушены в результате распространения ненадлежащей рекламы, вправе обращаться в установленном порядке с исками о возмещении убытков, включая упущенную выгоду,

о возмещении вреда, причиненного здоровью физических лиц и (или) имуществу физических или юридических лиц, о компенсации морального вреда, о публичном опровержении недостоверной рекламы (контррекламе). В данном случае порядок такого обращения будет регулироваться нормами искового производства, закрепленными в ГПК РФ.

При этом антимонопольная служба может вступать в процесс на основании ст.47 ГПК РФ – для дачи заключения по делу.

На сегодняшний день существуют различные способы защиты прав граждан, нарушенных рекламой. Для того чтобы воспользоваться одним из них, лица должны знать российское законодательство, регулирующее общественные отношения в данной сфере.

[1] http://www.zakон.ru/pravovaya_informaciya/articles/grazhdanskoe_i_dogovornoe_pravo

[2] См.: Федеральный закон от 13.02.2006 38-ФЗ (ред. от 27.12.2009) «О рекламе»././ СЗ РФ. 2006 12. ст.1232; 2006 51 (1 ч.). ст.5497; 2007. 30. Ст.3807; 2007. 49. ст.6071; 2009 52 (1ч.). ст.6430.

Литература

1. zakon.ru: http://www.zakон.ru/pravovaya_informaciya/articles/grazhdanskoe_i_dogovor