

Первая форма является упрощенной по отношению к исковому производству, поскольку она возможна, когда между сторонами (заявителем и должником) отсутствует спор о праве. Заявление о вынесении судебного приказа подается в письменной форме мировому судье по месту нахождения работодателя. В случае отсутствия оснований для отказа в принятии заявления судья в течение трех дней со дня поступления заявления выносит определение о возбуждении приказного производства, и в пятидневный срок выносит судебный приказ. Копия судебного приказа высылается должнику, который в течение 10 дней имеет право представить возражения относительно его исполнения. В случае, если в суд в установленный срок от должника не поступят возражения, судья выдает взыскателю второй экземпляр судебного приказа, который имеет силу исполнительного листа. По просьбе взыскателя судебный приказ может быть направлен судом для принудительного исполнения судебному приставу-исполнителю.

Для возбуждения искового производства необходимо подать исковое заявление судье по месту нахождения ответчика (работодателя). Исковое заявление составляется в двух экземплярах. К заявлению необходимо приложить копии трудовой книжки, трудового договора, по возможности, справки о задолженности и иные документы, связанные с работой. После вынесения судебного решения и вступления его в законную силу судьей выдается исполнительный лист, который также может быть направлен для исполнения судебного решения судебному приставу-исполнителю.

В соответствии со ст. 45 Гражданского процессуального кодекса РФ, с заявлением в защиту прав, свобод и законных интересов граждан вправе обратиться прокурор в случае, если гражданин по состоянию здоровья, возрасту, недееспособности и другим уважительным причинам не может сам обратиться в суд. Прокуратура активно использует эту возможность.

Для улучшения ситуации с реализацией права на заработную плату необходимо активизировать работу инспекций по труду и проводить её совместно с прокуратурой и профсоюзами, осуществляющими общественный контроль в сфере социально-трудовых отношений.

Петкова Н.И., РГППУ¹

ИНТЕРНЕТ-РЕКЛАМА: ПРОБЛЕМЫ ЗАЩИТЫ ПРАВ ГРАЖДАН

Виртуальный мир в той или иной мере оказывает непосредственное воздействие на все сферы человеческой деятельности, в том числе и рекламу. Рассмотрение проблематики нарушения и защиты прав граждан в области виртуальной рекламы невозможно без предварительного уточнения понятия Интернет-рекламы.

У российского научного сообщества сегодня нет единого мнения относительно того, распространяется ли действующее законодательство о рекламе на Интернет-рекламу. Однако, обратившись к Федеральному закону «О рекла-

¹ Научный руководитель Левченко Ю.Ю.

ме», мы увидим, что он распространяет свое действие на отношения, возникающие в процессе производства, распространения и размещения интернет-рекламы¹. В частности, ст. 18 данного Закона устанавливает особенности правового регулирования рекламы, распространяемой по сетям электросвязи.

Исходя из всего перечисленного, можно сформулировать определение Интернет-рекламы – это информация о физическом или юридическом лице, товарах, идеях и начинаниях, которая предназначена для неопределенного круга лиц, призвана формировать или поддерживать интерес к этому юридическому или физическому лицу, товарам, идеям и начинаниям и распространяется в электронной форме посредством Интернета.

Сегодня существует очень много способов размещения Интернет-рекламы и ее видов, основными из которых являются текстовые блоки, баннеры, вставки. В Интернете реклама обычно размещается способом наложения, когда на экране пользователя часть места занимают рекламные носители совместно с запрашиваемой информацией.

Также широкое распространение получил, так называемый, спам, т.е. массовая рассылка посредством электронной почты различных сообщений, 50% из которых имеют рекламный характер. Таким образом, пользователи Интернета оказываются в такой ситуации, когда они обязаны оплачивать информацию, которую не заказывали. Особенно в невыгодном положении оказываются те, у кого оплата Интернет-услуг идет не за время, проведенное в сети, а за объем скачанной информации.

Вместе с тем, это явление является прямым нарушением гражданских прав. Это доказывает статья 13 Закона «О рекламе». Она устанавливает, что распространение рекламы по сетям электросвязи допускается только при условии предварительного согласия абонента или адресата на получение рекламы. При этом реклама считается распространенной без предварительного согласия абонента или адресата, если рекламораспространитель не докажет, что такое согласие было получено. По закону он обязан немедленно прекратить распространение рекламы в адрес лица, обратившегося к нему с таким требованием. Кроме того, не допускается использование сетей электросвязи для распространения рекламы с применением средств выбора и (или) набора абонентского номера без участия человека (автоматической рассылки, автоматического дозвонивания). Однако эти предписания пока плохо реализуются на практике. Российские граждане – пользователи Интернета не защищены от навязываемой информации. Более того, пользователи вынуждены сами приобретать и устанавливать дорогостоящее программное обеспечение для автоматического удаления такой рекламы. При этом нарушаются принципиальные положения гражданского законодательства об автономии воли участников гражданских правоотношений и свободе приобретения гражданских прав (ст. ст. 1 и 2 ГК РФ).

Если обратиться к зарубежному опыту такой защиты, то наиболее последовательно, хотя и не всегда эффективно, вопросы спама регламентируются

¹ Федеральный закон «О рекламе» от 13 марта 2006 г. № 38-ФЗ // Российская газета. 15 марта 2006 г.

в США. Трудности в правовом регулировании Интернет-рекламы возникают из-за ее определенной специфики, предопределены проблемами правового регулирования отношений в виртуальной среде в целом.

Возникает вопрос, виноват ли рекламодатель в том, что его реклама размещается очень неудобно для пользователя, ведь это наносит ущерб его репутации?

Причиной является то, что в договоре на оказание рекламных услуг в Интернете не фиксируются дополнительные условия. Также не достаточно ясна процедура привлечения к ответственности за Интернет-рекламу, не соответствующую законодательству РФ. Возникает вопрос, какие доказательства должен представить пользователь в суд: адреса сайтов или распечатки сайтов? Должен ли суд проверить эту информацию?

Указанные проблемы возникают по причине отсутствия комплексного акта, регламентирующего отношения по поводу Интернета. Представляется необходимым разработать основные требования к Интернет-рекламе, условия договора о ее размещении, ответственность за неправомерные действия (за направление пользователю незапрашиваемой информации). В составе требований нужно указать на обязательность указания в сообщении электронного адреса отправителя, чтобы получатель имел возможность отправить требование прекратить пересылку спама; обязательность специального однозначного обозначения рекламных сообщений.

Таким образом, остается надеяться, что российский законодатель обратит внимание на необходимость комплексного регулирования данных вопросов. Поскольку информация, в соответствии со ст. 128 ГК РФ, включена в число объектов гражданских прав, большая роль в развитии правового регулирования в этой сфере принадлежит гражданскому законодательству.

*Полушина О.С., УГТУ-УПИ*¹

**ЗАЩИТА ПРАВ ГРАЖДАН В РАМКАХ ОТНОШЕНИЙ
ПО СТРАХОВАНИЮ БАНКОВСКИХ ВКЛАДОВ**

С принятием Федерального закона от 23 декабря 2003г. №177-ФЗ «О страховании вкладов физических лиц в банках Российской Федерации» в России было введено обязательное страхование банковских вкладов, установлены правовые, финансовые и организационные основы системы обязательного страхования банковских вкладов, определены права и обязанности её участников. Прошло более четырех лет с момента вступления в силу этого федерального закона. Российская система страхования вкладов завершила этап организационного становления и можно утверждать, что во многом благодаря её функционированию в последние годы отмечается устойчивый рост доверия населения к банкам. Вместе с тем практика применения закона выявила ряд проблем, требующих законодательного разрешения.

¹ Научный руководитель Шаблова Е.Г.