**Как бороться с назойливой рекламой**

В современном мире бок о бок со всеми преимуществами информационных технологий идет и оборотная сторона цифровизации – все большее внимание потребителей стараются привлечь производители товаров и услуг, для чего активно используют рекламные возможности и технологии.

Если раньше среди основных способов распространения рекламы выделялись телевизионные каналы и передачи, а также уличные рекламные конструкции, то в последнее время широкое распространение получило размещение рекламы на различных интернет-ресурсах, в социальных сетях, многим гражданам реклама распространяется посредством смс-сообщений и звонков на мобильные телефоны.

Причем в отдельных случаях реклама приобретает действительно навязчивый и даже назойливый характер, создает неудобства в пользовании услугами связи. Между тем законом установлены определенные требования к распространению рекламы, и за нарушение прав граждан может последовать ответственность.

В частности, Федеральный закон от 13.03.2006 № 38-ФЗ «О рекламе» в числе прочего устанавливает, что реклама должна быть добросовестной и достоверной, а за нарушение законодательства о рекламе Кодексом Российской Федерации об административных правонарушениях установлена ответственность: для юридических лиц размеры штрафов за нарушения законодательства в этой сфере могут исчисляться сотнями тысяч рублей.

Статьей 18 Федерального закона «О рекламе» предусмотрено, что распространение рекламы по сетям электросвязи, в том числе телефонной, допускается только при условии предварительного согласия абонента на получение рекламы. Гражданам рекомендуется внимательно изучать договор на оказание соответствующих услуг мобильной связи, поскольку нередко операторы включают в текст договора соответствующие условия о согласии на получение рекламных сообщений, в том числе от третьих лиц.

Впрочем, даже при наличии в договоре названного условия, абонент может обратиться к оператору с заявлением об отказе получать на свой мобильный телефон рекламные сообщения. А если оператор связи должных мер к прекращению рекламных рассылок и звонков не примет, оценка его действий (бездействия) может быть дана по жалобе гражданина Федеральной антимонопольной службой, которая в силу закона осуществляет государственный контроль (надзор) в сфере рекламы и уполномочена на возбуждение и рассмотрение дел по признакам нарушения законодательства Российской Федерации о рекламе.

Для удобства граждан на официальном сайте Федеральной антимонопольной службы (fas.gov.ru) предусмотрены соответствующие формы обращений по фактам поступления спам-рекламы как к операторам сотовой связи, так и непосредственно в антимонопольный орган.