



УДК 340.1

*Андрухів Олег Ігорович,
кандидат юридичних наук, доцент,
доцент кафедри теорії та історії держави і права
Івано-Франківського університету права
імені Короля Данила Галицького*



РОЗВИТОК ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ПРОПАГУВАННЯ ТВЕРЕЗОГО СПОСОБУ ЖИТТЯ ТА РЕКЛАМИ АЛКОГОЛЬНИХ НАПОЇВ В УКРАЇНІ

У статті здійснено аналіз чинного українського законодавства з питань пропагування тверезого способу життя та реклами алкогольних напоїв. Також проаналізовано міжнародні документи у даній сфері та історичні передумови, які вплинули на сучасний стан законодавства щодо регулювання пропагування тверезого способу життя і реклами алкогольних напоїв. Встановлено, що неналежним чином виконують окремі положення ст. 15-1 Закону України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових напоїв». А також, суттєво порушуються положення Закону України «Про рекламу» при рекламуванні алкогольних напоїв.

Ключові слова: *тверезе життя, реклама, алкогольні напої, правове регулювання.*

Постановка проблеми. Питання пропагування тверезого способу життя та реклами алкогольних напоїв є досить актуальною для українського суспільства в сьогоденні, оскільки за даними Всесвітньої організації охорони здоров'я наша держава посідає 5-те місце у світі по вживання алкоголю з показником 15,6 л. на душу населення на рік (при твердженні, вживання понад 8 л. на душу населення на рік веде до деградації нації).

Аналіз останніх досліджень і публікацій. В історичному аспекті питання тверезництва на території України в період кінця XIX – початку XX століття на монографічному рівні досліджував Б.Савчук. Також варта уваги праця В. Похльобкіна «История водки». У 2015 році появилось дисертаційне дослідження В. Бойка «Державно-правове регулювання виробництва, збуту і споживання алкоголю: історико-правове дослідження». Над питанням законодавчого та нормативного забезпечення діяльності з формування здорового способу життя працювали О. Вакуленко, Л. Жаліло, Н. Комарова, Р. Левін, І. Солоненко, О. Яременко та ін. Однак, проблемні питання правового регулювання пропагування тверезого способу життя та реклами алкогольних напоїв в Україні у даних працях не розкрито.

Постановка завдання. Завданням статті є аналіз чинного українського законодавства з питань регулювання пропагування тверезого способу життя та реклами алкогольних напоїв, а також з'ясування причин неналежного регулювання на сучасному етапі.

Виклад основного матеріалу дослідження. Історично склалося так, що українське суспільство протягом тривалого часу вживає алкогольні напої, зазнаючи від цього значної



шкоди. Так, за свідченнями Літопису Руського, Володимир Великий говорив, що веселощі Русі – це пити, а Володимир Мономах у повчаннях дітям вже застерігав: «Лжі бережіться, і п'янства, і блуду, бо всьому душа погибає і тіло» [10].

На сьогодні, за даними Всесвітньої організації охорони здоров'я (далі – ВООЗ), наша держава посідає 5-те місце з показником 15,6 л. на душу населення (прибл. 604,5 млн. літрів чистого спирту) [3]. В грошовому еквіваленті за підрахунками громадської організації «Твереза Україна», населення України за рік пропиває понад 150 млрд. гривень [20].

Прослідкувати усі негативні побічні наслідки від вживання алкоголю населенням є досить складно, однак відомо, що за даними тієї ж ВООЗ вживання алкоголю є причиною майже 4% усіх смертей у світі, що перевищує смертність від СНІДу, туберкульозу та війн [1, с. 1]; під впливом алкоголю в Україні вчиняються 40-45 % усіх злочинів, а тяжких та особливо тяжких – 70-80% [2].

Особливо небезпечною є ситуація із вживанням алкогольних напоїв у дитячому віці. Україна посідає перше місце в світі за дитячим алкоголізмом, 40% відсотків дітей споживають алкогольні напої [18].

У розробленому під керівництвом головного нарколога МОЗ України А. Вієвського проекті Концепції (основах) державної політики України щодо алкоголю та наркотиків зазначено, що алкоголь та наркотики:

- викликають велику кількість захворювань та призводять до збільшення смертності (особливо за рахунок передчасних смертей), що лягає важким тягарем на систему охорони здоров'я і суспільство в цілому;
- обумовлюють вагомий частку дорожніх пригод, є важливим фактором і причиною нещасних випадків у побуті та на виробництві;
- пов'язані з багатьма проблемами охорони суспільного порядку, включаючи злочини, насильства та самогубства;
- знижують продуктивність праці через прогули, нещасні випадки та погіршення якості праці;
- є важливою причиною розпаду сімей, насильства у домашніх умовах, жорстокого ставлення до дітей та лягають важким тягарем на систему соціального забезпечення [9].

Наша держава, напевно, притримується загальносвітових поглядів щодо негативності алкоголю, підтвердженням чого є затверджена Україною «Європейська хартія з алкоголю» у 1995 році. Однак, юридично алкоголь не вважається наркотиком ні в Україні, ні на міжнародному рівні, про що свідчить Єдина конвенція про наркотичні засоби 1961 р. з доповненнями [13], Конвенція про психотропні речовини 1971 р. [16], Конвенція ООН про боротьбу проти незаконного обігу наркотичних засобів та психотропних речовин 1988 року [6], українське законодавство (Постанова Кабінету Міністрів України від 06.05.2000 № 770 «Про затвердження переліку наркотичних засобів, психотропних речовин і прекурсорів») [14]. Хоча, юридичне невизнання алкоголю наркотиком не зменшує його шкоди для людського організму при внутрішньому вживанні та шкоди для розвитку суспільства загалом. До прикладу, сульфатна (сірчана) кислота теж не є наркотиком, однак внутрішнє вживання її призводить до вкрай негативних наслідків. Також, на сучасному етапі є держави, в яких всесвітньо визнані наркотики є законодавчо легалізованими, що сприймається досить неоднозначно.

Єдина авторитетна світова організація, яка у 1975 році визнала алкоголь наркотиком, що підриває здоров'я населення, є ВООЗ. Також, відповідно до державного



стандарту України 4221:2003, алкоголь (спирт етиловий ректифікований) визначається як токсична речовина наркотичного характеру дії, за ступенем дії на організм людини належить до четвертого класу небезпечних речовин [4, ст. 6]. Однак, згідно ч. 2 ст. 23 Закону України «Про стандартизацію», застосування стандарту є добровільним, крім випадків якщо обов'язковість їх застосування встановлена нормативно-правовими актами [16].

У медичній енциклопедії Національної академії медичних наук України зазначено, що на організм людини етиловий спирт чинить наркотичну і токсичну дію, викликаючи спочатку збудження, а потім пригнічення центральної нервової системи. Систематичне вживання спиртних напоїв призводить до порушення найважливіших функцій організму і тяжкого ураження всіх органів та тканин, спричиняючи органічні захворювання нервової, серцево-судинної і травної систем, веде до моральної та психічної деградації особи [11, с. 369,]. А в Законі України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів», у ст. 1 «Визначення основних понять і термінів», при визначенні термінів «спирт етиловий» та «спирт етиловий питний» не згадується про наркотичність та шкоду даної речовини. Також, у чинній стратегії державної політики щодо наркотиків на період до 2020 року (розпорядження Кабінету Міністрів України від 28.08.2013 № 735-р), поруч із терміном «наркотики» вживаються терміни «алкоголь» та «тютюн» [17].

Таким чином, алкоголь є легальною психоактивною речовиною, продаж якої (а не вживання) обмежується віком, місцем (це стосується і розпивання), та встановлена певна відповідальність (кримінальна, адміністративна, дисциплінарна) за вчинення тих чи інших дій стані алкогольного сп'яніння. А ще законодавство нашої держави передбачило ряд заходів з пропагування тверезого способу життя та обмеження реклами алкогольних напоїв.

Що стосується пропагування тверезого способу життя, то у розділі IV-I «Основи державної політики щодо споживання алкогольних напоїв та тютюнових виробів» Закону України «Про державне регулювання виробництва і обігу спирту етилового, коньячного і плодового, алкогольних напоїв та тютюнових виробів», в ст. 15-1 визначаються основні засади обмеження шкідливого впливу споживання алкогольних напоїв, серед яких є положення, які на нашу думку, не виконуються належним чином, а саме: пропаганда здорового способу життя, вільного від споживання алкогольних напоїв та тютюнових виробів; створення економічних та правових умов, що сприяють зменшенню споживання алкогольних напоїв та тютюнових виробів; пропаганди родинно-сімейних традицій та виховання здорової дитини [13]. Особливої уваги заслуговує ще одне положення цієї статті – інформування про шкоду надмірного споживання алкогольних напоїв. Поняття надмірності (помірності) є досить суб'єктивним в плані вживання психоактивних речовин (в даному випадку алкоголю). До прикладу, як зазначає професор Савчук Б., представники вищих класів іноді прикривалися «поміркованістю» для публічного виправдання пияцтва. Так, курфюрст Пфальський (володар однієї із земель Німеччини) Фрідріх IV, у 1600 р. зі свого оточення створив «товариство прихильників поміркованості». Його члени зобов'язувалися випивати на день не більше 14 склянок вина та не більше однієї будь-якого міцного напою. Про це вони підписували «договір», який історики згодом назвали «п'яним договором» [19, с. 79].

При пропагуванні тверезого способу життя необхідно також не забувати і Конституцію України, ст.ст. 3 та 16 якої зазначають, що життя, здоров'я та безпека



українців є найвищою соціальною цінністю, а збереження генофонду Українського народу є обов'язком Української держави [8].

Щодо реклами алкогольних напоїв, яка врегульована Законом України «Про рекламу», то згідно ст. 1 цього Закону, будь-яку рекламу алкогольних напоїв можна вважати недоброякісною, оскільки недоброякісною є реклама, яка вводить або може ввести в оману споживачів реклами, завдати шкоди особам, державі чи суспільству внаслідок неточності, недостовірності, двозначності, перебільшення, замовчування, порушення вимог щодо часу, місця і способу розповсюдження [15]. Хоча і п. 7 ст. 22 цього Закону вимагає в рекламі алкогольних напоїв текст-попередження: «Надмірне споживання алкоголю шкідливе для вашого здоров'я» з 15% площі всієї реклами, однак змістове наповнення у будь-якій алкогольній рекламі, яке викриває усю шкоду від вживання алкоголю, відсутнє.

У п. 2 ст. 22 Закону України «Про рекламу» зазначено, що реклама алкогольних напоїв, реклама знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, забороняється на радіо та телебаченні з 6 до 23 години. П. 3 цієї ж статті визначає, що реклама алкогольних напоїв та тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої та тютюнові вироби не може формувати думку, що паління або вживання алкоголю є важливим фактором досягнення успіху в спортивній, соціальній, сексуальній або інших сферах життя. Однак, в телепросторі, в порушення цієї норми, можна зустріти рекламу однієї з торгових марок, яка подається під виглядом «спонсор показу», в якій звучить: «Як зустрінемось в Карпатах, то життя чудове», і надпис торгової марки алкогольного виробника. Також зустрічається так зване «спонсорство» у форматі: «Горді, що українське» і знову надпис марки виробника алкоголю. У радіо просторі час від часу лунає інформація про виробника алкоголю (із зазначенням назви), який зайняв перше місце у світі по якості горілки, після якої не виникає похмілля із мінімальною шкодою для здоров'я. Це, на нашу думку, є яскравим прикладом прихованої реклами, яка згідно ст. 9 Закону «Про рекламу» заборонена.

Ще один законодавчо дозволений казус – відсутність заборони на використання патріотичної символіки в назвах або рекламі алкогольних виробів, до прикладу: «Хортиця», «Холодний Яр», «Богдан Хмельницький», «Козацька рада», «Бандерівська». Щодо останньої, то цікавою була б реакція Степана Бандери, який вів та активно пропагував тверезий спосіб життя!

П. 4 ст. 22 Закону України «Про рекламу» дозволяє спонсорування теле-радіопередач, театральних-концертних, спортивних та інших заходів з використанням знаків для товарів та послуг, під якими випускаються алкогольні напої. У ст. 5 цього ж Закону зазначено, що програма, передача, підготовлена за підтримки спонсора, повинна бути означена за допомогою титрів чи дикторського тексту на початку та/або наприкінці програми, передачі. Однак, так зване «спонсорство» від виробника алкоголю переважно розміщується у рекламному блоці. Взагалі, аналізуючи присутність «спонсор показу» на центральних каналах України складається враження, що такі виробники є спонсорами майже всього телепростору.

Також вважаємо, що реклама алкоголю порушує ст. 7. Принципи реклами (точність, достовірність, використання форм та засобів, які не завдають споживачеві реклами шкоди); ст. 8. Загальні вимоги до реклами (у рекламі забороняється: подавати відомості або закликати до дій, які можуть спричинити порушення законодавства,



завдають чи можуть завдати шкоди здоров'ю або життю людей); ст. 10. Недобросовісна реклама (яка забороняється) Закону України «Про рекламу».

І на завершення, п. 8. ст. 22 Закону України «Про рекламу» зобов'язує рекламодавці алкогольних напоїв та тютюнових виробів спрямовувати на виробництво та розповсюдження соціальної реклами щодо шкоди тютюнопаління та зловживання алкоголем не менше 5 відсотків коштів, витрачених ними на розповсюдження реклами тютюнових виробів та алкогольних напоїв у межах України. Розпорядники цих коштів щоквартально оприлюднюють звіт щодо їх використання. Однак, в ЗМІ чомусь ми не можемо зустріти соціальну рекламу, яка викриває шкоду зловживання (знову ж таки, поняття «поміркованості») алкоголем.

Також є й інші фактори, які «позитивно» впливають на розвиток потягу українського суспільства до алкоголю. Зокрема, постійно порушуються вимоги щодо заборони продажу алкоголю неповнолітнім. А деякі пункти продажу чи місця розпивання алкогольних напоїв розташовані поряд із навчальними закладами, тому неповнолітні, які у них навчаються, часто навідуються туди і купують чи вживають спиртні напої. Особливо це стосується сільської місцевості.

У ряді країн передбачено сувору відповідальність за продаж алкоголю неповнолітнім. Наприклад, в Ізраїлі за продаж алкоголю неповнолітнім передбачено тюремне ув'язнення на термін до півроку, в Естонії – до року, в Швеції – на термін до 6 років. В Іспанії штраф за продаж алкоголю неповнолітнім складає від 30 000 до 600 000 євро, в Норвегії – від 900 до 3600 євро [18].

Крім того, варто відзначити, що в Україні алкогольні напої порівняно з Норвегією доступніші у сто разів. Так, у цій скандинавській країні на одну торгову точку припадає 30 000 жителів, а у нас – близько 300 [18].

Висновки. Таким чином, зробивши аналіз законодавства України щодо пропагування тверезого способу життя та реклами алкогольних напоїв виникає думка, що держава зацікавлена у «споюванні» населення. В цьому є негативна історична складова, оскільки тривалий час українські землі перебували під гнітом інших державних утворень, які розглядали їх як сировинний придаток, а українців як представників «другосортної нації». До прикладу, аналізуючи суспільно-економічне становище наших земель на початку 20 століття науковці зазначили, що українські терени перетворилися на свого роду «колоніальний алкогольно-сировинний додаток» пануючих імперських режимів [19, с. 57]

В період незалежності Україна неодноразово отримувало рекомендації від міжнародних організацій щодо зміни державного курсу в плані пропагування здорового (тверезого способу життя). Так, у 2011 році комітет ООН з прав дитини рекомендував Україні забезпечити виконання на практиці норм, які забороняють продаж дітям алкоголю та тютюну, а також ліквідувати причини, з яких діти п'ють, палять та вживають наркотики [12].

У 2013 році Верховною Радою України було одержано проект Закону про внесення змін до законодавчих актів України щодо посилення боротьби зі зловживаннями у сфері продажу, споживання і реклами пива, алкогольних та слабоалкогольних напоїв (реєстраційний номер 2062 від 21.01.2013) [18], який вирішує більшість проблемних питань у цій сфері. Однак 27.11.2014 року проект було відкликано, що говорить про неможливість (незацікавленість, небажання, неготовність) парламентсько-політичної верхівки вирішувати їх.

**Список використаних джерел**

1. Алексеев С. С. Общие теоретические проблемы системы советского права / С. С. Алексеев. – М. : Госюриздат, 1961. – 187 с.
2. Волинка К. Г. Теорія держави і права : навч. посіб. / К. Г. Волинка. – К. : МАУП, 2003. – 240 с.
3. Енциклопедія цивільного права України / Ін-т держави і права ім. В. М. Корецького НАН України; відп. ред. Я. М. Шевченко. – К. : Ін Юре, 2009. – 952 с.
4. Загальна теорія держави і права : [підручник для студентів юридичних вищих навчальних закладів] / М. В. Цвік, О. В. Петришин, Л. В. Авраменко та ін. ; за ред. д-ра юрид. наук, проф., акад. АПрН України М. В. Цвіка, д-ра юрид. наук, проф., акад. АПрН України О. В. Петришина. – Харків : Право, 2009. – 584 с.
5. Зайчук О. В. Теорія держави і права. Академічний курс : підручник / О. В. Зайчук, Н. М. Оніщенко. – К. : Юрінком Інтер, 2006. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.ebk.net.ua/Book/law/zaychuk_tdp/part3/1701.htm.
6. Кельман М. С. Загальна теорія держави і права : підручник / М. С. Кельман, О. Г. Мурашин. – К. : Кондор, 2006. – 477 с.
7. Коваль О. А. Принципи процесуального права та їх втілення в законодавчій регламентації діяльності міліції України: автореф. дис. на здобуття наукового ступеня канд. юрид. наук : спец. 12.00.01 / О. А. Коваль – К., 2006. – 20 с.
8. Колодій А. М. Принципи права України : монографія / А. М. Колодій. – Київ : Юрінком Інтер, 1998. – 208 с.
9. Кудрявцева Е. В. Гармонизация и унификация гражданского процессуального права в европейских странах / Е. В. Кудрявцева // Реформа гражданского процесса в суде первой инстанции в государствах региона Балтийского моря и Центральной Европы : материалы междунар. науч.-практ. конф. – Вильнюс, 2005. – С. 246-249.
10. Популярна юридична енциклопедія / кол. авт. : В. К. Гіжевський, В. В. Головченко, В. С. Ковальський (кер.) та ін. – К. : Юрінком Інтер, 2003. – 528 с.
11. Процесуальне право [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://uk.wikipedia.org/wiki/Процесуальне_право.
12. Сидоренко О. О. Процесуальні норми права : поняття, особливості, різновиди : монографія / О. О. Сидоренко. – Х. : Право, 2014. – 192 с.
13. Скакун О. Ф. Теорія держави і права : підручник / О. Ф. Скакун / пер. з рос. – Харків : Консум, 2001. – 656 с.
14. Сорокин В. Д. Административно-процессуальное право / В. Д. Сорокин. – М. : Юридическая литература, 1972. – 240 с.
15. Сухонос В. В. Теорія держави і права : навчальний посібник / В. В. Сухонос. – Суми, 2005. – 689 с. [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://www.uabs.edu.ua/images/stories/docs/K_DPD/TDP_posibnik.pdf.
16. Теорія держави і права : навч. посіб. / А. М. Колодій, В. В. Копейчиков], Є. Л. Лисенков та ін.; за заг. ред. С. Л. Лисенкова [В. В., Копейчикова]. – К. : Юрінком Інтер, 2002. – 368 с

Андрухив А. И. Развитие правового регулирования пропаганды трезвого образа жизни и рекламы алкогольных напитков в Украине

В статье проведен анализ действующего украинского законодательства по вопросам пропаганды трезвого образа жизни и рекламы алкогольных напитков. Также проанализированы международные документы в данной сфере и исторические



предпосылки, которые повлияли на современное состояние законодательства по регулированию пропаганды трезвого образа жизни и рекламы алкогольных напитков. Установлено, что ненадлежащим образом выполняются отдельные положения ст. 15-1 Закона Украины «О государственном регулировании производства и оборота спирта этилового, коньячного и плодового, алкогольных напитков и табачных напитков». А также, существенно нарушаются положения Закона Украины «О рекламе» при рекламировании алкогольных напитков.

***Ключевые слова:** трезвая жизнь, реклама, алкогольные напитки, правовое регулирование.*

Andruhiv O. I. Development of legal regulation of propaganda sober lifestyle and advertising of alcoholic drinks in Ukraine

The article analyzes the Ukrainian legislation on the promotion of sobriety and advertising of alcoholic beverages. international instruments also analyzed in this area and the historical background that influenced the current state of legislation to regulate propaganda sober lifestyle and advertising of alcoholic beverages. It was found that improperly vupolnyayutsv individual provisions of Art. 15-1 of the Law of Ukraine «On state regulation of production and turnover of ethyl alcohol, cognac and fruit, alcoholic drinks and tobacco beverages». As well as significantly violated the provisions of the Law of Ukraine «On Advertising» in the advertising of alcoholic beverages.

***Key words:** sober life, advertising, alcohol, legal regulation.*

