

УДК 342.12

Струневич О. П., ведучий юрист
ООО "Рекламное агентство "Твига"

Особливості адміністративно-правової відповідальності у сфері забезпечення надання рекламних послуг

У статті розглянуто особливості адміністративно-правової відповідальності у сфері забезпечення надання рекламних послуг. Детально досліджено та наведено класифікацію адміністративно-правової відповідальності у сфері забезпечення надання рекламних послуг за підставою настання.

Ключові слова: рекламні послуги, адміністративно-правова відповідальність, забезпечення надання рекламних послуг, особливості адміністративно-правової відповідальності, класифікація забезпечення надання рекламних послуг.

В статье рассмотрены особенности административно-правовой ответственности в сфере обеспечения предоставления рекламных услуг. Подробно исследованы и приведена классификация административно-правовой ответственности в сфере обеспечения предоставления рекламных услуг за основанием наступления.

Ключевые слова: рекламные услуги, административно-правовая ответственность, обеспечение предоставления рекламных услуг, особенности административно-правовой ответственности, классификация обеспечения предоставления рекламных услуг.

In the article the features of the administrative and legal responsibility in the provision of advertising services. Details are researched and classification of administrative liability in the provision of advertising services for ground attack.

Keywords: advertising services, administrative and legal responsibility to ensure the provision of advertising services, especially the administrative liability of classification provision of advertising services.

Актуальність дослідження. В наш час реклама набула важливого значення в житті кожної людини. Завдяки рекламі ми щодня вчиняємо різноманітні правочини, отримуємо інформацію чи естетичне задоволення. В результаті, кожна особа тим чи іншим чином виявляється споживачем рекламної продукції. Тому, з метою правомірного та добросовісного створення, використання, поширення реклами, захисту інтересів як рекламодавців, так і споживачів, створено необхідну нормативно-правову базу регулювання рекламної діяльності, за порушення якої передбачена відповідальність. Оскільки однією з сторін правовідносин в сфері здійснення рекламної діяльності часто є органи державної влади, порушення рекламного законодавства тягне за собою адміністративно-правову відповідальність.

Дослідження відповідальності завжди було одним із найважливіших напрямків у теорії будь-якої галузі правової науки. Аналіз адміністративно-правової відповідальності у сфері забезпечення надання рекламних послуг є вкрай актуальним, адже обізнаність громадян в юридичних особливостях регулювання даної сфери є вкрай низькою. Згідно Статті 68 Конституції, незнання законів не звільняє від юридичної відповідальності [1], тому в даному контексті вітчизняна правова теорія однозначно потребує подібних досліджень.

Окрім того, на сьогоднішній день ми маємо з однієї сторони недоліки в правовому регулюванні даної сфери, з іншої сторони - необхідність в реформуванні законодавства згідно європейським стандартам, а отже науковий аналіз в недостатньо досліджених

сферах є вкрай необхідним.

Стан наукового дослідження. Адміністративно-правову відповідальність у сфері забезпечення надання рекламних послуг чи її важливі елементи досліджували В.Б. Авер'янов, Ю.П. Битяк, М.П. Воронов, В.М. Гаращук, С.Т. Гончарук, О.П. Дзьобань, О.Т. Зима, Р.А. Калюжний, Л.В. Коваль, В.К. Колпаков, А.Т. Комзюк, Л.А. Микитенко, Є.В. Ромат, С.О. Савенко, С.Г. Стеценко, А.В. Стрельников, І.Б. Тацішин, Н.В. Хорощак, Д. В. Хохлова, А.І. Черемнова.

Отже, **метою статті** є дослідити особливості адміністративно-правової відповідальності у сфері забезпечення надання рекламних послуг.

Виклад основного матеріалу. Адміністративна відповідальність є особливим видом юридичної відповідальності, головна особливість якої полягає у суб'єктному складі та у видах правопорушень. В правовій теорії юридичної науки на сьогоднішній день відсутня єдність поглядів на визначення даного поняття, тому ми проаналізувавши деякі з наявних на сьогоднішній день позиції, згрупували їх наступним чином:

На основі аналізу норм статті 27 Закону України «Про рекламу» наведемо наступну класифікацію адміністративно-правової відповідальності у сфері забезпечення надання рекламних послуг за підставою настання:

1) відповідальність за рекламу продукції, обіг якої заборонено в Україні — така відповідальність є найбільш узагальненою, оскільки за нею несуть відповідальність як рекламодавці, такі виробники реклами з розповсюджувачем реклами.

2) відповідальність за розповсюдження реклами, забороненої законом;

3) відповідальність за інші види проступків суб'єктів рекламної діяльності.

Чинним законодавством про рекламу не встановлено поняття «забороненої реклами», проте стаття 8 Закону України «Про рекламу» закріплює перелік моментів, заборонених для використання у рекламі. Це зокрема: поширення інформації щодо товарів, виробництва, обіг чи ввезення на митну територію України яких заборонено законом; реклама не повинна містити твердження, що є дискримінаційними за ознаками походження людини, її соціального і майнового стану, расової та національної належності, статі, освіти, політичних поглядів, ставлення до релігії, за мовними ознаками, родом і характером занять, місцем проживання, а також такі, що дискредитують товари інших осіб; в рекламі забороняється подача відомостей чи заклик до дій, що можуть призвести до порушення законодавства, завдати шкоду здоров'ю або життю людей та/чи довкіллю, спонукати до нехтування засобами безпеки; забороняється використання засобів та технологій, що можуть діти на підсвідомість споживачів реклами; забороняється наведення тверджень, дискримінаційних щодо осіб, які не користуються рекламованим товаром; забороняється використання чи імітація державних символів України, інших держав, міжнародних організацій, а також офіційних назв; забороняється реклама несертифікованих чи неліцензованих товарів, у разі, якщо їх виробництво чи реалізація цього потребують; забороняється використання зображення фізичної особи без її письмової згоди на це; імітація чи копіювання образів, використаних в рекламі інших товарів; забороняється рекламування концертних, гастрольних, фестивалей чи інших заходів, без зазначення інформації про фонограмне/живе виконання; розповсюдження реклами з елементами жорстокості, насилля, порнографії, цинізму, приниження людської честі та гідності, окрім анонсів фільмів у встановлений відведений для цього час; розповсюдження реклами про спорудження житлового будинку з використанням недержавних коштів, залучених від фізичних та юридичних осіб, без

набуття/отримання суб'єктами господарської діяльності, що здійснюють його будівництво чи інвестування та/або фінансування, права власності або користування земельною ділянкою, ліцензії на здійснення будівельної діяльності, дозволу на виконання будівельних робіт; розповсюдження реклами послуг з вержіння та гадання [2].

Проаналізувавши даний перелік, відмітимо що він містить лише загальні обмеження, щодо виготовлення та реалізації рекламної продукції. Тобто це не є переліком забороненої реклами, це лише список моментів, які варто врахувати при здійсненні діяльності, пов'язаної з рекламообігом.

Окрім статті 8 Закону України «Про рекламу», положення щодо обмежень у рекламі окремих видів товарів також містяться: 1) у статті 19 Закону, щодо реклами під час демонстрування кіно- та відеофільмів; 2) у статті 20 Закону, щодо впливу реклами на дітей; 3) у статті 21 Закону, щодо реклами лікарських засобів, медичної техніки, методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації; 4) у статті 22 Закону, щодо реклами алкогольних напоїв та тютюнових виробів; 5) у статті 23 Закону, щодо реклами зброї; 6) у статті 24 Закону, щодо реклами послуг, пов'язаних із залученням коштів населення; 7) у статті 24-1 Закону, щодо реклами послуг із працевлаштування; 8) у статті 25 Закону, щодо реклами цінних паперів та фондового ринку [2].

А отже, вважатимемо, що будь-яка реклама, яка не відповідає зазначеним вище параметрам, вважається забороненою. Тому, на нашу думку, дозволеною є реклама, що прямо не заборонена законом, у свою чергу, заборонена реклама — це така, заборона на виготовлення та розповсюдження якої прямо встановлено законом.

Аналізуючи норми Кодексу України про адміністративні правопорушення, відмітимо, що його нормами встановлюється відповідальність за деякі види товарів, реклама яких прямо заборонена законом. Так, зокрема, до такого різновиду належить рекламування тютюнових виробів, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються тютюнові вироби. Санкцією даної статті передбачена відповідальність у розмірі штрафу для громадян від п'яти до десяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян і для посадових осіб рекламодавця та/або розповсюджувача реклами - від ста до двохсот п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян [3]. В даному випадку також законодавцем розрізняється міра вини для різноманітних суб'єктів діяльності. Правопорушення вчинене посадовими особами рекламодавців та розповсюджувачів реклами караються жорсткіше.

Окрім того, адміністративним правопорушенням вважається не лише безпосередня реклама продукції, а й навіть зображення тютюнових виробів чи процесу паління тютюнових виробів. Суб'єктами даного правопорушення є лише посадові особи рекламодавця та розповсюджувача і санкцією цієї статті передбачено накладення штрафу на посадових осіб рекламодавця та/або розповсюджувача реклами від ста до двохсот п'ятдесяти неоподатковуваних мінімумів доходів громадян [3]. Вважаємо, що дана стаття є вдалим прикладом того, яким чином має врегулюватись рекламна діяльність загалом, адже вона закріплює чіткий перелік суб'єктів, підстав для відповідальності, та, відповідно санкцій, що накладаються на порушників. На нашу думку, розвиток сфери надання рекламних послуг в Україні досяг достатнього розвитку для того, щоб всі види правопорушень в даній сфері були об'єднані в єдину главу Кодексу України про адміністративні правопорушення — «Адміністративні правопорушення в рекламній діяльності». Дана глава повинна встановлювати відповідальність за правопорушення при здійсненні діяльності у сфері комерційної реклами, а також

врегулювати подібним чином виготовлення та поширення соціальної реклами, адже притягнення до відповідальності рекламодавців соціальної сфери по суті ніяким чином не врегульовується в законодавчому порядку.

Дослідивши класифікацію адміністративно-правової відповідальності у сфері забезпечення надання рекламних послуг за підставою настання, вважаємо, що варто проаналізувати дане питання також за видом адміністративного стягнення.

Переважна більшість санкцій норм адміністративного права, що регулюють дане питання, встановлюють штраф як міру покарання за їх порушення.

Згідно Кодексу України про адміністративні правопорушення, штрафом є грошове стягнення, що накладається на громадян і посадових осіб за адміністративні правопорушення у випадках і розмірі, встановлених цим Кодексом та іншими законами України [3]. Особливістю штрафів в досліджуваній сфері полягає в тому, що вони вираховуються або в залежності від вартості розповсюдженої реклами, або із урахуванням неоподаткованого мінімуму доходів громадян.

Проте, окрім традиційних для всього адміністративного права стягнень, для адміністративно-правової відповідальності у сфері забезпечення надання рекламних послуг характерним є публічне спростування недобросовісної та неправомірної порівняльної реклами.

Даний вид стягнення полягає у добровільному чи за рішенням суду здійсненні за рахунок винної особи спростування в тому ж порядку та за допомогою тих самих засобів недобросовісної чи неправомірної реклами, при чому дане спростування має відбуватись у тих самих обсягах, що й її поширення [2].

А отже, навіть в частині адміністративних стягнень, адміністративно-правова відповідальність у сфері забезпечення надання рекламних послуг має свою специфіку, що в черговий раз свідчить про розвиток даної індустрії та про необхідність вдалішого закріплення в законодавчому порядку її правових норм.

Висновок. Тому, підводячи підсумки, зауважимо, що важливість адміністративно-правової відповідальності у сфері забезпечення надання рекламних послуг полягає в тому, що негативний вплив недобросовісної реклами проявляється не лише у введенні в оману покупця та сприянню поширення неякісної продукції, чи тієї, що не відповідає його потребам, даний вид правопорушень може мати негативний вплив на психіку людей, сприяння зменшенню довіри до рекламної інформації чи окремих добросовісних товаровиробників і рекламодавців. У зв'язку з цим, рекламні правопорушення мало чим відрізняються від інших правопорушень в інформаційній сфері та становить загрозу не лише для окремих індивідів, а й для суспільства в цілому.

Недобросовісна реклама – це не лише вигода для її замовника, це безпосередні збитки його конкурентам, а отже такий стан речей має шкідливі наслідки одразу для кількох сторін: покупця, власне інших товаровиробників чи надавачів послуг та для держави і її економіки. Існування інституту адміністративно-правової відповідальності дозволяє зменшити шкідливий вплив даних факторів та сприяти перенаправленню даних шкідливих факторів в позитивне русло. На жаль, враховуючи відносну молодість рекламної індустрії в Україні та її законодавчого врегулювання, все ще мають місце безліч негативних моментів. Сюди ми віднесемо і відсутність єдиного контролюючого органу, і великий об'єм правових норм, розпорошений по величезній кількості правових актів, і брак необхідної законодавчо встановленої термінології та переліків, та багато інших проблем. Проте, з іншої сторони, відмітимо постійний

розвиток даної сфери та наявність змін на краще. Тож, в цілому інститут адміністративно-правової відповідальності у сфері забезпечення надання рекламних послуг в Україні все ж виконує свою основну роль - контроль за дотриманням законодавства про рекламу та притягнення винних осіб до покарання.

ЛІТЕРАТУРА:

1. Конституція України. Закон України від 28.06.1996 № 254к/96-ВР // Відомості Верховної Ради України (ВВР). - 1996. - № 30. - ст. 141.
2. Про рекламу. Закон України від 03.07.1996 № 270/96-ВР // Відомості Верховної Ради України (ВВР). - 1996. - N 39. - ст. 181.
3. Кодекс України про адміністративні правопорушення. Закон України від 07.12.1984 № 8073-X // ВВР. - 1984. - додаток до № 51. - ст. 1123.

УДК 342.31

Манькут А. Ю., старший радник юстиції,
начальник організаційно-контрольного
відділу прокуратури Львівської області

Порівняльно-правовий аналіз юридичної відповідальності прокурора за старим та новим Законами України «Про прокуратуру»

Дана стаття присвячена порівняльно-правовому дослідженню юридичної відповідальності прокурора за старим та новим Законом «Про прокуратуру». В статті проведено аналіз позитивних та негативних моментів нового Закону України «Про прокуратуру».

Ключові слова: Закон України «Про прокуратуру», діяльність прокурорів, порівняльно-правовий аналіз, юридична відповідальність, відповідальність прокурорів.

Данная статья посвящена сравнительно-правовому исследованию юридической ответственности прокурора по старому и новому Закону «О прокуратуре». В статье проведен анализ положительных и отрицательных моментов нового Закона Украины «О прокуратуре».

Ключевые слова: Закон Украины «О прокуратуре», деятельность прокуроров, сравнительно-правовой анализ, юридическая ответственность, ответственность прокуроров.

This article focuses on comparative legal research legal liability Prosecutor old and the new Law "On Prosecutor's Office". The article analyzes the positive and negative aspects of the new Law of Ukraine "On Prosecution".

Keywords: Law of Ukraine "On Prosecutor's Office", the activity of prosecutors comparative legal analysis, legal responsibility, responsibility prosecutors.

Актуальність теми. Найбільш очевидними проблемами юридичної відповідальності прокурорів стають тоді, коли в Україні процеси утвердження загальнолюдських цінностей і демократизації соціально економічного і політичного життя суспільства супроводжуються безперервним якісним і кількісним зростанням злочинів та інших правопорушень, скоєних самими реформаторами – прокурорами.