

## PROBLEMS OF NATIONAL PUBLIC AND PRIVATE LAW

Анастасія Левченко

*Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Україна*

### АДМІНІСТРАТИВНІ ІНФОРМАЦІЙНІ ПРАВОПОРУШЕННЯ В ГАЛУЗІ РЕКЛАМИ, ПОВ'ЯЗАНІ З НЕГАТИВНИМ ІНФОРМАЦІЙНИМ ВПЛИВОМ НА ДІТЕЙ: ПОНЯТТЯ ТА ОСОБЛИВОСТІ СКЛАДІВ

Anastasiia Levchenko

*Taras Shevchenko National University of Kyiv, Ukraine*

### ADMINISTRATIVE INFORMATION OFFENSES IN THE ADVERTISING FIELD RELATED TO THE NEGATIVE IMPACT ON CHILDREN: THE CONCEPT AND IMMANENT PARAMETERS OF COMPOSITION

The present article is devoted to the elaboration of a conceptual framework in the field of administrative informational offenses in the sphere of advertising, which are connected with the adverse effect of information on a child.

The author analyzes the concept of «information offenses», «administrative information offenses» and develops her own definition of the investigated concept. Then, the essence of each element of the composition of administrative information offenses is revealed, and the author's vision of the content within the studied group of offenses is suggested.

Special focus is placed on the issue regarding administrative liability of legal entities, particularly, the fragmentation in regulatory support in the procedure for bringing them to liability. The question of guilt is also discussed.

**Keywords:** advertising, harmful information, children, information offenses, administrative information offenses, composition of offense, guilt of legal entity.

**Актуальність.** В умовах постійного інформаційного впливу на свідомість людини, важливим постає питання щодо якості його змістовного наповнення. Реклама становить собою інформацію, метою якої є спонукання до певної моделі поведінки, а інколи навіть її нав'язування. Різні вікові групи по-різному сприймають такі настирні рекламні повідомлення, які закликають до бажаного для рекламодавця результату.

При цьому саме діти через особливості свого інтелектуального та психологічного розвитку залишаються більш вразливими до шкідливої інформації. У зв'язку з цим особливо важливо не допускати порушень з боку рекламодавців прав дітей в галузі реклами. Досягнення бажаної цілі можливе лише за умови існування чіткого та однозначного адміністративно-правового регулювання заборон, спрямованих на протидію вчиненню протиправних дій, пов'язаних з поширенням шкідливої інформації в галузі реклами, яка буде спрямована на дітей, та процедур, пов'язаних з притягненням до адміністративної відповідальності.

Однак тематиці порушень прав дитини у галузі реклами приділялася не достатня увага, що призвело до існування окремих прогалів у правовому регулюванні адміністративної відповідальності суб'єктів рекламної діяльності.

**Аналіз останніх досліджень та публікацій.** Науково-теоретичне підґрунтя дослідження адміністративних інформаційних правопорушень в галузі реклами, пов'язаних із негативним

інформаційним впливом на дітей, складають праці, присвячені інститутам адміністративної відповідальності та адміністративних правопорушень, а також наукові роботи, в яких досліджувалася правова природа інформаційних правопорушень. Концептуальні основи перших двох інститутів розроблялися такими вченими як Ю. П. Битяк, Є. С. Герасименко, І. П. Голосніченко, С. Т. Гончарук, А. В. Кірін, Л. В. Коваль, В. К. Колпаков, О. В. Кузьменко, І. Б. Тацішин та іншими. Проблематиці інформаційних правопорушень та адміністративних інформаційних правопорушень загалом і в галузі реклами зокрема було приділено увагу в наукових дослідженнях вітчизняних і зарубіжних учених, зокрема І. Л. Бачило, О. А. Заярного, О. А. Кісліцина, З. В. Кузнецової, Ю. Є. Максименко, Л. А. Микитенко, А. В. Полушкіна, С. М. Правдюка, О. В. Стоєцького, А. В. Стрельникова, О. О. Тихомирова, А. І. Черемнової, О. В. Чуприни та інших.

Однак незважаючи на існування досить значної кількості публікацій, питання порушень прав дитини внаслідок поширення шкідливої інформації залишаються недостатньо вивченими. Саме тому існує нагальна необхідність у доповненні теорії інформаційної деліктології концепцією адміністративних інформаційних правопорушень в галузі реклами, пов'язаних із негативним інформаційним впливом на дітей.

**Мета дослідження.** Метою дослідження є розробка понятійного апарату у досліджуваній сфері та аналіз елементів складу адміністративних інформаційних правопорушень в галузі реклами, пов'язаних із негативним інформаційним впливом на дітей.

**Виклад основного матеріалу.** В теорії інформаційного права тривалий час обґрунтовується існування такого різновиду правопорушень, як інформаційні<sup>1,2,3</sup>, які пропонуються визначати як суспільно небезпечні (шкідливі), протиправні, карані діяння деліктоздатного суб'єкта, що спрямовані на порушення права на інформацію чи інформаційну інфраструктуру або вчиняються за допомогою інформаційно-телекомунікаційних технологій чи засобів зв'язку<sup>4</sup>. Тобто термін «інформаційне правопорушення» використовується як узагальнюючий для позначення діянь, які вчиняються в інформаційній сфері або з використанням різних інформаційних засобів і технологій<sup>5</sup>.

Складний комплексний характер інформаційних правопорушень зумовлює необхідність їх класифікації. А. В. Полушкін пропонує класифікувати їх за критерієм виду юридичної відповідальності на: інформаційні правопорушення, інформаційні злочини, адміністративні інформаційні правопорушення, цивільні інформаційні правопорушення та інші<sup>6</sup>. Для потреб цього наукового дослідження приділимо увагу виключно адміністративним інформаційним правопорушенням.

На думку О. А. Заярного, адміністративне інформаційне правопорушення – це протиправне, соціально шкідливе, винне діяння (дія або бездіяльність), вчинене суб'єктом публічної адміністрації, його посадовою особою, іншим деліктоздатним суб'єктом публічно-правових інформаційних відносин, яке порушує інформаційні права особи, суспільний інформаційний правопорядок, правовий режим інформації, інформаційних ресурсів та технологій, посягає на об'єкти права власності в інформаційній сфері чи перешкоджає правомірній інформаційній діяльності, чим створює загрозу для національної інформаційної безпеки, і за яке законом встановлено

<sup>1</sup> Тихомиров, О. О., Тугарова, О. К. (2015). *Юридична відповідальність за правопорушення в інформаційній сфері*. Київ: Національна академія СБУ.

<sup>2</sup> Беляков, К. І. (ред.). (2019). *Юридична відповідальність за правопорушення в інформаційній сфері та основи інформаційної деліктології*. Київ: КВІЦ.

<sup>3</sup> Стоєцький, О. В. (2013). *Адміністративна відповідальність за правопорушення у сфері інформаційної безпеки України*. Дис. канд. юрид. наук. Державний вищий навчальний заклад «Запорізький національний університет» Міністерства освіти і науки, молоді та спорту України, Запоріжжя.

<sup>4</sup> Правдюк, С. М. (2015). *Інформаційні правопорушення*. Автореф. дис. канд. юрид. наук. Національний університет біоресурсів і природокористування України, Київ.

<sup>5</sup> Єсімов, С. С. (2014). *Юридична природа адміністративних правопорушень у інформаційній сфері*. *Науковий вісник Львівського державного університету внутрішніх справ. Серія: Юридична*, 4, 135.

<sup>6</sup> Полушкін, А. В. (2009). *Информационное правонарушение: понятие и виды*. Автореф. дис. канд. юрид. наук. Уральская государственная юридическая академия, Екатеринбург, 24.

<<http://www.law.edu.ru/book/book.asp?bookID=1357650>>. (2019, червень, 19).

адміністративну відповідальність<sup>1</sup>. На думку вченого, ці правопорушення ввібрали в себе властивості адміністративних та інформаційних, що дає підстави для відмежування їх в самостійний вид деліктів, що вчиняються в інформаційній сфері<sup>2</sup>.

Аналіз змісту визначення дає можливість зробити висновок, що для того, щоб досліджувані в цій науковій статті протиправні діяння можна було охарактеризувати як адміністративні інформаційні правопорушення, вони повинні:

- 1) вчинятися в інформаційній сфері;
- 2) посягати на значущі для інформаційних відносин складові (інформаційні права особи, інформаційний правопорядок тощо);
- 3) за його вчинення передбачається адміністративна відповідальність, яка застосовується до суб'єкта публічної адміністрації, його посадової особи або іншого деліктоздатного суб'єкта за порушення останнім правил публічного адміністрування.

Щодо перших двох складових слід зазначити наступне. Діяльність, пов'язана зі створенням, виробництвом та розповсюдженням реклами, є різновидом інформаційної діяльності, а отже, правопорушення у галузі реклами вчиняються в інформаційній сфері. Поширення шкідливої інформації фактично порушує право дитини на доступ до повної, достовірної та соціально корисної інформації. Як наслідок, суб'єкти рекламної діяльності такими своїми діями перешкоджають реалізації інформаційних прав дитини та посягають на встановлений в суспільстві інформаційний правопорядок.

Останнім аспектом, який потрібно проаналізувати, є наявність в порушеннях законодавства про рекламу, пов'язаних із негативним інформаційним впливом на дітей, підстав для притягнення саме до адміністративної відповідальності. Держава, регулюючи рекламну діяльність, встановлює вимоги до її змісту та форми, правила її поширення, та відповідно забороняє створення та поширення шкідливої інформації рекламного характеру, яка може завдати шкоди дітям. Порушення цих правил, безумовно, охоплюється поняттям «адміністративні правопорушення». Більше того, у випадку поширення шкідливої інформації у галузі реклами, яка може завдати шкоди дітям, можна констатувати не тільки факт недотримання правил публічного адміністрування, але і факт порушення публічного інтересу, який виражається в зацікавленості суспільства у формуванні фізично, психічно і морально здорового майбутнього покоління.

Таким чином, правопорушення в галузі реклами, пов'язані із негативним інформаційним впливом на дітей, належать до адміністративних інформаційних правопорушень. Відповідно, досліджуване поняття можна визначити як протиправне, соціально шкідливе, винне діяння (дію або бездіяльність) деліктоздатного суб'єкта, передбачене актами інформаційного законодавства, виражене у порушенні правил зайняття рекламною діяльністю, внаслідок чого може бути завдана шкода інформаційним правам дитини та суспільному інформаційному правопорядку.

Законодавчими актами, в яких закріплюється основний перелік адміністративних інформаційних правопорушень в галузі реклами, є Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 року № 270/96-ВР (стаття 27)<sup>3</sup> та Кодекс України про адміністративні правопорушення від 07.12.1984 року № 8073-Х (далі – КУпАП) (статті 85-1, 156-3, 212-14)<sup>4</sup>. Правопорушення, які закріплені в КУпАП, не пов'язані зі створенням шкідливої інформації, яка може завдати шкоду дітям, а тому в межах цієї наукової статті буде проаналізовано виключно профільний закон. Враховуючи, що предмет цього дослідження є захист дітей від шкідливої інформації, з усіх правопорушень, закріплених у статті 27 закону України «Про рекламу», до змісту адміністративних інформаційних правопорушень, пов'язаних із негативним інформаційним впливом на дітей, слід включати лише ті діяння, якими може бути завдана шкода дитині, а саме:

- 1) замовлення рекламодавцем реклами продукції, виробництво та/або обіг якої заборонено законом (наприклад, замовлення реклами наркотичних засобів, творів порнографічного характеру);

<sup>1</sup> Зяярний, О. А. (2017). *Правове забезпечення розвитку інформаційної сфери України: адміністративно-деліктний аспект*. Київ: Видавничий дім «Гальветика», 58.

<sup>2</sup> Зяярний, О. А. (2017). *Правове забезпечення розвитку інформаційної сфери України: адміністративно-деліктний аспект*. Київ: Видавничий дім «Гальветика», 58.

<sup>3</sup> *Закон про рекламу 1996* (Верховна Рада України). *Офіційний сайт Верховної Ради України*. <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>>. (2019, червень, 19).

<sup>4</sup> *Кодекс України про адміністративні правопорушення 1984* (Верховна Рада УРСР). *Офіційний сайт Верховної Ради України*. <<https://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/80731-10>>. (2019, червень, 19).

2) замовлення рекламодавцем розповсюдження реклами, забороненої законом (наприклад, замовлення реклами зі сценами насильства, з використанням зображень справжньої або іграшкової зброї, вибухових пристроїв);

3) недотримання рекламодавцем встановлених законом вимог щодо змісту реклами (наприклад, недотримання вимог ч. 2-5 ст. 20 Закону України «Про рекламу», замовлення реклами із зображеннями дітей у небезпечних ситуаціях);

4) порушення рекламодавцем порядку розповсюдження реклами, якщо реклама розповсюджується ними самостійно (наприклад, розміщення реклами продукції, яку заборонено рекламувати дітям, в дитячих виданнях);

5) порушення розповсюджувачами реклами встановленого законодавством порядку розповсюдження та розміщення реклами (наприклад, розміщення анонсів фільмів, які мають обмеження щодо глядацької аудиторії, не у час, відведений для показу таких фільмів)<sup>1</sup>.

Слід зауважити, що для цілей даної статті з усього переліку правопорушень, закріплених в статті 27, було виключено діяння, які вчиняються виробниками реклами, та діяння, які охоплюють надання рекламодавцем недостовірної інформації виробнику реклами, необхідної для виробництва реклами. Щодо першої групи діянь такий підхід обґрунтовується тим, що в процесі виготовлення реклами не може бути завдана шкода дітям, адже протиправна діяльність діяння в основному стосується «використання рекламних матеріалів третіх осіб при виготовленні реклами, прав третіх осіб на об'єкти авторського права та інші об'єкти права інтелектуальної власності, що використовуються при виготовленні реклами тощо»<sup>2</sup>. В контексті другої групи правопорушень, слід відзначити, що недостовірні інформація в цьому випадку стосується фактів наявності або відсутності у рекламодавця прав на об'єкти інтелектуальної власності, дозволів, сертифікатів тощо. За таких умов інтереси споживачів, безсумнівно, будуть страждати. Проте шкідлива для дитини інформація не виробляється.

Безпосередній науковий аналіз вищезазначених правопорушень необхідно здійснювати передусім з точки зору їхнього складу, оскільки обов'язковою умовою для визнання певної поведінки суб'єкта рекламної діяльності протиправною є наявність в її діях всіх елементів складу правопорушення. Розуміння поняття «склад правопорушення» не є предметом дискусій, тому вважаємо допустимим використання його наступного визначення: «юридична конструкція, що складається із системи ознак (елементів) акта поведінки, необхідних та достатніх для кваліфікації його правопорушення і притягнення правопорушника до юридичної відповідальності»<sup>3</sup>. Структурно склад правопорушення є поєднанням чотирьох елементів: об'єкт, об'єктивна сторона, суб'єкт, суб'єктивна сторона<sup>4</sup>.

Об'єкт є найголовнішим елементом складу адміністративного інформаційного правопорушення. Він зумовлює не тільки виникнення адміністративно-правової заборони, але й значною мірою юридичну структуру, обсяг і межі адміністративно-правової охорони<sup>5</sup>.

В науковій літературі існують декілька концепцій об'єкта правопорушень. На думку одних вчених об'єкт слід розглядати як охоронювані законом суспільні відносини<sup>6</sup>. Інші дослідники, яких меншість, визначають об'єкт адміністративного інформаційного правопорушення через соціальні блага, обґрунтовуючи свою позицію посиланням на норми Конституції України про визначальне значення прав і свобод людини та громадянина для спрямування діяльності держави<sup>8</sup>.

<sup>1</sup> Закон про рекламу 1996. (Верховна Рада України). *Офіційний сайт Верховної Ради України*. <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>>. (2019, червень, 19).

<sup>2</sup> Андрощук, Г. О., Шкляр, С. В. (2012). *Конкурентне право: захист від недобросовісної конкуренції*. Київ: Юстініан, 398.

<sup>3</sup> Скакун О. Ф. (2010). *Теорія права та держави*. Київ: Алерта; КНТ, 459.

<sup>4</sup> Скакун О. Ф. (2010). *Теорія права та держави*. Київ: Алерта; КНТ, 459-460.

<sup>5</sup> Заярний, О. А. (2015). Концептуальна природа та види об'єктів адміністративних інформаційних правопорушень. *Адміністративне право та процес, 1*, 129.

<sup>6</sup> Правдюк, С. М. (2015). *Інформаційні правопорушення*. Автореф. дис. канд. юрид. наук. Національний університет біоресурсів і природокористування України, Київ.

<sup>7</sup> Стрельников, А. В. (2004). *Адміністративна відповідальність за порушення законодавства про рекламу*. Дис. канд. юрид. наук. Одеська національна юридична академія, Одеса, 37.

<sup>8</sup> Заярний, О. А. (2015). Концептуальна природа та види об'єктів адміністративних інформаційних правопорушень. *Адміністративне право та процес, 1*, 129-145.

Ми погоджуємося з останнім підходом до визначення об'єкту з огляду на наступне. У випадку використання суспільних відносин в якості об'єкта охорони, виникає питання, який саме елемент цих відносин повинен охоронятися: суб'єкт, об'єкт чи зміст. При поширенні шкідливої інформації рекламного характеру шкода завдається не відносинам в цілому, а конкретним інтересам того або іншого суб'єкта. Лише наявність у дитини права на доступ до повної та достовірної інформації, а також права на нормальний фізичний, психологічний або моральний розвиток встановлює міру дозволеної поведінки суб'єктів рекламної діяльності. Посягання на належні дитині права, порушення її інтересів тягне за собою негативну реакцію з боку держави у вигляді накладення відповідних стягнень на рекламодавці або розповсюджувачів реклами. Більше того в статті 1 КУпАП до завдань держави було віднесено охорону прав і свобод, а не суспільних відносин.

Таким чином, об'єктом адміністративних інформаційних правопорушень у галузі реклами, пов'язаних із негативним інформаційним впливом на дітей, є ті соціальні блага, на забезпечення правової охорони яких спрямована діяльність держави, а саме: право дитини на інформацію та право на нормальний фізичний, психічний та духовний розвиток.

«Об'єктивна сторона інформаційного правопорушення – це зовнішні ознаки та обставини, які характеризують інформаційне правопорушення»<sup>1</sup>. Основним елементом об'єктивної сторони є діяння. Протиправне діяння являє собою дію або бездіяльність, вчинене суб'єктом рекламної діяльності, що полягає у порушенні прав дитини та поширенні шкідливої інформації. Протиправні дії є вольовим актом порушника, який вчиняється всупереч встановленим в законодавстві обов'язкам та заборонам, тоді як бездіяльність є пасивною поведінкою, зміст якої виражається у невжитті заходів, які суб'єкт зобов'язаний здійснювати відповідно до законодавства. В галузі реклами можуть мати місце як протиправні дії, так і протиправна бездіяльність.

Протиправні дії виражаються у порушенні встановлених в законодавстві заборон на виробництво чи поширення реклами (виробництво реклами продукції для дорослих із залученням дітей; розміщення реклами алкогольних напоїв у виданнях для дітей). Тоді як бездіяльність може проявлятися в наступних формах:

- невиконання обов'язкової вимоги до змістовного наповнення рекламного повідомлення (виробництво реклами без вміщення до її вмісту відомостей, які відповідно до закону є обов'язковими);
- не усунення порушень у відповідь на вимогу суб'єктів публічної адміністрації;
- ненадання інформації на вимогу контролюючих органів у галузі реклами.

Правопорушення в галузі реклами в переважній більшості випадків є правопорушеннями з формальним складом, оскільки головною причиною для притягнення до адміністративної відповідальності є порушення правил здійснення рекламної діяльності. Тобто не залежно від того, чи була завдана шкода адресату рекламного повідомлення, суб'єкт рекламної діяльності буде нести відповідальність.

Однак в деяких статтях Закону України «Про рекламу» шкода відіграє роль обов'язкової ознаки об'єктивної сторони. До таких випадків відноситься:

- 1) частина 4 статті 7 – реклама не повинна завдавати шкоди дітям;
- 2) частина 3 статті 20 – реклама не повинна завдавати дітям моральної чи фізичної шкоди<sup>2</sup>.

На нашу думку, існування подібних норм є обґрунтованим, оскільки законодавець не може оперативним чином реагувати на всі форми протиправної поведінки. І завдяки подібним узагальненим положенням можливим є захист прав та законних інтересів дитини у випадку, якщо дитини постраждає від реклами, яка не порушила формальних законодавчих заборон. В той же час в законодавстві України міститься незначна кількість норм, орієнтованих на охорону дітей від шкідливої інформації і переважна їх більшість є доволі абстрактними. Однак, на нашу думку, подібний підхід не дозволить забезпечити системність у протидії поширенню шкідливої інформації. Саме тому, доцільним є розширення вимог до змісту та форми реклами, цільовою аудиторією якої є діти, шляхом включення більшої кількості формальних заборон та правил поведінки.

Отже, об'єктивна сторона адміністративних інформаційних правопорушень у галузі реклами, пов'язаних із негативним інформаційним впливом на дітей, полягає у вчиненні передбачених

<sup>1</sup> Коваленко, Л. П. (2013). Деякі питання щодо правопорушень в інформаційній сфері. *Форум права*, 4, 159.

<sup>2</sup> *Закон про рекламу 1996*. (Верховна Рада України). *Офіційний сайт Верховної Ради України*. <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>>. (2019, червень, 19).

у законодавстві про рекламу протиправних діянь, які порушують права та законні інтереси дитини, і в окремих випадках можуть заподіяти фізичну або моральну шкоду споживачу реклами.

«Поняття суб'єкта адміністративного правопорушення включає в себе сукупність зазначених в законі ознак, які повинна мати особа для того, щоб вчинене нею діяння було визнане адміністративним правопорушенням»<sup>1</sup>.

В Законі України «Про рекламу» передбачено відповідальність для трьох груп суб'єктів: рекламодавця, розповсюджувача реклами та виробника реклами. Як було зазначено вище, в межах цього дослідження увага буде зосереджена виключно на перших двох.

За загальним правилом адміністративні стягнення застосовуються до фізичних осіб в порядку, визначеному КУпАП. На рівні КУпАП юридична особа не є загальним суб'єктом адміністративної відповідальності, незважаючи на включення до його змісту статті 14-2, в якій допускається застосування адміністративних стягнень до юридичних осіб. Однак суб'єктами адміністративної відповідальності за порушення законодавства про рекламу є як фізичні, так і юридичні особи, оскільки Закон України «Про рекламу» не містить жодних прямих вказівок щодо суб'єктного складу адміністративного правопорушення.

Наука адміністративного права визнає існування адміністративної відповідальності юридичних осіб. Її пропонують розглядати як самостійний інститут адміністративної відповідальності<sup>2</sup> або як підінститут вказаного інституту<sup>3</sup>. Такі дослідження проводяться науковцями навіть незважаючи на те, що поняття «адміністративна відповідальність» стосовно юридичних осіб в законодавстві не вживається, а нормативно-правовий акт, який би містив загальні положення щодо накладення санкцій на юридичних осіб, з часів проголошення незалежності не приймався. Навіть Господарський кодекс України від 16.01.2003 року № 436-IV, в якому «вперше було зроблено спробу визначити загальні засади адміністративної відповідальності юридичних осіб»<sup>4</sup> не охоплює сферою своєї дії всі форми адміністративної відповідальності юридичних осіб.

На нашу думку, несистемність нормативного забезпечення процедури притягнення до адміністративної відповідальності юридичних осіб та відокремленість її від аналогічної процедури для фізичних осіб негативно відображається на захисті дітей від шкідливої інформації. Зокрема, як описувалося вище, відбувається змішування норм, які стосується контролю та адміністративної відповідальності, з'являються прогалини в правовому регулюванні. Як наслідок, доволі обґрунтованими виглядають пропозиції щодо необхідності реформування законодавства про адміністративну відповідальність шляхом прийняття нового кодифікованого акту, в якому суб'єктом адміністративної відповідальності визнавалися б як фізична, так і юридична особа<sup>5</sup>.

Однак до моменту реформування законодавства вважаємо, що юридична особа може бути суб'єктом адміністративних правопорушень, оскільки в Законі України «Про рекламу» відсутні положення, які цього не допускали б. Відповідно, суб'єктом адміністративних інформаційних правопорушень у галузі реклами, пов'язаних із негативним інформаційним впливом на дітей, є деліктоздатні рекламодавці та розповсюджувачі реклами, які можуть мати статус як фізичної особи чи фізичної особи-підприємця, так юридичної особи.

Суб'єктивна сторона – це суб'єктивне (психічне) ставлення суб'єкта правопорушення до вчиненого протиправного діяння та його наслідків. Вона складається з вини, а також таких факультативних елементів, як мотив та мета<sup>6</sup>. Слід зауважити, що більшість складів правопорушень у галузі реклами, пов'язаних зі шкідливим впливом інформації, є формальними, тому для кваліфікації діянь не має значення ставлення особи до шкідливих наслідків правопорушення.

<sup>1</sup> Савчишкін, Д. Б. (2011) Информационно-административное правонарушение: понятие, признаки, состав. *Административное и муниципальное право*, 7, 71–82. <<https://wiselawyer.ru/poleznoe/51930-informacionno-administrativnoe-pravonarushenie-ponyatie-priznaki-sostav>>. (2019, червень, 19).

<sup>2</sup> Битяк, Ю. П., Гарашук, В. М. (ред.). (2010). *Административне право*. Харків: Право, 191.

<sup>3</sup> Зима, О. Т. (2001). *Административна відповідальність юридичних осіб*. Дис. канд. юрид. наук. Національна юридична академія України ім. Ярослава Мудрого, Харків, 60.

<sup>4</sup> Битяк, Ю. П., Гарашук, В. М. (ред.). (2010). *Административне право*. Харків: Право, 190.

<sup>5</sup> Зима, О. Т. (2001). *Административна відповідальність юридичних осіб*. Дис. канд. юрид. наук. Національна юридична академія України ім. Ярослава Мудрого, Харків, 82-84.

<sup>6</sup> Тихомиров, О. О., Тугарова, О. К. (2015). *Юридична відповідальність за правопорушення в інформаційній сфері*. Київ: Національна академія СБУ, 17-18.

Вина є основним та обов'язковим елементом суб'єктивної сторони. Вона позначає психічне ставлення особи до вчиненого діяння та його наслідків<sup>1</sup>. Варто відзначити, що в межах досліджуваної групи правопорушень форма вини (умисел чи необережність) не впливає на кваліфікацію діяння як протиправного.

Враховуючи, що суб'єктами правопорушень у галузі реклами можуть бути як фізичні, так і юридичні особи, предметом для дискусій в межах цієї ознаки суб'єктивної сторони є проблема виділення вини юридичної особи у вчиненні адміністративного інформаційного правопорушення. Якщо у фізичної особи завжди можна визначити її суб'єктивне ставлення до власної поведінки, то юридична особа, будучи юридичною фікцією, не може мати цієї характеристики в її класичному розумінні. У зв'язку з цим в науковій літературі сформувався два підходи до характеристики вини юридичної особи. Перший – полягає у фактичному ототожненні вини юридичної особи з виною її працівників або її органів, а в межах другого вважається необхідним визначити, чи були вжиті всі заходи для належного виконання правил публічного адміністрування та недопущення правопорушення<sup>2</sup>. Другий підхід також отримав назву об'єктивного ставлення у вини, «згідно з яким особа визнається винною у вчиненні адміністративного проступку, якщо буде доведено: а) що саме вона вчинила правопорушення; б) що вона була в змозі вжити заходи з дотримання вимог правил і норм, за порушення яких передбачено адміністративну відповідальність, але не зробила цього»<sup>3</sup>.

Ми поділяємо позиції вчених, які вважають, що «організація не наділена ні психікою, ні волею, ні свідомістю»<sup>4</sup>, а тому необґрунтованим є трактування вини юридичної особи як психічного ставлення до вчинюваного правопорушення.

Також, на нашу думку, безпідставним є поширенням вини посадової особи чи трудового колективу на юридичну особу в цілому. Наприклад, останній може взагалі не існувати або бути настільки багаточисельним, що більшість працівників навіть не будуть підозрювати про допущені правопорушення. В свою чергу ототожнення посадової особи юридичної особи із самою юридичною особою слід розуміти як деструктивне змішування відповідних понять, оскільки посадова особа є самостійним суб'єктом відповідальності на рівні з юридичною особою<sup>5</sup>. Отже, екстраполяція вини посадової особи чи трудового колективу на юридичну особу є штучною і вина юридичної особи, у розумінні психічного ставлення до вчинюваного діяння, все одно не буде формуватися, адже юридична особа продовжує залишатися фікцією.

Тобто ми вважаємо найбільш обґрунтованим підходом при характеристиці вини юридичної особи у вчиненні адміністративних інформаційних правопорушень у галузі реклами, пов'язаних із негативним інформаційним впливом на дітей, використання концепції об'єктивного ставлення у вини. Відповідно, поведінка суб'єкта рекламної діяльності – юридичної особи буде кваліфікуватися як адміністративне інформаційне правопорушення, якщо порушник не буде дотримуватися правил створення, виробництва та поширення реклами або не зробить все від нього залежне для недопущення адміністративного інформаційного правопорушення. У свою чергу дотримання встановлених в законодавстві правил здійснення рекламної діяльності означитиме відсутність вини такого суб'єктів.

З вищевказаного слід зробити висновок, що вини суб'єкта рекламної діяльності – юридичної особи при вчиненні правопорушень з досліджуваної нами групи правопорушень слід визначити як

<sup>1</sup> Савчишкін, Д. Б. (2011) Информационно-административное правонарушение: понятие, признаки, состав. Административное и муниципальное право, 7. <<https://wiselawyer.ru/poleznoe/51930-informacionno-administrativnoe-pravonarushenie-ponyatie-priznaki-sostav>>. (2019, червень, 19).

<sup>2</sup> Стрельников, А. В. (2004). *Адміністративна відповідальність за порушення законодавства про рекламу*. (Дис. канд. юрид. наук). Одеська національна юридична академія, Одеса, 110.

<sup>3</sup> Гуржій, Т. О. (2014). Перспективи розвитку адміністративно-деліктного законодавства України. *Адміністративне право і процес*, 3(9), 156-168.

<sup>4</sup> Панова, И. В. (2007). Еще раз о двух тенденциях, разрушающих целостность института административной ответственности. *Вестник Высшего Арбитражного Суда Российской Федерации*, 8. <<https://wiselawyer.ru/poleznoe/23398-eshhe-dvukh-tendenciya-razrushayushhikh-целостность-института-административной>>. (2019, червень, 19).

<sup>5</sup> Шерстобоев, О. Н. (2012). К вопросу о вине юридических лиц как конструктивном признаке состава административного правонарушения. *Безопасность бизнеса*, (2). <<http://www.justicemaker.ru/view-article.php?id=25&art=4012>>. (2019, червень, 19).

невжиття заходів для дотримання правил здійснення рекламної діяльності, що призвело до створення та поширення шкідливої інформації, яка може мати негативний вплив на фізичний, психологічний чи моральний розвиток дитини.

Мотив та мета правопорушення є його факультативними ознаками та мають юридичне значення переважно в правопорушенні з матеріальним складом. В силу того, що стаття 27 Закону України «Про рекламу» пов'язує факт вчинення правопорушення лише з порушення правил створення, розповсюдження та виробництва реклами, мотив та мету не є змістоутворюючими критеріями для процедури доказування у цих категоріях правопорушень. Саме тому в межах цієї наукової статті дані елементи суб'єктивної сторони досліджуватися не будуть.

**Висновки.** Підсумовуючи все вище викладене, слід зазначити, що в межах даної статті було сформульоване наступне визначення адміністративного інформаційного правопорушення в галузі реклами, пов'язаного із негативним інформаційним впливом на дітей. Під ними пропонується розуміти протиправне, соціально шкідливе, винне діяння (дія або бездіяльність) деліктоздатного суб'єкта, передбачене актами інформаційного законодавства, виражене у порушенні правил зайняття рекламною діяльністю, внаслідок чого може бути завдана шкода інформаційним правам дитини та суспільному інформаційному правопорядку.

Основними елементами складу адміністративного інформаційного правопорушення в галузі реклами, пов'язаного із негативним інформаційним впливом на дітей, є:

1) об'єкт правопорушення – ті соціальні блага, на забезпечення правової охорони яких спрямована діяльність держави, а саме: право дитини на інформацію та право на нормальний фізичний, психічний та духовний розвиток;

2) об'єктивна сторона правопорушення, що полягає у вчиненні передбачених у законодавстві про рекламу протиправних діянь, які порушують права та законні інтереси дитини, і в окремих випадках можуть заподіяти фізичну або моральну шкоду споживачу реклами;

3) суб'єкт правопорушення – до основних суб'єктів правопорушення належать деліктоздатні рекламодавці та розповсюджувачі реклами, які можуть мати статус як фізичної особи чи фізичної особи-підприємця, так юридичної особи.

4) суб'єктивна сторона правопорушення – її основним елементом є вина суб'єкта рекламної діяльності, яка полягає у невжитті заходів для дотримання правил здійснення рекламної діяльності, що призвело до створення та поширення шкідливої інформації, яка може мати негативний вплив на фізичний, психологічний чи моральний розвиток дитини.

## References:

1. Tykhomyrov, O. O., Tuharova, O. K. (2015). *Yurydychna vidpovidalnist za pravoporushennia v informatsiinii sferi* [Legal liability for offenses in the information sphere]. Kyiv: Natsionalna akademiia SBU. [in Ukrainian].
2. Bieliakov, K. I. (ed.). (2019). *Yurydychna vidpovidalnist za pravoporushennia v informatsiinii sferi ta osnovy informatsiinoi deliktologii* [Legal liability for violations in the information sphere and fundamentals of information delictology]. Kyiv: KVITs. [in Ukrainian].
3. Stoietskyi, O. V. (2013). *Administratyvna vidpovidalnist za pravoporushennia u sferi informatsiinoi bezpeky Ukrainy* [Administrative liability for violations in the field of information security of Ukraine]. PhD Thesis. Derzhavnyi vyshchyi navchalnyi zaklad «Zaporizkyi natsionalnyi universytet» Ministerstva osvity i nauky, molodi ta sportu Ukrainy, Zaporizhia. [in Ukrainian].
4. Pravdiuk, S. M. (2015). *Informatsiini pravoporushennia* [Information offenses]. Extended abstract of PhD Thesis. Natsionalnyi universytet biosursiv i pryrodokorystuvannia Ukrainy, Kyiv. [in Ukrainian].
5. Yesimov, S. S. (2014). *Yurydychna pryroda administratyvnykh pravoporushen u informatsiinii sferi* [The legal nature of administrative violations in the area of information]. *Naukovyi visnyk Lvivskoho derzhavnoho universytetu vnutrishnikh sprav. Seriya Yurydychna* [The Scientific Bulletin of Lviv State University of Internal Affairs. Legal series], no. 4, 128-136. [in Ukrainian].
6. Polushkin, A. V. (2009). *Informacionnoe pravonarushenie: ponjatie i vidy* [Information offense: the concept and types]. Extended abstract of PhD Thesis. Ural'skaja gosudarstvennaja juridicheskaja akademiya, Yekaterinburg. <<http://www.law.edu.ru/book/book.asp?bookID=1357650>> (2019, June, 19). [in Russian].
7. Zaiarnyi, O. A. (2017). *Pravove zabezpechennia rozvytku informatsiinoi sfery Ukrainy: administratyvno-deliktnyi aspekt* [Legal framework for the development of the information sphere of Ukraine: the administrative and tort aspect]. Kyiv: Vydavnychyi dim «Halvetyka». [in Ukrainian].
8. *Zakon pro reklamu 1996* (Verkhovna Rada Ukrainy) [Law on advertising 1996 (Verkhovna Rada of Ukraine)]. *Ofitsiynyj sayt Verkhovnoyi Rady Ukrainy*. [The official website of the Verkhovna Rada of Ukraine]. <<https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80>>. (2019, June, 19). [in Ukrainian].

9. *Kodeks Ukrainy pro administratyvni pravoporushennia 1984* (Verkhovna Rada URSS) [Code of Ukraine on Administrative Offenses 1984 (Verkhovna Rada of USSR)]. *Ofitsiynyy sayt Verkhovnoyi Rady Ukrayiny*. [The official website of the Verkhovna Rada of Ukraine]. <<https://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/80731-10>>. (2019, June, 19). [in Ukrainian].
10. Androshchuk, H. O., Shkliar, S. V. (2012). *Konkurentne pravo: zakhyst vid nedobrosovisnoi konkurentsii* [Competition Law: Protection against Unfair Competition]. Kyiv: Yustinian. [in Ukrainian].
11. Skakun O. F. (2010). *Teoriia prava ta derzhavy* [Theory of law and state]. Kyiv: Alerta; KNT. [in Ukrainian].
12. Zaiarnyi, O. A. (2015). Kontseptualna pryroda ta vydy ob'ektiv administratyvnykh informatsiinykh pravoporushen [The conceptual nature and types of the objects of administrative information offenses]. *Administratyvne pravo ta protses* [Administrative law and process], no. 1, 129-145. [in Ukrainian].
13. Strelnykov, A. V. (2004). *Administratyvna vidpovidalnist za porushennia zakonodavstva pro reklamu* [Administrative liability for violation of the legislation on advertising]. PhD Thesis. Odeska natsionalna yurydychna akademiia, Odesa. [in Ukrainian].
14. Kovalenko, L. P. (2013). Deiaki pytannia shchodo pravoporushen v informatsiinii sferi [Some questions about offenses in the information sphere]. *Forum prava* [Forum of Law], no. 4, 158-167. [in Ukrainian].
15. Savchyskyn, D. B. (2011) Ynformatsyonno-admynystratyvnoe pravonarushenye: ponyatie, pryznaky, sostav [Information-administration offence: definition, features, contents]. *Admynystratyvnoe y munitsypalnoe pravo* [Administrative and municipal law], no. 7. <<https://wiselawyer.ru/poleznoe/51930-informacionno-administrativnoe-pravonarushenie-ponyatie-priznaki-sostav>>. (2019, June, 19). [in Russian].
16. Bytiak, Yu. P., Harashchuk, V. M. (eds.). (2010). *Administratyvne pravo* [Administrative Law]. Kharkiv: Pravo. [in Ukrainian].
17. Zyma, O. T. (2001). *Administratyvna vidpovidalnist yurydychnykh osib* [Administrative liability of legal entities]. PhD Thesis. Natsionalna yurydychna akademiia Ukrainy im. Yaroslava Mudroho, Kharkiv. [in Ukrainian].
18. Hurzhii, T. O. (2014). Perspektyvy rozvytku administratyvno-deliktneho zakonodavstva Ukrainy [Prospects for the development of administrative-delictual law of Ukraine]. *Administratyvne pravo ta protses* [Administrative law and process], no. 3 (9), 156-168. [in Ukrainian].
19. Panova, I. V. (2007). Eshhe raz o dvuh tendencijah, razrushajushhikh celostnost' instituta administrativnoj otvetstvennosti [Once again about two trends that destroy the integrity of the institution of administrative responsibility]. *Vestnik Vysshogo Arbitrazhnogo Suda Rossijskoj Federacii* [Bulletin of the Supreme Commercial Court of the Russian Federation], no. 8. <<https://wiselawyer.ru/poleznoe/23398-eshhe-dvukh-tendenciyakh-razrushayushhikh-celostnost-instituta-administrativnoj>>. (2019, June, 19). [in Russian].
20. Sherstoboev, O. N. (2012). K voprosu o vine juridicheskikh lic kak konstruktivnom priznake sostava administrativnogo pravonarusheniya [To the question of the fault of legal entities as a constructive indication of the composition of an administrative offense]. *Bezopasnost' biznesa* [Business security], no. 2. <<http://www.justicemaker.ru/view-article.php?id=25&art=4012>>. (2019, June, 19). [in Russian].