



АПАРАТ ВЕРХОВНОЇ РАДИ УКРАЇНИ

Головне науково-експертне управління

01008, м. Київ-8, вул. М. Грушевського, 5, тел.: 255-40-25, 255-45-01; факс: 255-41-86

№ 16/3-664/9029(227460)

"31" 10 2018 р.

ВИСНОВОК

**на проект Закону України «Про внесення змін до статті 13
Закону України «Про рекламу» щодо обмеження обсягів платної
реклами у засобах масової інформації»
(реєстр. № 9029 від 03.09.2018 р.)**

У законопроекті шляхом внесення змін до статті 13 Закону України «Про рекламу» (далі – Закон) пропонується обмежити продаж телерадіоорганізаціями кожному кандидату та політичній партії протягом строку ведення передвиборної агітації ефірного часу 60 хвилинами сукупно, а протягом однієї астрономічної доби – не більше і не менше 2,5 хвилин, які надаються одним відрізком. Також встановлюється заборона на надання ефірного часу кандидатам, що включені до виборчого списку політичних партій, та кандидатам від політичних партій в одномандатних округах.

Як зазначено у п. 2 пояснювальної записки до законопроекту, метою його прийняття є покращення умов ведення політичної агітації та зменшення залежності кандидатів на вибори від суб'єктів, що їх спонсорують.

За результатами розгляду законопроекту Головне науково-експертне управління вважає за доцільне висловити щодо нього такі зауваження і пропозиції.

1. Помилковим виглядає пропозиція розташування норм виборчого права в Законі, який визначає засади рекламної діяльності в Україні, регулює відносини, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами. У проекті Закону не враховуються чинні положення профільних законів України «Про вибори Президента України» (статті 60, 61), «Про вибори народних депутатів України» (стаття 72), «Про місцеві вибори» (статті 57, 59), що призведе (у разі прийняття проекту Закону) до суттєвих ускладнень у правозастосуванні.

Так, в проекті Закону пропонується в новому абзаці другому частини першої статті 13 Закону зазначити, що «Телеорганізація має право продати кожному кандидату та політичній партії протягом строку ведення передвиборної агітації не більше 60 хвилин ефірного часу сукупно, а протягом однієї астрономічної доби – не більше і не менше 2,5 хвилин, які надаються одним відрізком». Разом з тим, можливість ведення передвиборчої агітації надається не «кожному кандидату та політичній партії», а лише

суб'єктам виборчого процесу. Так, наприклад, відповідно до частини 13 статті 72 Закону України «Про вибори народних депутатів України» замовниками політичної реклами під час виборчого процесу для показу телерадіоорганізаціями може бути тільки партія, кандидати у депутати від якої зареєстровані у загальнодержавному окрузі, та кандидати у депутати в одномандатних округах. Аналогічні положення містяться в законах України «Про вибори Президента України» (частина 4 статті 61), «Про місцеві вибори» (частина 5 статті 59).

Крім того, новели абзацу другого частини першої статті 13 Закону («телеорганізація має право продати кожному кандидату та політичній партії протягом строку ведення передвиборної агітації не більше 60 хвилин ефірного часу сукупно, а протягом однієї астрономічної доби – не більше і не менше 2,5 хвилин, які надаються одним відрізком») допускають різне тлумачення. Тобто, є абсолютно незрозумілим, чи це означає, що одному кандидату (політичній партії) може бути продано не більше 60 хвилин ефірного часу, чи означає, що протягом доби всім кандидатам (політичним партіям) може бути продано сукупно 60 хвилин ефірного часу.

2. У проекті Закону встановлюється заборона «надавати ефірний час кандидатам, що включені до виборчого списку політичних партій та кандидатам від політичних партій в одномандатних округах» (новий абзац другий частини першої статті 13 Закону). Це означає, що кандидат в одномандатному окрузі, який не пов'язаний з політичною партією, може отримати ефірний час на радіо і телебаченні, а кандидат, висунутий політичною партією – не може. Однак, такі новели виглядають необґрунтованими та такими, що порушують принцип рівності, закріплений в законодавчих актах, які регулюють проведення виборів. Так, наприклад, відповідно до пункту 5 частини п'ятої статті 3 Закону України «Про вибори народних депутатів України» рівність прав і можливостей кандидатів у депутати, партій – суб'єктів виборчого процесу брати участь у виборчому процесі забезпечується, зокрема, рівним та неупередженим ставленням засобів масової інформації до кандидатів у депутати, партій – суб'єктів виборчого процесу. Аналогічні за змістом положення містяться також у пункті 5 частини четвертої статті 4 Закону України «Про місцеві вибори» та у пункті 5 частини четвертої статті 3 Закону України «Про вибори Президента України».

3. Законопроект має вади техніко-юридичного характеру.

3.1. Так, у разі внесення змін до закону, викладеного в новій редакції, зміни вносяться до його оновленої редакції з посиланням на джерело його оприлюднення. При цьому посилання на всі попередні редакції закону не здійснюється. Натомість у законопроекті здійснюється посилання на джерело оприлюднення Закону України «Про рекламу» в редакції від 3 липня 1996 року, тоді як 11 липня 2003 року цей Закон був прийнятий у новій редакції.

3.2. На нашу думку, назва законопроекту дещо не відповідає змісту законодавчої ініціативи. Адже виходячи із його назви можна дійти висновку, що в ньому йдеться про обмеження загалом платної реклами у засобах масової інформації, проте фактично у проекті пропонується лише частково змінити правила проведення передвиборчої агітації на телебаченні та радіо.

3.3. Зауваження викликає структура законопроекту, який має складатися з двох розділів (а не пунктів), де в першому розділі викладається основний зміст проекту закону, а в другому – «Прикінцеві положення» – зазначається строк набрання чинності законом та викладаються доручення, що зумовлені його прийняттям.

Узагальнюючий висновок: за результатами розгляду у першому читанні законопроект доцільно відхилити.

**Заступник керівника
Головного управління**



А.М. Ришелюк

Вик.: В.І. Грицак, В. О. Гергелійник