



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

№ 16/3-574/8616(196190)

"21" 09 2018 р.

ВИСНОВОК

на проект Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо розповсюдження соціальної реклами на телебаченні і радіо»
(реєстр. № 8616 від 16.07.2018 р.)

У законопроекті пропонується внести зміни до законів України «Про рекламу», «Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення» та «Про телебачення і радіомовлення» з метою врегулювання питань, пов'язаних з розповсюдженням соціальної реклами на телебаченні і радіо (п. 2 пояснювальної записки).

Як зазначається в пояснювальній записці, прийняття законопроекту дасть змогу запровадити чіткі правила розповсюдження соціальної реклами та забезпечить максимальне інформування громадян про актуальні суспільно-важливі та благородні цінності сьогодення, а також сприятиме формуванню соціально відповідального телерадіопростору (п.п. 4, 5).

Головне науково-експертне управління, в цілому позитивно оцінюючи внесену законодавчу пропозицію, разом з тим вважає за доцільне висловити щодо законопроекту такі зауваження і пропозиції.

1. Деякі зміни, які пропонуються у законопроекті, виходять за межі предмету його правового регулювання. Адже, виходячи з назви та мети проекту Закону, він спрямований на законодавче врегулювання питань, пов'язаних з розповсюдженням соціальної реклами на телебаченні і радіо. Це, зокрема, стосується змін щодо виключення абзацу другої частини другої статті 17, нової редакції частини третьої статті 17 Закону України «Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення», змін до абзацу четвертого частини одинадцятої статті 72 Закону України «Про телебачення і радіомовлення».

2. Частину другу статті 12 Закону України «Про рекламу» пропонується викласти у новій редакції, відповідно до якої «соціальна реклама не повинна містити зазначення прізвищ, імен, по-батькові фізичних осіб, посилань на конкретний товар та/або його виробника, на рекламодавця (крім випадків, коли рекламодавцем є громадське об'єднання чи благодійна організація, які не мають на меті отримання прибутку), на об'єкти права інтелектуальної власності, що належать виробнику товару або рекламодавцю соціальної реклами, крім реклами національних фільмів». На нашу думку, зазначення

відповідного уточнення щодо громадських об'єднань та благодійних організацій є зайвим з огляду на їх непідприємницьку правову природу, закріплену в спеціальних законах. Так, відповідно до частини п'ятої статті 1 Закону України «Про громадські об'єднання» громадське об'єднання зі статусом юридичної особи є непідприємницьким товариством, основною метою якого не є одержання прибутку. Згідно з п. 3 частини першої статті 1 Закону України «Про благодійну діяльність та благодійні організації» благодійна організація визначається як юридична особа приватного права, установчі документи якої визначають благодійну діяльність в одній чи кількох сферах, визначених цим Законом, як основну мету її діяльності.

3. Відповідно до нової частини восьмої статті 12 Закону України «Про рекламу» Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення здійснює ведення Державного реєстру соціальної реклами, яка відповідає вимогам чинного законодавства та на яку отриманий висновок Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення. Разом з тим, у законопроекті не визначаються питання щодо інформації, яка буде вноситися до такого реєстру, гарантій та ступеня її захисту, відсутні положення, якими передбачалося б затвердження відповідного порядку ведення згаданого реєстру. Очевидно, що ведення та функціонування цього реєстру потребуватиме додаткових витрат з державного бюджету. Тому відповідно до частини першої статті 27 Бюджетного кодексу України та частини третьої статті 91 Регламенту Верховної Ради України до законопроекту мають додаватися фінансово-економічне обґрунтування (розрахунок розміру витрат) та пропозиція щодо покриття цих витрат.

4. Вбачається сумнівним припис нового абзацу четвертого статті 13 Закону України «Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення» щодо віднесення до наглядових повноважень Національної ради «нагляду щодо відповідності змісту аудіовізуальної інформації вимогам чинного законодавства».

На думку Головного управління, запропонована новела фактично дублюватиме положення приписів чинної редакції статті 13 цього Закону.

В контексті ідеології законодавчої пропозиції, мова скоріш за все мала б йти про додатковий «нагляд за дотриманням телерадіоорганізаціями вимог законодавства України у сфері реклами». При цьому, запропоноване формулювання «нагляд щодо відповідності змісту аудіовізуальної інформації» фактично є синонімічним «моніторингу телерадіопрограм».

5. Сумнівною вбачається пропозиція виключити з чинної редакції частини другої статті 17 Закону України «Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення» припис щодо права Національної ради приймати регуляторні акти виключно у випадках, передбачених законом. Такі зміни, на нашу думку, можуть призвести до необґрунтованого розширення дискреційних повноважень регулятора та потребують більш виваженого підходу.

Зазначені міркування в повній мірі стосуються й пропозиції нової редакції частини третьої статті 17 цього Закону, згідно з якими відповідні нормативно-правові акти регулятора не потребуватимуть державної реєстрації в Міністерстві юстиції України.

6. Законопроект має вади техніко-юридичного характеру. 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.

Частину четверту статті 27 Закону України «Про рекламу» пропонується доповнити новим абзацом, відповідно до змісту якого Національна рада застосовує санкції за порушення телерадіоорганізаціями порядку розповсюдження соціальної реклами відповідно до Закону України «Про телебачення і радіомовлення». Натомість зазначена частина присвячена розміру та порядку накладення штрафів центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів. Тому відповідну нову відсилочну норму, з точки зору законодавчої техніки, доцільніше розмістити як окрему частину.

7. Зауваження викликає також порядок набрання чинності Законом, проект якого розглядається, – «з дня, наступного за днем його офіційного опублікування» (пункт 1 розділу II «Прикінцеві положення»), адже реалізація положень проекту потребує комплексного оновлення підзаконної нормативно-правової бази, на яке Кабінету Міністрів України дається три місяці (пункт 2 розділу II проекту) та здійснення низки практичних заходів. У зв'язку із цим, на думку управління, Закон повинен вводитись в дію щонайменше через три місяці після дня його опублікування.

Узагальнюючий висновок: за результатами розгляду в першому читанні законопроект доцільно повернути суб'єкту права законодавчої ініціативи на доопрацювання.

**Перший заступник
керівника Головного управління**

С. Гудзинський

Вик.: В. Грицак, О. Макаренко