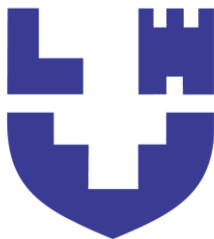


МІНІСТЕРСТВО ОСВІТИ І НАУКИ УКРАЇНИ
ЛУЦЬКИЙ НАЦІОНАЛЬНИЙ ТЕХНІЧНИЙ УНІВЕРСИТЕТ



МЕДІАПРАВО

Конспект лекцій

для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти
освітньої програми «Медіакомунікації та PR»
галузі знань «С Соціальні науки, журналістика, інформація»
спеціальності «С7 Журналістика»
денної та заочної форм навчання

Луцьк 2026

УДК 34:070
Г 72

Електронна копія друкованого видання передана для внесення в репозиторій ЛНТУ
Директор бібліотеки _____ Н.П. Поліщук

Рекомендовано до видання вченою радою факультету бізнесу та права ЛНТУ, протокол № ____ від «__» _____ 2026 року.

Голова вченої ради факультету бізнесу та права _____ Л.Л. Ковальська

Розглянуто і схвалено на засіданні кафедри права ЛНТУ, протокол № ____ від «__» _____ 2026 року

Завідувач кафедри права _____ В.В. Аніщук

Укладач: _____ С.Г. Зицик, кандидат юридичних наук, доцент кафедри права ЛНТУ

Рецензент: _____ Н.В. Рябих, кандидат юридичних наук, доцент кафедри права ЛНТУ

Відповідальний за випуск: _____ С.Г. Зицик, кандидат юридичних наук, доцент кафедри права ЛНТУ.

Г 72 Медіаправо. [Текст]: конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми «Медіакомунікації та PR» галузі знань «С Соціальні науки, журналістика, інформація» спеціальності «С7 Журналістика» денної та заочної форм навчання / уклад. С.Г. Зицик. Луцьк. ЛНТУ, 2026 с. 181

Конспект лекцій складений відповідно до чинної робочої програми з дисципліни «Медіаправо» освітньої програми «Медіакомунікації та PR». В основу конспекта лекцій покладені підручники кращих українських науковців з медіаправа, зокрема за авторством Кодацької Н. О., Філатова В. В., Еннана Р. Є.

© Зицик С.Г., 2026

ЗМІСТ

ЛЕКЦІЯ 1. *Поняття, джерела та основні категорії медіаправа*

- 1.1. Інформаційна сфера як об'єкт правового регулювання.
- 1.2. Поняття медіаправа.
- 1.3. Джерела медіа-права.
- 1.4. Характеристика нормативної бази.
- 1.5. Предмет та методи правового регулювання.

ЛЕКЦІЯ 2. *Інформаційні відносини та суб'єкти медіаправа*

- 1.1. Поняття, ознаки, види інформаційних відносин.
- 1.2. Суб'єкти інформаційних відносин.
- 1.3. Суб'єкти медіаправа.
- 1.4. Інформація як об'єкт інформаційних відносин.

ЛЕКЦІЯ 3. *Регулювання доступу до інформації*

1. Право на інформацію та гарантії його забезпечення.
2. Види інформації.
3. Режими інформації.
4. Регулювання доступу до публічної інформації.
5. Відповідальність за порушення законодавства про інформацію.
6. Реалізація права на доступ до інформації за інформаційним запитом.
7. Доступ до інформації про особу.

ЛЕКЦІЯ 4. *Регулювання захисту даних*

1. Захист персональних даних.
2. Відповідальність за поширення неправдивої інформації про фізичну, юридичну особу.
3. Спростування неправдивої інформації.
4. Моральна шкода.

ЛЕКЦІЯ 5. *Регулювання діяльності мас-медіа*

1. Організація діяльності мас-медіа, друкованих засобів масової інформації.

2. Заснування і державна реєстрація, статут мас-медіа.
3. Відносини між редакціями і посадовими особами мас-медіа і суспільством.
4. Відповідальність за порушення свободи діяльності медіа.

ЛЕКЦІЯ 6. Суспільне телебачення і радіомовлення

1. Започаткування і розвиток суспільного мовлення.
2. Правове положення «Національної суспільної телерадіокомпанії України» (НСТУ).
3. Забезпечення незалежності суспільного мовлення.
4. Статут і органи управління НСТУ.

ЛЕКЦІЯ 7. Юридичні основи видавничої діяльності

1. Структура, організація і здійснення видавничої справи.
2. Правовий статус замовників, видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів.
3. Права та обов'язки видавців.
4. Відповідальність суб'єкта видавничої справи.
5. Книжкова палата України.

ЛЕКЦІЯ 8. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення та її повноваження

1. Статус Національної ради.
2. Принципи діяльності Національної ради.
3. Склад Національної ради.
4. Статус та оплата праці членів Національної ради.
5. Повноваження членів Національної ради.

ЛЕКЦІЯ 9. Правові основи онлайн-медіа

1. Правове регулювання онлайн-медіа в Україні.
2. Відповідальність за поширення інформації в інтернеті.
3. Рішення Європейського суду з прав людини щодо свободи вираження поглядів в інтернеті.

ЛЕКЦІЯ 10. Правовий статус журналіста

1. Конституційно-правові і міжнародні норми журналістської діяльності.
2. Права, обов'язки і відповідальність журналіста при виконанні службових обов'язків.

3. Гарантії діяльності, охорона і захист журналістів при виконанні службових обов'язків.
4. Захист журналістських джерел.
5. Відповідальність за посягання на життя і здоров'я журналіста.
6. Рішення Європейського суду з прав людини щодо свободи вираження поглядів.

ЛЕКЦІЯ 11. Авторське право в мас-медіа

1. Об'єкти та суб'єкти авторського права.
2. Виникнення і реєстрація авторського права.
3. Особисті немайнові і майнові права авторів.
4. Вільне використання творів.
5. Дотримання авторського права в діяльності медіа та в інтернеті.
6. Суміжні права.
7. Відповідальність за порушення авторських і суміжних прав.

ЛЕКЦІЯ 12. Дифамація

1. Поняття дифамації.
2. Дифамаційний делікт і його складові.
3. Сторони у справах про дифамацію.
4. Звільнення від відповідальності у справах про дифамацію.

ЛЕКЦІЯ 13. Принципи і суть реклами

1. Поняття реклами та її різновиди.
2. Загальні вимоги до реклами.
3. Обмеження щодо окремих видів товарів та послуг.
4. Реклама і діти.
5. Контроль і відповідальність за порушення законодавства про рекламу.

ЛЕКЦІЯ 14. Реклама в різних типах медіа

1. Особливості розміщення реклами на телебаченні, радіо, у пресі, інших медіа.
2. Соціальна реклама.
3. Контроль і відповідальність за порушення законодавства про рекламу.

Перелік питань до екзамену
Список використаних та рекомендованих джерел

ЛЕКЦІЯ 1. ПОНЯТТЯ, ДЖЕРЕЛА ТА ОСНОВНІ КАТЕГОРІЇ МЕДІАПРАВА

ПЛАН

- 1.1. Інформаційна сфера як об'єкт правового регулювання.
- 1.2. Поняття медіаправа.
- 1.3. Джерела медіа-права.
- 1.4. Характеристика нормативної бази.
- 1.5. Предмет та методи правового регулювання.

1.1. Інформаційна сфера як об'єкт правового регулювання

Інформаційна сфера є складним, багатоаспектним об'єктом правового регулювання, що охоплює суспільні відносини, пов'язані зі збиранням, одержанням, використанням, поширенням та зберіганням інформації. В умовах сучасних гібридних загроз вона стає не лише засобом комунікації, а й полем протистояння, що підкреслює критичну важливість її правового забезпечення.

Сутність інформаційної сфери як об'єкта регулювання.

Інформаційна сфера включає:

Інформацію як таку (відомості, дані);

Суб'єктів інформаційних відносин (державні органи, фізичні та юридичні особи);

Процеси, що відбуваються у цій сфері (інформаційна діяльність, обіг даних, забезпечення безпеки);

Інформаційну інфраструктуру (інформаційно-телекомунікаційні системи, бази даних, об'єкти критичної інфраструктури).

Основні аспекти правового регулювання.

Правове регулювання інформаційної сфери в Україні здійснюється за такими ключовими напрямками:

Право на інформацію та доступ до неї: Забезпечення конституційного права громадян на вільне отримання та поширення інформації, крім обмежень, встановлених законом.

Захист інформації: Встановлення правових режимів захисту інформації з обмеженим доступом (державна таємниця, конфіденційна інформація, персональні дані).

Інформаційна безпека та кібербезпека: Формування стійкої системи захисту інформаційного простору від загроз, включаючи кібератаки та інформаційно-психологічні операції.

Регулювання інформаційної діяльності та технологій: Визначення правових засад функціонування ЗМІ, використання інформаційних технологій (ІТ) та розвитку цифрових послуг.

Інтелектуальна власність: Регулювання прав на об'єкти інтелектуальної власності, що існують в інформаційній формі.

1.2. Поняття медіаправа

Під медіаправом слід розуміти сукупність правових норм, що регулюють суспільні відносини, які виникають у процесі діяльності ЗМІ.

Необхідність створення окремої галузі “медіаправо” обумовлено зростанням ролі медіа у житті держави, а також розширенням інформаційних потреб та змісту самого права на інформацію. В таких умовах, актуальним стало створення окремої галузі права, яка врегулює інформаційні відносини, враховуючи всі деталі та особливості функціонування ЗМІ.

Медіаправо України слід розглядати як галузь права, науку та навчальну дисципліну.

Наука медіа права – це сукупність знань і теоретичних положень у сфері інформаційної діяльності медіа, метою яких є розробка основних принципів та фундаментальних механізмів здійснення такої діяльності в Україні.

За допомогою науки медіаправа відбувається постійне вдосконалення засобів правового регулювання обігу інформації та створення нових механізмів впливу на сферу медіа. На сьогодні, актуальним питанням є комплексне наукове осмислення окремих інститутів медіаправа та закономірностей функціонування інформаційної системи держави в цілому.

Дисципліна медіаправо – це розроблена програма навчання фахівців у сфері права та журналістики, яка складається з теоретичних основ регламентації інформаційних відносин які сформувались у сфері медіа. Слід зазначити, що на даному етапі дисципліна медіаправо проходить етап становлення, адже після прийняття нових законодавчих актів, виникла необхідність розробки актуальної навчально-методичної літератури. Одним із підтверджень актуальності медіаправа як галузі правового регулювання, є незначна судова практика розгляду справ про захист права на інформацію, зокрема й у сфері діяльності ЗМІ.

Принципове значення мають принципи медіаправа, під якими слід розуміти фундаментальні засади правового регулювання діяльності ЗМІ, що визначають підходи до формування державної політики та механізми контролю й розвитку.

До таких принципів належать:

– поєднання імперативних та диспозитивних методів правового регулювання сфери медіа (йдеться про баланс системи дозволів та заборон, у рамках якого учасники правовідносин набувають відповідні права, а також реалізують обов'язки);

– принцип доступності і гласності публічної інформації у сфері медіа (передбачає можливість задоволення інформаційних потреб через окремі медіа шляхом отримання та використання відкритої, офіційної інформації);

– принцип повноти, об'єктивності та достовірності інформації в медіа (передбачає максимально чіткі вимоги до інформації, яка поширюється в медіа);

– принцип двоєдності інформації та носія (механізми правового регулювання формуються на основі врахування авторського та суміжних прав, тобто права інтелектуальної власності);

– пріоритетність прав особистості та держави у сфері медіа (механізми правового регулювання медіасфери мають враховувати конституційне право громадян на приватність та виключне право держави на державну таємницю);

– принцип законності та верховенства права (регулювання діяльності ЗМІ відбувається з урахуванням норм чинного законодавства на основі рівності сторін);

– принцип відповідальності за правопорушення у сфері медіа (будь-які протиправні дії учасників сфери медіа повинні отримувати належну правову оцінку у вигляді передбачених державою санкцій);

– пріоритетність інформаційної безпеки (діяльність у сфері медіа ґрунтується на загальних засадах інформаційної безпеки, належний рівень якої забезпечує нормальне функціонування інформаційної системи держави);

– комплексність правового регулювання медіасфери (нормативно-правове забезпечення сфери медіа відбувається на основі комплексного, всеосяжного підходу, в рамках якого враховуються всі наявні ризики, загрози та виклики).

Упродовж багатьох років сфера медіа залишалася однією з проблемних сфер інформаційної діяльності в державі. Прийняття нового закону, втім, стало поштовхом у розвитку відповідної галузі правового регулювання. Попереду шлях формування цілісного законодавства, а також відповідної судової практики. Однак уже зараз можна говорити про існування в Україні окремої галузі правового регулювання у сфері медіа. Її завданням є унормування практичних питань діяльності ЗМІ; врегулювання механізмів взаємодії медіа та владних інституцій; визначення організаційних питань (створення ЗМІ, ліцензування та реєстрація тощо). На необхідності розвитку в Україні медіаправа наголошують наші європейські партнери, які в своїх рекомендаціях вказують на це, як на одну з умов успішної євроінтеграції нашої держави.

Існування медіа права як окремої галузі правового регулювання не можливе без наявності предмета та відповідної методології. Предмет галузі права являє собою сукупність таких суспільних відносин, на які спрямована дія її норм.

Здійснення ЗМІ діяльності в Україні відбувається в рамках відповідних правовідносин. Під правовідносинами у сфері медіа слід розуміти суспільні відносини, які виникають у процесі виробництва та поширення медіапродукту та врегульовані нормами медіаправа.

Ці правовідносини мають свої особливості, до числа яких належать такі, що:

- виникають відповідно до норм медіаправа, що встановлюють умови здійснення інформаційної діяльності ЗМІ;
- мають вольовий характер, тобто є виявом владнорозпорядчої діяльності органів державної влади в Україні;
- утворюють зв'язок між суб'єктами медіавідносин у вигляді комплексу юридичних прав та обов'язків, які мають забезпечити законність та верховенство права;
- основним їхнім об'єктом є масова інформація, спрямована на задоволення відповідних інформаційних потреб.

Правовідносини у сфері медіа як окремих різновид правових відносин мають свою чітко визначену структуру, тобто сукупність окремих складових, які взаємопов'язані між собою.

Отже, структура правовідносин у сфері медіа – це внутрішня побудова, тобто комплекс елементів, наявність яких у сукупності утворює цілісні правовідносини. До структури

правовідносин у сфері медіа входить суб'єкт, об'єкт та зміст. Суб'єкти правовідносин у сфері медіа – це особи, які є безпосередніми учасниками правовідносин і виступають як носії інформаційних прав та обов'язків.

Слід зазначити, що для отримання статусу суб'єкта правовідносин у сфері медіа особа повинна мати правосуб'єктність, тобто мати відповідні права й можливість нести відповідальність за власні дії.

Невід'ємною складовою інформаційних правовідносин є об'єкт. Під об'єктом правовідносин у сфері медіа слід розуміти різні види інформації, права на інформацію, а також інші предмети, явища, події та факти, які здатні задовольнити інформаційні потреби суб'єктів правовідносин.

Зміст інформаційних правовідносин – це комплекс суб'єктивних прав та обов'язків учасників правовідносин. Слід зазначити, що саме зміст визначає порядок діяльності суб'єктів. Під суб'єктивним правом учасників правовідносин у сфері медіа треба розуміти межі можливої поведінки суб'єктів, зафіксовані в нормах інформаційного права.

Під суб'єктивним обов'язком суб'єктів правовідносин у сфері медіа слід розуміти ті обов'язкові межі поведінки учасників, які закріплені в нормах чинного законодавства та мають імперативний характер. Правовідносини у сфері медіа виникають, змінюються та припиняються на підставі різних юридичних фактів.

Під юридичними фактами слід розуміти обставини, наявність яких, згідно з нормами медіа права, слід пов'язувати з виникненням, зміною або припиненням відповідних правовідносин. У медіа праві юридичні факти поділяються на дії та події. Під діями слід розуміти активну поведінку суб'єктів правовідносин у сфері медіа (правомірну або неправомірну).

Тобто дія – це вияв вольового фактора поведінки учасників правовідносин. Подія – це юридичний факт, який відбувається незалежно від волі особи, тобто це явище залежне від сил природи у різних її виявах або від інших сил, які поза впливом людини.

Отже події мають більш непередбачений характер, ніж дії особи, й здатні також призвести до виникнення, зміни та припинення правовідносин у сфері медіа.

Ці правовідносини об'єктивні за своїм змістом, адже їхнє здійснення відбувається у різних сферах діяльності ЗМІ, до них слід зарахувати:

- 1) правовідносини у сфері одержання, використання, поширення та зберігання інформації;
 - 2) правовідносини у сфері науково-дослідного та освітнього процесів;
 - 3) правовідносини у сфері захисту права на інформацію та захисту суб'єктів відносин;
 - 4) правовідносини у сфері міжнародної діяльності медіа.
- Різноманіття правовідносин вказує на необхідність застосування міждисциплінарних механізмів правового регулювання медіасфери.

1.3. Джерела медіа-права

Поняття та види джерел медіаправа. Існування будь-якої галузі права характеризується зовнішнім виявом, тобто наявністю відповідних джерел. У юридичній літературі використовують термін форма права, хоча поняття джерело та форми є тотожними, навіть у більшості випадків прийнято використовувати поняття джерело права.

Під джерелом медіа права слід розуміти зовнішній вияв галузі, тобто її фундаментальну основу, без якої неможливо існування самостійної сфери правового регулювання. Фактично джерело медіаправа – це та форма, за допомогою якої відбувається регламентація сфери діяльності ЗМІ в Україні.

До джерел медіа права слід зарахувати нормативно-правові акти. Нормативно-правовий акт – це формально закріплене, загальнообов'язкове правило поведінки, виконання якого охороняється державою.

До нормативно-правових актів слід зарахувати закони України, постанови Кабінету Міністрів України, укази Президента, підзаконні акти, акти органів місцевого самоврядування. Нормативні акти становлять інформаційне законодавство України та є основою правового регулювання сфери медіа. До джерел інформаційного права слід також зарахувати акти договірної характеру, тобто договори про виробництво інформаційної продукції або контенту, купівлю та продаж інформації, надання інформаційних послуг та ін.

Останнім часом сфера договірнього регулювання медіасфери активно розвивається та має непогані перспективи. Це джерело правового регулювання відрізняється своєю індивідуальністю й локальністю, що обумовлено характером цивільно-правових договорів.

До джерел медіаправа слід зарахувати також міжнародні угоди України в інформаційній сфері, які були ратифіковані Верховною Радою України. Міжнародно-правові норми є одним із основних чинників розвитку та вдосконалення законодавства України у сфері медіа.

Наближення засобів правового регулювання медіасфери в Україні до світових стандартів дасть можливість зайняти нашої країні належне місце у світовому медіапросторі.

До джерел медіаправа неодмінно слід зарахувати судовий прецедент, що являє собою судову практику розгляду справ, пов'язаних із захистом права на інформацію або поновленням інших порушених прав у сфері інформаційної діяльності. Судова практика має велике значення для формування напрямів державної політики України у сфері медіа та усунення недоліків відповідного законодавства України. Більшість джерел інформаційного права мають загальнодержавний характер, тобто діють на всій території України, а є джерела медіаправа, які мають локальний характер, наприклад, інструкції, статутні документи ЗМІ, розпорядження й накази, які видаються керівництвом окремих медіа. У даному випадку локальний характер зумовлений сферою дії означених джерел, що обмежена конкретним підприємством, установою або організацією.

Отже, зазначимо, що джерело медіаправа відіграють роль інструментів правового регулювання діяльності ЗМІ та фактично є втіленням правових норм, тобто їх “оболонкою”. Змістовність джерел медіаправа здебільшого зумовлює ефективність засобів правового регулювання, отже визначає дисципліну й порядок правовідносин у сфері медіа. На сучасному етапі розвитку законодавство України у сфері медіа тільки проходить етап становлення. Проте останнім часом спостерігаються позитивні зрушення щодо наближення вітчизняного законодавства до світових рамкових стандартів правового регулювання сфери медіа. Значним поштовхом у цьому стало підписання Угоди про асоціацію

між Україною та ЄС, а також активізація процесу міжнародного співробітництва у сфері незалежності та професійності медіа.

Особлива увага приділяється питанням захисту в Україні авторського та суміжного прав, формуванню системи незалежних ЗМІ, а також створенню системи належних гарантій для журналістів, особливо тих, які висвітлюють події, перебуваючи в зоні бойових дій.

Однією з основних умов реалізації правовідносин у сфері медіа є нормативно-правове забезпечення останньої, яке відбувається за допомогою чинного законодавства України.

Правове регулювання сфери медіа потребує деталізації окремих аспектів обігу масової інформації. Внаслідок цього, не є можливим створення кодифікованого акта в цій сфері. Отже, на даний час регламентація сфери медіа відбувається за допомогою нормативно-правових актів різних за статусом органів державної влади.

1.4. Характеристика нормативної бази

Ураховуючи цю особливість, законодавство в сфері медіа на сьогодні складається з таких документів:

1. Конституція України – це Основний закон держави, якому належить провідне місце в системі нормативно-правових актів. У її статтях закріплено право громадян та юридичних осіб на інформацію. Зазначимо, що Конституція України є тією основою, на підставі якої відбувається процес створення законодавства України в сфері медіа. Отже, в цьому нормативно-правовому акті закріплені основоположні категорії, що стосуються інформаційних потреб суспільства, зокрема щодо доступу до масової інформації.

2. Закони – це нормативно-правові акти, які приймаються Верховною Радою України та мають вищу юридичну силу. Закони України регулюють основні аспекти діяльності у сфері медіа. Важливим законодавчим актом є Закон України “Про інформацію” від 2 жовтня 1992 р. У даному акті закріплені засади інформаційної діяльності, а статті закону регламентують питання видів інформації та режимів доступу до неї, захисту права на інформацію, аспекти міжнародного інформаційного співробітництва та державної інформаційної політики України тощо.

Профільним законодавчим актом є Закон України “Про медіа” від 13 грудня 2022 р., який визначає питання забезпечення

реалізації права на свободу вираження поглядів, права на отримання різнобічної, достовірної та оперативної інформації, права на забезпечення плюралізму думок і вільного поширення інформації, права на захист національних інтересів України та прав користувачів медіасервісів.

Також закон містить норми щодо регулювання діяльності у сфері медіа, забезпечення справедливості та неупередженості, стимулювання конкурентного середовища, а також визначає порядок формування, діяльності та повноваження Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення.

Крім зазначених документів, законодавство України у сфері медіа складається з великої кількості інших законів у сфері інформації, зокрема: Закон України “Про захист інформації в інформаційно-телекомунікаційних системах” від 31 травня 2005 р. та ін. Законодавчі акти, які утворюють законодавство України у сфері медіа регулюють різні аспекти інформаційної діяльності, однак усі вони мають головну мету – забезпечення інформаційної безпеки держави та особистості.

Для досягнення зазначеної мети законодавство України постійно вдосконалюється, намагаючись адекватно відповідати на ті загрози та виклики, які існують у суспільстві.

3. Акти Кабінету Міністрів України. Участь у нормативно-правовому забезпеченні діяльності у сфері медіа приймають підзаконні акти. Постанови та розпорядження Кабінету Міністрів України – це нормативно-правові акти центрального органу виконавчої влади в Україні, за допомогою яких відбувається регламентація сфери медіа в державі.

Слід зазначити, що ці акти мають більш прикладний характер, тобто вони стосуються практичної сфери діяльності. На відміну від законів акти Кабінету Міністрів України можуть прийматись на короткий термін або взагалі мати разовий характер.

Прикладом таких нормативних актів може бути Постанова Кабінету Міністрів України “Про перелік відомостей, що не становлять комерційної таємниці” від 9 квітня 1993 р. У даному нормативному акті закріплено перелік тих відомостей, доступ до яких мають контролюючі органи та інші суб’єкти інформаційних відносин.

У грудні 2005 р. Кабінет Міністрів України затвердив Постанову “Про затвердження Національної таблиці розподілу

смуг радіочастот України”. У даному документі закріплено основні вимоги щодо розподілу та користування радіочастотами.

Як приклад регулювання сфери медіа урядом слід навести декілька документів: Постанова Кабінету Міністрів України “Про умови оплати праці журналістів державних і комунальних засобів масової інформації” від 28 грудня 2016 р., Розпорядження Кабінету Міністрів України “Про схвалення Стратегії розвитку читання на період до 2032 року “Читання як життєва стратегія” та затвердження операційного плану її реалізації на 2023–2025 роки” від 03 березня 2023 р.

4. Акти Президента України. Невід’ємним елементом законодавства України у сфері медіа є Укази Президента України це нормативно-правові акти, які приймаються Главою держави та спрямовані на забезпечення законності й конституційності в інформаційній сфері. Прикладом таких документів є Указ Президента України “Про доктрину інформаційної безпеки України” від 25 лютого 2017 р., у якому Президент України затверджує комплекс першочергових, невідкладних заходів, спрямованих на забезпечення інформаційної безпеки України.

Особливу актуальність даного указу обумовлено подальшим інтеграційним процесом у державі та жорсткою міжнародною конкуренцією в інформаційному просторі, який вже давно став головною ареною боротьби національних інтересів держави.

5. Рішення Конституційного Суду України. Акти Конституційного Суду України мають не тільки характер тлумачення, тобто роз’яснення тих чи інших статей законів або Конституції України, але й спрямовані на перевірку чинного інформаційного законодавства України на конституційність. Іншими словами, суб’єкти правовідносин у сфері медіа мають право звернення до Конституційного Суду України з запитом про відповідність окремих законів чи інших нормативно-правових актів Конституції України. Конституційна юрисдикція дає можливість знизити до мінімуму випадки прийняття нормативно-правових актів, які б порушували або зменшували обсяг прав громадян на інформацію.

До засобів нормативно-правового регулювання правовідносин у сфері медіа в Україні, крім норм національного законодавства, слід зарахувати міжнародні договори України в

інформаційній сфері, які у встановленому порядку ратифіковані Верховною Радою України та стали частиною національного законодавства.

Під міжнародним договором слід розуміти угоду двох або більше країн з приводу виникнення, зміни або припинення відносин у різних сферах діяльності. Отже, міжнародні договори в сфері медіа – це угода держав, на підставі якої у сторін виникають взаємні права та обов'язки у сфері одержання, використання, поширення, обміну та зберігання масової інформації. Значимо, що міжнародно-правові норми, які містяться в договорах, суттєво впливають на національне законодавство України обумовлюючи тенденції його розвитку.

Метою укладання міжнародних договорів у сфері медіа є створення умов для спрощення та гармонізації інформаційних відносин на державному рівні. Тобто укладання міжнародних договорів допомагає усунути зайві правові бар'єри, які гальмують процес розвитку міжнародних відносин у сфері медіа. Міжнародні договори в інформаційній сфері слід поділяти так: 1. Міжурядові угоди, які укладаються на рівні урядів держав.

До таких угод слід зарахувати Угоду між Кабінетом Міністрів України та Урядом Республіки Польща про співробітництво в галузі інформації (2008 р.).

Міжвідомчі угоди, які укладаються на рівні державних установ та комітетів. До таких угод слід зарахувати: Угоди про співробітництво між Державним комітетом телебачення та радіомовлення України та Ізраїльським телерадіомовним комітетом (1995 р.).

Галузеві угоди, які укладаються на рівні окремих державних установ та мають внутрігалузевий характер. До таких угод слід зарахувати: Програму співробітництва між Україною та Португальською Республікою в галузі освіти, мови, науки і вищої освіти, культури, молоді та ЗМІ (2003 р.).

Міжнародні договори, як і деякі нормативні акти, можуть бути укладені лише для реалізації окремих юридичних фактів, хоча в більшості випадків міжнародні договори у сфері медіа мають стратегічний характер. Важливе значення також мають міжнародно-правові акти, в яких закріплюються стандарти функціонування системи ЗМІ.

Ці документи визначають перспективи розвитку медіаправа. Як приклад наведемо такі документи: 1) Конвенція Ради Європи про доступ до офіційних документів від 01 грудня 2020 року; 2) Рекомендації Комітету міністрів Ради Європи про захист журналістів за умов конфліктів і тиску від 03 травня 1996 року; 3) Всесвітня конвенція про авторське право від 06 вересня 1952 року; 4) Конвенція про кіберзлочинність від 23 листопада 2001 року; 5) Декларація про свободу комунікацій в Інтернет від 23 травня 2003 року; 6) Конвенція Ради Європи “Про захист осіб у зв’язку з автоматизованою обробкою персональних даних” від 28 січня 1981 р.

Також можна назвати такі міжнародно-правові акти, які мають більш прикладних характер, тобто орієнтовані на медіасферу: 1) Рекомендації 582 (1970) “Про медіа масових комунікацій та права людини”; 2) Рекомендації 747 (1975) “Про концентрацію преси”; 3) Рекомендації 834 (1978) “Про загрози перед свободою преси та телебаченням”; 4) Рекомендації 1407 (1999) “ЗМІ та культура демократії”; 5) Рекомендації 1506 (2001) “Про свободу вираження поглядів та інформації у ЗМІ в Європі”. Важливість міжнародно-правових джерел у медіаправі обумовлена транснаціональним характером обігу масової інформації. Діяльність іноземних інформаційних агентств, поширення аудіовізуального продукту в європейські країни, імпорт інформації – все це реалії сьогодення. У таких умовах, необхідно збалансувати міжнародний і національний рівні правового регулювання медіа. Це відбувається шляхом імплементації, адаптації, уніфікації та гармонізації. Відповідні механізми вже містяться в національних стратегіях розвитку медіа.

1.5. Предмет та методи правового регулювання

Під предметом медіаправа слід розуміти суспільні відносини, які виникають у процесі здійснення інформаційної діяльності ЗМІ та регламентовані чинним законодавством про медіа.

Суспільні відносини, які становлять предмет медіа права мають такі ознаки:

– мають як майновий, так і немайновий, особистий характер, тобто інформація може бути як товаром, так і об’єктом права інтелектуальної власності;

- спрямовані на створення умов для одержання, використання, поширення та зберігання масової інформації;
- мають коло специфічних суб'єктів, які наділені відповідними правами та обов'язками;
- виникають, змінюються та припиняються з метою задоволення інформаційних потреб суспільства в масовій інформації.

Предмет медіаправа відображає різноманіття сфери діяльності ЗМІ. Більш конкретну уяву про предмет медіаправа дає перелік суспільних відносин, які входять до нього:

1) відносини, пов'язані з одержанням суб'єктами медіаінформації для задоволення інформаційних потреб;

2) відносини, що складаються в процесі створення та використання масової інформації суб'єктами відносин у сфері медіа;

3) відносини, які виникають під час поширення масової інформації відповідними суб'єктами, тобто супроводжують цей процес;

4) відносини, пов'язані зі зберіганням інформаційних ресурсів та створенням відповідних режимів доступу до них;

5) відносини, пов'язані із захистом права на інформацію;

6) відносини, які складаються у сфері міжнародної діяльності суб'єктів медіа;

7) відносини, які виникають у процесі реалізації органами державної влади своїх повноважень у сфері медіа;

8) відносини, які супроводжують притягнення до відповідальності за правопорушення законодавства у сфері медіа;

9) відносини, які виникають у процесі захисту працівників інформаційної сфери (журналісти, працівники ЗМІ);

10) відносини у сфері ліцензування та реєстрації ЗМІ. Одним із основних критеріїв оцінки галузі права є метод правового регулювання.

Під методом правового регулювання у сфері медіа слід розуміти комплекс спеціальних заходів та прийомів, за допомогою яких відбувається регламентація діяльності ЗМІ в державі.

Методи правового регулювання дозволяють визначити характер впливу норм медіаправа на ті відносини, які становлять його предмет.

Методи медіаправа слід поділити на загальнонаукові та спеціальні (галузеві). До загальнонаукових слід зарахувати такі:

1. Історичний метод – уможливорює відстежити історичні етапи становлення відносин у сфері медіа та визначити умови формування інформаційної системи держави. Історичний досвід дуже часто використовується для розв’язання актуальних проблем сьогодення.

2. Аналітичний метод – дає можливість проаналізувати ті чи інші процеси в медіасфері, визначити ефективність відповідної державної політики та дослідити результати впровадження різних новацій.

3. Порівняльний метод – використовується для розвитку сфери діяльності медіа в Україні шляхом дослідження міжнародного досвіду правового регулювання.

4. Статистичний метод – є основою створення комплексу статистичних показників, які відображають ті процеси, що відбуваються в сфері медіа (довіра громадян до ЗМІ, відсоток країномовної інформаційної продукції тощо).

5. Стратегічний метод – дає можливість розробити науково обґрунтовані прогнози розвитку медіа сфери, спираючись на існуючі показники та окремі закономірності її розвитку. Стратегічний метод активно використовується під час розробки напрямів державної політики.

До спеціальних методів галузевого характеру слід зарахувати:

1. Владно-розпорядчий метод – це метод правового регулювання, який полягає у створенні розпорядчих приписів, за допомогою яких відбувається регламентація медіасфери. Даний метод установлює чіткий порядок здійснення діяльності ЗМІ.

2. Диспозитивний метод – це метод правового регулювання, суть якого полягає у наданні суб’єктам відносин у сфері медіа вибору шляхів реалізації ними своїх прав.

3. Метод індивідуалізації – це метод правового регулювання, який полягає в індивідуальному підході до окремих сфер діяльності медіа та врахуванні особливостей реалізації права на інформацію окремими суб’єктами означених правовідносин. Такі категорії, як предмет та метод, є невід’ємними складовими правового регулювання суспільних відносин у сфері медіа. Маючи важливе значення для держави, сфера медіа потребує чіткого

окреслення її предмета та закріплення дієвих методів правового регулювання. Подальший розгляд медіа права як галузі стає можливим завдяки дослідженню цих категорій, які дають уявлення про специфіку діяльності в Україні ЗМІ.

Слід зазначити, що предмет та метод є фундаментальною основою для розробки засобів нормативно-правового регулювання сфери медіа, тобто створення відповідних правових джерел. Важливість предмета та методології обумовлена їхнім системотворним характером, який розкривається не тільки у напрямках державної політики, але й у відповідних механізмах взаємодії та координації. Предмет правового регулювання окреслює сферу впливу норм медіаправа, тобто визначає їхню дієвість. Методи медіаправа характеризують підходи держави до розбудови відповідних суспільних відносин, а також окреслюють інтереси держави, ЗМІ та споживачів медіапродукту.

ЛЕКЦІЯ 2. ІНФОРМАЦІЙНІ ВІДНОСИНИ ТА СУБ'ЄКТИ МЕДІАПРАВА

ПЛАН

- 2.1. Поняття, ознаки, види інформаційних відносин.
- 2.2. Суб'єкти інформаційних відносин.
- 2.3. Суб'єкти медіаправа.
- 2.4. Інформація як об'єкт інформаційних відносин.

2.1. Поняття, ознаки, види інформаційних відносин

Під правовідносинами у сфері медіа слід розуміти суспільні відносини, які виникають у процесі виробництва та поширення медіапродукту та врегульовані нормами медіаправа.

Ці правовідносини мають такі особливості:

виникають відповідно до норм медіаправа, що встановлюють умови здійснення інформаційної діяльності ЗМІ;
мають вольовий характер, тобто є виявом владнорозпорядчої діяльності органів державної влади в Україні;
утворюють зв'язок між суб'єктами медіавідносин у вигляді комплексу юридичних прав та обов'язків;
основним їхнім об'єктом є масова інформація, спрямована на задоволення відповідних інформаційних потреб.

Види правовідносин у сфері медіа:
правовідносини у сфері одержання, використання, поширення та зберігання інформації;
правовідносини у сфері науково-дослідного та освітнього процесів;
правовідносини у сфері захисту права на інформацію та захисту суб'єктів відносин;
правовідносини у сфері міжнародної діяльності медіа.

2.2. Суб'єкти інформаційних відносин

Суб'єкти правовідносин у сфері медіа – це особи, які є безпосередніми учасниками правовідносин і виступають як носії інформаційних прав та обов'язків.

Для отримання статусу суб'єкта правовідносин особа повинна мати правосуб'єктність (мати відповідні права й можливість нести відповідальність за власні дії).

Зміст інформаційних правовідносин – це комплекс суб'єктивних прав та обов'язків учасників.

Юридичні факти, на підставі яких виникають, змінюються та припиняються правовідносини, поділяються на:

Дії (правомірну або неправомірну активну поведінку суб'єктів).

Події (юридичний факт, який відбувається незалежно від волі особи, наприклад, явища природи).

2.3. Суб'єкти медіаправа

Суб'єкти у сфері аудіовізуальних медіа

Значний обсяг медіапростору заповнюють так звані “аудіовізуальні медіасервіси”, які передбачають редакційний контроль.

До числа таких сервісів законодавство зараховує:

– радіомовлення (діяльність із розповсюдження радіопрограм для одночасного масового приймання користувачами на основі розкладу програм, створеного радіомовником);

– телевізійне мовлення (діяльність із розповсюдження аудіовізуальних програм для одночасного масового приймання користувачами на основі розкладу програм, створеного телемовником);

– аудіальний медіасервіс на замовлення (діяльність із надання доступу до радіопрограм для прослуховування в момент,

обраний користувачем, за його індивідуальним замовленням на основі каталогу програм, створеного відповідним суб'єктом);

– аудіовізуальний медіасервіс на замовлення (діяльність із надання доступу до аудіовізуальних програм для перегляду в момент, обраний користувачем, за його індивідуальним замовленням на основі каталогу програм, створеного відповідним суб'єктом).

З урахуванням специфіки наведених медіасервісів, у законодавстві чітко регламентовано статус суб'єкта у сфері аудіовізуальних медіа, під яким слід розуміти особу, що здійснює редакційний контроль щодо створення або добору, організації та поширення масової інформації під час надання аудіовізуального медіасервісу.

До таких суб'єктів належать:

– радіомовник – особа, яка здійснює добір радіопрограм та їх організацію в хронологічному порядку (створює радіоканал) та надає їх для одночасного масового та індивідуального приймання користувачами;

– телемовник – особа, яка здійснює добір аудіовізуальних програм, їх організацію в хронологічному порядку (створює телеканал) та надає їх для одночасного масового та індивідуального приймання користувачами;

– суб'єкт у сфері аудіального (аудіовізуального) медіасервісу на замовлення – особа, яка здійснює добір радіопрограм чи аудіовізуальних програм, їх організацію за певною структурою (створює каталог програм) та надає доступ до них користувачам за індивідуальним замовленням.

В Законі України “Про медіа” також визначено правовий статус особливих суб'єктів у медіасфері, зокрема:

1) суб'єкт у сфері суспільних аудіовізуальних медіасервісів;

2) суб'єкт у сфері аудіовізуальних медіасервісів іномовлення;

3) суб'єкти у сфері місцевих публічних аудіовізуальних медіасервісів та аудіовізуальних медіасервісів громад;

4) суб'єкт у сфері парламентського мовлення.

До всіх означених суб'єктів законодавство ставить вимоги, дотримання яких забезпечує їхнє санкціонування, тобто легітимізацію.

Так установлено, що суб'єктами у сфері аудіовізуальних медіа можуть бути громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які мають місце проживання в Україні, зареєстровані в установленому законодавством порядку юридичні особи України.

Окремо в чинному законодавстві прописано статус публічних аудіовізуальних медіа, які представлені такими видами:

- 1) національні публічні аудіовізуальні медіа (суспільні аудіовізуальні медіа та аудіовізуальні медіа іномовлення);
- 2) місцеві публічні аудіовізуальні медіа;
- 3) аудіовізуальні медіа громад.

Суб'єктами у сфері суспільних аудіовізуальних медіа є: акціонерне товариство “Національна суспільна телерадіокомпанія України”; Державне підприємство “Мультимедійна платформа іномовлення України”, комунальні некомерційні підприємства, засновані органами місцевого самоврядування, в тому числі на основі договору про співробітництво; непідприємницькі товариства, не менш як 50 відсотків статутного капіталу яких належить органам місцевого самоврядування.

В умовах децентралізації влади, значна увага приділяється правовому статусу суб'єктів у сфері місцевих публічних аудіовізуальних медіа, які діють у територіальних громадах сіл, селищ та міст, у тому числі в об'єднаних територіальних громадах сіл, селищ та міст, а також у громадах областей та регіонів. До числа таких суб'єктів законодавство зараховано:

- 1) громадські об'єднання, а також засновані ними установи;
- 2) непідприємницькі товариства;
- 3) підприємства, що створені для некомерційної діяльності.

Статус суб'єктів у сфері друкованих медіа.

Друковані ЗМІ є невід'ємною частиною медіасфери, хоча треба визнати, що останнім часом їх витісняють онлайн медіа. Попри це в чинному законодавстві врегульовані окремі питання суб'єктного складу в цьому сегменті медіапростору.

Друковане медіа – це медіа, що здійснює поширення інформації у текстовій чи візуальній формі на друкованих носіях, однотипно оформлене, виходить у світ через певні проміжки часу впродовж року (у міру настання відповідного періоду або накопичення матеріалу).

В свою чергу, суб'єктом у сфері друкованих медіа вважається особа, яка здійснює редакційний контроль щодо

створення або добору, організації та поширення масової інформації у формі друкованого медіа.

У якості суб'єктів у сфері друкованих медіа слід розглядати: громадян України, іноземців та осіб без громадянства, які мають місце проживання в Україні, а також зареєстровані в установленому порядку юридичні особи України.

Слід враховувати певні обмеження щодо суб'єктного складу, які пов'язані з імовірним конфліктом інтересів та корупційними ризиками.

Так, суб'єктом у сфері друкованих медіа не може бути особа, до структури власності якої входять державні органи, органи місцевого самоврядування, їх асоціації, а також юридичні особи, засновані такими органами, крім наукових установ, закладів освіти та закладів культури.

Становище суб'єктів у сфері онлайн-медіа.

Протягом останнього десятиліття посилюються позиції онлайн-медіа, які відвойовують власну аудиторію. Зручність та оперативність оновлення інформації – це напевно найбільші переваги цього виду медіа.

Виходячи з норм законодавства, онлайн-медіа представляють собою вид медіа, що регулярно поширює інформацію у текстовій, аудіо-, аудіовізуальній чи іншій формі в електронному (цифровому) вигляді за допомогою мережі Інтернет на власному веб-сайті.

З урахуванням специфіки онлайн медіа, визначено систему суб'єктів, тобто осіб, які здійснюють редакційний контроль щодо створення або добору, організації та поширення масової інформації у формі онлайн-медіа.

Суб'єктний склад онлайн-медіа представлений учасниками правовідносин, такими як: громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які проживають в Україні, а також зареєстровані в установленому порядку юридичні особи України.

Причому, до числа суб'єктів онлайн-медіа не належать:

1) особи, які регулярно поширюють масову інформацію під своїм редакційним контролем через власні облікові записи на платформах спільного доступу до інформації;

2) особи, до структури власності яких входять державні органи, органи місцевого самоврядування, їх об'єднання, а також юридичні особи, засновані такими органами, крім наукових

установ, закладів освіти та закладів культури. Такі обмеження обумовлені вимогами об'єктивності та достовірності інформації в онлайн медіа. Також ідеться про наявність у суб'єкта онлайн-медіа особливого статусу, який передбачає відповідальність за поширення недостовірної інформації. На перший план для онлайн-медіа виходять безпекові питання, тобто захист персональних даних, створення обмежених умов доступу до окремого контенту дітей, а також недопущення поширення в Україні наративів держави агресора, яка застосовує інформаційний тероризм проти України.

Статус провайдерів аудіовізуальних сервісів.

В умовах науково-технічного прогресу та інформатизації особливої популярності набуває цифрове, кабельне чи супутникове телебачення, а також інші сервіси, пов'язані з наданням користувачам доступу до телеканалів та радіоканалів незалежно від обраної технології в межах визначених пакетів телеканалів і радіоканалів.

Відповідні інформаційні послуги надаються провайдерами, статус яких також регламентований Законом України "Про медіа".

Провайдером аудіовізуальних сервісів вважається особа, яка здійснює і є відповідальною за добір та організацію в пакети телеканалів і радіоканалів, а також надання користувачам доступу до таких пакетів на договірній основі самостійно чи за участі постачальника електронних комунікаційних мереж, який укладає відповідний договір з користувачем.

Територіальна категорія, в межах якої діє провайдер аудіовізуальних сервісів, поділяється на такі види:

1) загальнонаціональна категорія (населені пункти не менше ніж половини 38 областей України);

2) регіональна категорія включає населені пункти декількох, але не більше ніж половини областей України); місцева категорія (включає населені пункти в межах однієї області України).

Зазначимо, подібний поділ притаманний і для каналів мовлення та багатоканальних електронних комунікаційних мереж). Провайдери аудіовізуальних сервісів проходять процедуру реєстрації та набувають статусу юридичної особи або фізичної особи-підприємця.

Ця вимога пов'язана з персоналізацією обов'язків, які держава покладає на провайдерів. Це стосується зокрема і обов'язку укласти договори щодо використання об'єктів авторського права і суміжних прав із правовласниками телеканалів або радіоканалів до надання їх користувачеві.

Також провайдери згідно з нормами законодавства зобов'язані повідомляти користувачів своїх сервісів про:

1) зміну типу або складу пакета телеканалів та радіоканалів, доступ до якого він надає;

2) зміну розміру користувацької плати та порядку її оплати чи форми розрахунків. Подібна вимога є гарантією захисту прав користувачів медіа-сервісів, які повинні своєчасно знати про зміну умов договору з провайдером.

Також на законодавчому рівні встановлена низка обов'язків провайдерів щодо якості контенту, а саме:

1) обов'язок забезпечення доступу користувачів до універсального медіасервісу;

2) обов'язок ведення обліку кількості користувачів своїх медіасервісів;

3) обов'язок обмеження доступу до контенту, який заборонено для дітей;

4) обов'язок включати до пакетів виключно телеканали та радіоканали, які отримали ліцензію на мовлення чи дозвіл на тимчасове мовлення.

Поряд із цим провайдери, наділені законодавством певними правами, до числа яких належать:

1) право визначати кількість, типи та склад пакетів телеканалів та радіоканалів, які пропонуються користувачам;

2) право встановлювати розмір користувацької плати за різні пакети телеканалів та радіоканалів, а також порядок її оплати і форми розрахунків.

Становище провайдерів платформ спільного доступу до відео.

В умовах зростання ролі мережі Інтернет у суспільній комунікації, а також трансформації окремих суспільних інститутів, відбувається актуалізація платформ спільного доступу до відео.

Вони являють собою сервіс, основним призначенням якого є поширення для загальної аудиторії з інформаційною, розважальною чи навчальною метою програм та користувацького

відео, щодо яких провайдер платформи спільного доступу до відео не здійснює редакційного контролю (редакційної відповідальності), за допомогою електронних комунікаційних мереж.

Тобто йдеться про створення своєрідних майданчиків, адміністратори яких просто розміщують контент для користувачів, наприклад, веб-сайти. Провайдерами таких платформ, відповідно до законодавства, є зареєстровані юридичні особи або фізичні особи-підприємці.

На рівні законодавства встановлені обов'язки таких провайдерів, зокрема:

1) розміщення умов користування сервісом платформи спільного доступу до відео;

2) встановлення для користувачів заборони на поширення програм та іншої інформації, яка порушує авторське право та суміжні права;

3) забезпечення перевірки віку користувача перед отриманням доступу до інформації;

4) створення можливості для реалізації користувачами права на спростування та відповідь;

5) упровадження ефективних заходів та інструментів медіаграмотності, користувачів.

Поряд із цим, для провайдерів встановлено заборону на обробку зібраних персональних даних дітей з комерційною метою.

Статус постачальників електронних комунікаційних послуг.

Однією зі сфер діяльності, яка частково врегульована законодавством про медіа, є надання електронних комунікаційних послуг. Більшість питань у цій сфері врегульовані Законом України “Про електронні комунікації” від 16 грудня 2020 р.

Електронні комунікаційні послуги являють собою послуги, які полягають у прийманні або передачі інформації через електронні комунікаційні мережі, крім послуг з редакційним контролем змісту інформації, що передається за допомогою електронних комунікаційних мереж і послуг.

У якості прикладу слід навести пошукові системи, електронні засоби навчання та освіти, ЗМІ в мережі Інтернет. Зі свого боку, електронна комунікаційна мережа – це комплекс технічних засобів електронних комунікацій та споруд, призначених для надання електронних комунікаційних послуг.

Суб'єкти, які надають такі послуги, називаються постачальниками – особи, які здійснюють розповсюдження пакетів телеканалів та радіоканалів в ефірній багатоканальній електронній комунікаційній мережі відповідно до ліцензії.

У даному випадку, постачальником електронних комунікаційних послуг може бути виключно юридична особа, а кінцевим бенефіціаром (власником) постачальника – виключно громадянин України.

Означена вимога обумовлена тим, що ця сфера має принципове значення для забезпечення інформаційної безпеки України. Саме тому, законодавством установлені такі досить чіткі вимоги.

Постачальники надають послуги тільки тим суб'єктам, які у сфері аудіовізуальних медіа, які отримали ліцензію на мовлення у відповідній ефірній багатоканальній електронній комунікаційній мережі. Якщо ліцензія такого суб'єкта анулюється, то постачальник автоматично припиняє надання послуг. Причому одна й та сама особа не може бути одночасно постачальником електронних комунікаційних послуг та провайдером аудіовізуальних сервісів.

Це має важливе значення для захисту авторського та суміжних прав, а також уникнення конфлікту інтересів та монополізації окремих сегментів медіаринку.

Чинним законодавством урегульоване питання максимально граничних тарифів на послуги постачальників.

Ці тарифи повинні відповідати певним принципам, таким як: економічна обґрунтованість, об'єктивність, недискримінація, а також відповідність тарифів принципам ціноутворення у сфері електронних комунікацій. Утім ці тарифи повинні формуватися з урахуванням граничного нормативу рентабельності постачальників електронних комунікаційних послуг та переліку допустимих прямих витрат постачальників, які враховуються під час розрахунку такого нормативу.

Тобто в чинному законодавстві враховані не тільки інтереси держави та користувачів послуг, а й самих постачальників. Це відповідає принципу соціальної справедливості, оскільки суб'єкти господарювання повинні мати всі практичні інструменти захисту власних прав, зокрема права на свободу підприємницької діяльності та вираження поглядів. Це одна із основних засад функціонування європейського інформаційного простору.

2.4. Інформація як об'єкт інформаційних відносин

Доступ до інформації. Право на інформацію

Змістом права на інформацію є можливість кожного вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на власний вибір. Це право, як і більшість прав людини, не є абсолютним, тобто у деяких випадках його реалізація може бути обмежена.

Зокрема, у частині третій статті 34 Конституції України зазначається, що подібні обмеження можуть встановлюватися лише законом і виключно *в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я населення, захисту репутації або прав інших людей, запобігання розголошенню інформації, одержаної конфіденційно, або для підтримання авторитету і неупередженості правосуддя*. Таким чином, журналіст повинен знати як обсяг своїх прав, так і випадки їх законного обмеження.

Законодавчі гарантії права на інформацію

Під час захисту права на інформацію журналіст повинен знати, що право кожного на інформацію в Україні гарантується Конституцією України, законами та підзаконними актами. Основу правового регулювання права на інформацію в Україні складає Конституція України. Конституційні гарантії права на інформацію закріплені, перш за все, у статтях 32, 34, 40 та 50 Основного Закону.

Зокрема, стаття 32 Конституції встановлює такі важливі у журналістській діяльності принципи, як недоторканість особистого та сімейного життя людини; заборона збирання, зберігання, використання та поширення конфіденційної інформації про особу без її згоди; право кожного знайомитися з інформацією про себе; судовий захист права спростовувати недостовірну інформацію про себе, вимагати вилучення такої інформації та відшкодування заподіяної шкоди, у т.ч. моральної.

Стаття 34 Конституції України гарантує право кожного на свободу думки, слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Вона містить загальні принципи свободи обігу інформації та вказує на можливі випадки його обмеження в інтересах:

- *національної безпеки,*
- *територіальної цілісності або*

- *громадського порядку з метою:*
 - *запобігання заворушенням чи злочинам,*
 - *для охорони здоров'я населення,*
 - *для захисту репутації або прав інших людей,*
 - *для запобігання розголошенню інформації,*
одержаної конфіденційно, або
 - *для підтримання авторитету і неупередженості правосуддя».*

Стаття 50 встановлює право на безпечно довкілля, а також гарантію права *вільного доступу до інформації про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту, а також право на її поширення*. Така інформація ніким не може бути засекречена.

Конституція має пріоритетне значення, вищу юридичну силу порівняно з будь-яким іншим нормативним актом. Журналіст має право вимагати реалізації своїх прав, закріплених у Конституції. Слід пам'ятати, що норми Конституції України є нормами прямої дії. Це означає, що у разі порушення права журналіста на інформацію, він може звертатися до суду навіть на підставі самих лише конституційних положень.

Наступними за ієрархією після Конституції України в інформаційній сфері є Закон України «Про інформацію» та Закон України «Про доступ до публічної інформації» - базові правові акти щодо реалізації закріплених Конституцією інформаційних прав.

Право кожного на інформацію гарантується ст. 5 Закону України «Про інформацію», що передбачає можливість **вільного одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації, необхідної для реалізації своїх прав, свобод і законних інтересів**. Гарантіями такого права (ст.6) є:

- створення механізму реалізації права на інформацію;
- можливостей для вільного доступу до статистичних даних, архівних, бібліотечних і музейних фондів, інших інформаційних банків, баз даних, інформаційних ресурсів;
- обов'язком суб'єктів владних повноважень інформувати громадськість та засоби масової інформації про свою діяльність і прийняті рішення;
- обов'язком суб'єктів владних повноважень визначити спеціальні підрозділи або відповідальних осіб для забезпечення доступу запитувачів до інформації;

- здійсненням державного і громадського контролю за додержанням законодавства про інформацію;
- встановленням відповідальності за порушення законодавства про інформацію.

Об'єктом правовідносин у сфері медіа слід розуміти різні види інформації, права на інформацію, а також інші предмети, явища, події та факти, які здатні задовольнити інформаційні потреби суб'єктів правовідносин.

Вся інформація відповідно до закону поділяється на відкриту інформацію та інформацію з обмеженим доступом. Інформація з обмеженим доступом поділяється на конфіденційну, службову та таємну.

Конфіденційна інформація – це інформація, доступ до якої обмежено фізичною або юридичною особою (крім суб'єктів владних повноважень), яка самостійно визначає порядок її використання.

Особливим підвидом конфіденційної інформації є інформація про особу (персональні дані).

Службова інформація – це категорія, що включає внутрішньовідомчу кореспонденцію, доповідні записки, рекомендації тощо, пов'язані з процесом прийняття рішень.

Таємна інформація – це інформація, розголошення якої може завдати шкоди особі, суспільству і державі (державна таємниця, професійна таємниця, банківська таємниця тощо).

ЛЕКЦІЯ 3. РЕГУЛЮВАННЯ ДОСТУПУ ДО ІНФОРМАЦІЇ

ПЛАН

- 3.1. Право на інформацію та гарантії його забезпечення.
- 3.2. Види інформації.
- 3.3. Режими інформації.
- 3.4. Регулювання доступу до публічної інформації.
- 3.5. Відповідальність за порушення законодавства про інформацію.
- 3.6. Реалізація права на доступ до інформації за інформаційним запитом.
- 3.7. Доступ до інформації про особу.

3.1. Право на інформацію та гарантії його забезпечення

Змістом права на інформацію є можливість кожного вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб – на власний вибір.

Це право не є абсолютним, і його реалізація може бути обмежена виключно законом в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку.

Право на інформацію в Україні гарантується Конституцією України, законами та підзаконними актами.

Конституційні гарантії закріплені у статтях 32, 34, 40 та 50 Основного Закону.

Закон України «Про інформацію» (ст. 5) передбачає можливість вільного одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації.

Гарантіями цього права (ст. 6 Закону «Про інформацію») є створення механізму реалізації права, можливості вільного доступу до даних, обов'язок органів влади інформувати громадськість, здійснення контролю та встановлення відповідальності за порушення.

Закон України «Про доступ до публічної інформації» визначає **порядок здійснення та забезпечення права кожного на доступ до інформації, що перебуває у володінні суб'єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації, визначених цим Законом, та інформації, що становить суспільний інтерес.** Це право гарантується обов'язком розпорядників інформації (ст. 3) надавати та оприлюднювати інформацію, визначати відповідальних осіб або відповідальні підрозділи, які забезпечують доступ, забезпечувати доступ до засідань колегіальних суб'єктів владних повноважень, гарантувати можливість здійснення парламентського, громадського та державного контролю за дотриманням прав на доступ до публічної інформації та встановленням юридичної відповідальності за порушення права на доступ.

Право на інформацію є загальним правом кожного, у тому числі журналістів. У більшості країн (а з 2011 року і в Україні) законодавство зовсім не розрізняє особливих прав журналістів щодо доступу до інформації, а розглядає їх як пересічних громадян. На практиці ідентифікація журналістом себе як, власне журналіста може мати як позитиви — менша вірогідність відмови на запит, так

і негативи - зокрема, недопуск до засідань колегіальних органів, як це сталося свого часу з колишнім журналістом, а нині - народним депутатом України Єгором Соболевим, якого не пустили на сесію Київради. Відтак, журналіст в кожній конкретній ситуації має вирішувати чи є потреба в ідентифікації себе як журналіста чи ні.

Основними шляхами для отримання інформації, необхідної журналістам, є запити щодо доступу до публічної інформації; використання додаткових можливостей здобуття інформації від органів державної влади та місцевого самоврядування, їхніх посадових осіб за допомогою механізму акредитації; інтерв'ю, коментарів тощо.

3.2. Види інформації

Вся інформація відповідно до закону про інформацію поділяється на відкриту інформацію та інформацію з обмеженим доступом.

Відкрита інформація – це інформація, щодо якої немає законних підстав для обмеження доступу, яка правомірно оприлюднена раніше, або інформація, що становить суспільний інтерес.

До апріорі відкритої інформації відноситься екологічна інформація та інформація про вплив товару на життя та здоров'я людини.

Інформація з обмеженим доступом поділяється на конфіденційну, службову та таємну.

3.3. Режими інформації

Вся інформація відповідно до ст. 20 закону про інформацію інформації поділяється на відкриту інформацію та інформацію з обмеженим доступом. У свою чергу, інформація з обмеженим доступом поділяється на конфіденційну, службову та таємну (ст.21 ЗУ «Про інформацію» ст. 6 ЗУ «Про доступ до публічної інформації» (ЗДПІ)).

Відкрита інформація. Закон про доступ до публічної інформації базується на принципі максимальної відкритості, а відтак обмеження в доступі може відбуватися лише за наявності законних на те підстав, утім, для деяких випадків законодавець прямо прописав презумпцію відкритості. Так, до апріорі відкритої інформації, відповідно до статті 50 Конституції та ст.21 закону про інформацію відноситься екологічна інформація та інформація про вплив товару (роботи, послуги) на життя та здоров'я людини.

Окрім цього, відповідно до ЗДПІ до відкритої інформації відноситься інформація:

- **щодо якої немає законних підстав для обмеження** у доступі, які існували раніше,

- правомірно оприлюднена раніше, незалежно від її режиму,

- про розпорядників інформації, зазначених у чч. 1, 2 ст. 13 Закону про доступ до публічної інформації,

- Відомості, зазначені у декларації особи, уповноваженої на виконання функцій держави або місцевого самоврядування, поданій відповідно до Закону України "Про запобігання корупції", крім відомостей щодо реєстраційного номера облікової картки платника податків або серії та номера паспорта громадянина України, місця проживання, дати народження фізичних осіб, щодо яких зазначається інформація в декларації, місцезнаходження об'єктів, які наводяться в декларації (крім області, району, населеного пункту, де знаходиться об'єкт). Ці дані є інформацією з обмеженим доступом та не підлягають відображенню у відкритому доступі (ст. 47 Закону України «Про запобігання корупції»).

- **про розпорядження бюджетними коштами, володіння, користування чи розпорядження державним, комунальним майном**, у тому числі до:

- копій відповідних документів,

- умови отримання цих коштів чи майна,

- прізвища, імена, по батькові фізичних осіб та найменування юридичних осіб, які отримали ці кошти або майно,

У законі про доступ до публічної інформації сказано також, що відкритою має бути інформація, яка становить суспільний інтерес (ч.2 ст.13).

Інші закони також можуть встановлювати режим відкритості інформації. Зокрема, відповідно до статті 57 Закону України «Про вибори народних депутатів» після реєстрації кандидата у депутати інформація з поданої ним декларації про майно, доходи, витрати і зобов'язання фінансового характеру оприлюднюється на офіційному веб-сайті Центральної виборчої комісії за винятком інформації, що є конфіденційною. Закон України "Про регулювання містобудівної діяльності" у ч.11 ст.17 зазначає, що матеріали генерального плану населеного пункту не можуть містити інформацію з обмеженим доступом та бути обмеженими в доступі. Загальна доступність матеріалів

генерального плану населеного пункту забезпечується відповідно до вимог Закону України "Про доступ до публічної інформації" шляхом надання їх за запитом на інформацію, оприлюднення на веб-сайті органу місцевого самоврядування, у тому числі у формі відкритих даних, на єдиному державному веб-порталі відкритих даних, у місцевих періодичних друкованих засобах масової інформації, у загальнодоступному місці у приміщенні органу місцевого самоврядування.

Конфіденційна інформація - інформація, доступ до якої обмежено фізичною або юридичною особою (крім суб'єктів владних повноважень). Такі особи самостійно і за своїм бажанням визначають порядок використання такої інформації, тобто будь-яка особа має право визначити для себе, яку інформацію вона не бажає поширювати і зробити її конфіденційною. Винятком є **встановлений законом** обов'язок оприлюднювати або надавати іншій особі певну інформацію, як наприклад, укладання цивільно-правових договорів, надання інформації під час отримання документа, що посвідчує особу тощо. В цьому випадку діє презумпція конфіденційності, тобто держава презюмує, що особа, передаючи інформацію встановлює конфіденційний режим.

Розпорядники, визначені ст. 13 ЗДП, які отримали конфіденційну інформацію від особи мають використовувати її відповідно до заявленої мети і режиму доступу, а у разі поширення - **отримати попередній від особи дозвіл на її поширення**. Поширення без згоди особи можливе лише в інтересах національної безпеки, економічного добробуту та прав людини.

Юридичні особи в своїй діяльності послуговуються поняттям *комерційної таємниці*. Незважаючи на свою назву, така інформація не відноситься до таємної, адже режим доступу до інформації технічного, організаційного, комерційного, виробничого та іншого характеру визначається самим суб'єктом - відтак така інформація є за своєю природою конфіденційною.

Варто зауважити, що спеціальне законодавство може містити положення, яке автоматично визнає певну інформацію конфіденційною. Це, зокрема, інформація статистичного характеру, дані перепису населення, відомості державного реєстру фізичних осіб, дані про особу, взяту під захист у кримінальному судочинстві тощо

Інформація про особу (персональні дані). Особливим підвидом конфіденційної інформації є інформація про фізичну особу або персональні дані. Закон про інформацію визначив, що до інформації про фізичну особу відносяться **відомості чи сукупність відомостей про фізичну особу, яка ідентифікована або може бути конкретно ідентифікована.** Таке визначення міститься і в Законі України «Про захист персональних даних», який регулює обробку таких даних в базах даних та картотеках, а також у ратифікованій Україною Конвенції «Про захист осіб у зв'язку з автоматизованою обробкою персональних даних. Ідентифікуючою інформацією може виступити як прізвище, ім'я по батькові, так і ціла сукупність даних - ПІБ, дата народження, місце проживання, місце роботи, біографія, факти з життя тощо.

Закон про інформацію, забороняє проводити будь-які дії з персональними даними особи без її згоди та/або прямого дозволу закону і лише в інтересах національної безпеки, економічного добробуту та захисту прав людини (ст.11). Закон наводить невичерпний перелік конфіденційної інформації - це дані про національність особи, її освіту, сімейний стан, релігійні переконання, стан здоров'я, а також адреса, дата і місце народження.

Кожному забезпечується вільний доступ до інформації, яка стосується його особисто, крім випадків, передбачених законом, а також зобов'язує розпорядників інформації повідомляти особу про включення її даних до бази персональних даних.

Журналісти і громадські активісти мають особливо бережно відноситися до публікації інформації про особу, оскільки в багатьох випадках незадоволена сторона звертається до суду. Українське законодавство не дає чіткої відповіді про те, яку інформацію можна оприлюднювати, а яку ні, тому радимо орієнтуватися на два правила. По-перше, журналіста складно буде притягнути до відповідальності, якщо інформація взята з відкритих джерел: тобто інформація вже була оприлюднена іншими особами у вигляді публікацій у ЗМІ, відкритих архівних даних, офіційних документів та інше. По-друге, журналіст має право оприлюднювати інформацію про приватне життя особи, якщо така інформація становить суспільний інтерес, тобто інтерес суспільства (громади) переважає над правом особи в обмеженні доступу до неї. Тема приватності розглядатиметься в одному з наступних уроків.

Службова інформація. Категорія «службова інформація» є новим режимом інформації, який і 3 роки потому становить проблему у використанні апаратом держслужбовців. Для журналіста чи громадського активіста цей режим може становити одну з найбільших перешкод в отриманні публічної інформації від суб'єктів владних повноважень. Стаття 9 Закону про доступ до публічної інформації визначила, що до службової інформації **може належати** інформація:

- що міститься в документах суб'єктів владних повноважень, які становлять внутрішньовідомчу службу кореспонденцію,
- доповідні записки, рекомендації, якщо вони пов'язані і зібрані в процесі оперативно-розшукової, контррозвідувальної діяльності, у сфері оборони країни, яку не віднесено до державної таємниці.
 - з розробкою напряму діяльності установи або
 - [зі] здійсненням контрольних, наглядових функцій органами державної влади, процесом прийняття рішень і передують публічному обговоренню та/або прийняттю рішень;

Закон дозволив суб'єктами владних повноважень створювати переліки відомостей, що становлять службу інформацію, які мають бути у відкритому доступі. Утім, за своєю природою такі переліки є радше довідковими, а питання відмови у доступі до інформації має вирішуватися під час розгляду конкретного запиту на інформацію із застосуванням трискладового тесту. Службова інформація є строковим режимом, тобто обмеження має відбуватися протягом визначеного строку — під час реалізації проєкту, прийняття рішень тощо. Надалі така інформація має надаватися за запитами.

Таємна інформація. Стаття 8 ЗДПІ визначає таємну інформацію як таку, розголошення якої може завдати шкоди особі, суспільству і державі і доступ до якої обмежується відповідно до проведеного трискладового тесту.

До таємної інформації відноситься:

- державна таємниця (ст. 1 Закону України «Про державну таємницю»),
- професійна таємниця (адвокатська, нотаріальна, лікарська, нарадчої кімнати та ін.)
- банківська таємниця,
- таємниця слідства та

- інша передбачена законом таємниця.

Державна таємниця. Державною таємницею є таємна інформація, що охоплює відомості у сфері оборони, економіки, науки і техніки, зовнішніх відносин, державної безпеки та охорони правопорядку, розголошення яких може завдати шкоди національній безпеці України та які визнані державною таємницею у спеціальному порядку, встановленому Законом України „Про державну таємницю”. Перелік інформації, що може відноситися до державної таємниці визначено ст.8 цього закону.

Засекречування інформації, що віднесена до державної таємниці, здійснюється шляхом надання відповідному документу, виробу або іншому матеріальному носію інформації в залежності від обмеження доступу до неї та рівня її охорони державою, грифу секретності – “особливої важливості”, “цілком таємно”, “таємно” (ч.2 ст. 8 Закону). Причому гриф секретності є обов’язковим реквізитом кожного матеріального носія інформації, що віднесено до державної таємниці.

За розголошення державної таємниці передбачена кримінальна відповідальність, згідно зі ст.328 Кримінального Кодексу України. Однак, ця стаття передбачає відповідальність лише осіб, яким ці відомості були доручені або стали відомими у зв’язку з виконанням службових обов’язків. Журналісти та інші громадяни, яким випадково стали відомі відомості, що містять державну таємницю, і які їх розголосили, не є суб’єктами цього злочину і тому не можуть бути притягнуті до кримінальної відповідальності за розголошення державної таємниці.

3.4. Регулювання доступу до публічної інформації

Закон про доступ до публічної інформації передбачив, що обмеження в доступі до інформації можливе лише за умови проведення відповідальною особою розпорядника перевірки за спеціальним алгоритмом — *трискладовим тестом*.

Так, відповідно до ч. 2 ст. 6 ЗДПІ, обмеження доступу відбувається, якщо дотримано сукупність трьох умов:

Умова 1. Обмеження доступу до інформації відбувається:

- виключно в інтересах національної безпеки, та/або
- територіальної цілісності або громадського порядку з метою:
 - запобігання заворушенням чи злочинам, та/або

- для охорони здоров'я населення, та/або
- для захисту репутації або прав інших людей, та/або
- для запобігання розголошенню інформації, одержаної конфіденційно, та/або
- для підтримання авторитету й неупередженості правосуддя.

Умова 2. Розголошення інформації може завдати істотної шкоди цим інтересам.

Умова 3. Шкода від оприлюднення такої інформації переважає суспільний інтерес у її отриманні.

Доступ до інформації має бути обмежено лише, якщо є наявності всі три умови. Рішення про віднесення інформації до інформації з обмеженим доступом має ухвалюватися уповноваженою на те особою (керівник, уповноважена особа з питань доступу тощо) на підставі письмового обґрунтування про те, на підставі якого критерію відбувається обмеження, в чому полягає шкода від оприлюднення і чому право суспільства отримати таку інформацію обмежено.

Інформація, що становить суспільний інтерес (суспільно значима інформація). Поняття суспільного інтересу не є новим для українського законодавства. Ще 2003 року до Закону про інформацію було внесено кілька положень стосовно цього. Так, закон надавав право поширювати *інформацію з обмеженим доступом без згоди її власника, якщо ця інформація є суспільно значущою, тобто якщо вона є предметом громадського інтересу і якщо право громадськості знати цю інформацію переважає право її власника на її захист.* Окрім цього закон забороняв втручатися в діяльність журналістів із метою замовчування *«суспільно важливої інформації»* і звільняв особу від відповідальності, *«якщо суд встановить, що ця інформація є суспільно значущою».*

Українське законодавство перейняло практику Європейського суду з прав людини, який у кожному спірному випадку зважає право особи на конфіденційність з правом суспільства на інформацію. Це робиться для того щоб навіть у випадку, коли формально журналіст порушив умови конфіденційності, він не ніс відповідальності за те, що передав суспільству важливу інформацію. Зокрема, саме в такий спосіб може виправдовуватися поширення конфіденційної інформації про ризиковане виробництво на підприємстві, поширення секретної

інформації про зловживання органів влади та поширення інформації про приватне життя особи, яка претендує на посаду президента країни.

У справі Де Хаес та Гійселс проти Бельгії 1997 року Європейський суд каже про те, що обов'язок преси полягає у повідомленні будь-яким способом, що не суперечить її обов'язкам і відповідальності, інформації та ідей, що становлять суспільний інтерес. Ба більше: цей обов'язок медіа поширювати таку інформацію забезпечує право суспільства її отримувати (справа Торген Торгерсон проти Ісландії).

Суспільно значима інформація – це не просто інформація, щодо якої існує інтерес у громадськості. Інтерес може викликати інформація дуже приватного характеру, як наприклад подробиці інтимного життя знаменитостей, однак цього буде не достатньо для того щоб інформація вважалася значимою для суспільства. Суспільно значима інформація повинна привносити щось важливе у суспільну дискусію навколо питань політичного, економічного, соціального життя громадян. Наприклад, саме з посиланням на цю статтю були оприлюднені секретні записи генерала Кравченка, в яких містилися вказівки служби безпеки здійснювати стеження за опозицією за кордоном.

Закон про інформацію в редакції 2011 року у ст. 29 встановив, що предметом суспільного інтересу вважається:

- інформація, яка свідчить про загрозу державному суверенітету, територіальній цілісності України;
- забезпечує реалізацію конституційних прав, свобод і обов'язків;
- свідчить про можливість:
 - порушення прав людини,
 - введення громадськості в оману,
 - шкідливі екологічні та інші негативні наслідки діяльності (бездіяльності) фізичних або юридичних осіб
- тощо.

Такий заширокий перелік є виправданим, адже неможливо скласти детального списку всіх ситуацій, коли інформація може класифікуватися як така, що становить суспільний інтерес. Частина 1 ст. 29 Закону про інформацію прямо дозволяє поширювати інформацію з обмеженим доступом, якщо вона є суспільно необхідною, тобто є предметом суспільного інтересу, і право

громадськості знати цю інформацію переважає потенційну шкоду від її поширення.

Слід зауважити, що існують випадки, коли право особи переважатиме над бажанням суспільства отримати інформацію про неї. Хрестоматійною в цьому плані стала справа Європейського суду з прав людини «Принцеса ГанOVERська проти Німеччини». У своєму рішенні суд указав, що *«вирішальним фактором під час співвіднесення захисту приватного життя зі свободою вираження поглядів є міра внеску у вигляді оприлюднених фотографій і статті в обговорення питання, що має суспільний інтерес. В цій справі такий внесок дорівнює нулеві, адже заявниця (принцеса. — Прим.) не виконує офіційних функцій, а фотографії та статті присвячені виключно питанням її приватного життя»*.

Ми радимо журналістам у той момент, коли вони мають у своєму володінні інформацію з обмеженим доступом і розмірковують щодо її поширення, вирішувати це питання виходячи з того, чи зможуть вони потім переконати суд, що дійсно діяли в інтересах суспільства, а суспільство потребувало інформації.

3.5. Відповідальність за порушення законодавства про інформацію

За розголошення державної таємниці передбачена кримінальна відповідальність, згідно зі ст.328 Кримінального Кодексу України. Однак, ця стаття передбачає відповідальність лише осіб, яким ці відомості були доручені або стали відомими у зв'язку з виконанням службових обов'язків. Журналісти та інші громадяни, яким випадково стали відомі відомості, що містять державну таємницю, і які їх розголосили, не є суб'єктами цього злочину і тому не можуть бути притягнуті до кримінальної відповідальності за розголошення державної таємниці.

Журналіст, який розголосить інформацію з обмеженим доступом, може бути притягнутий до юридичної відповідальності, зокрема до кримінальної та цивільної. Як вже зазначалося вище, журналіст не може нести кримінальної відповідальності за розголошення державної таємниці (якщо тільки раніше ця особа не мала офіційного доступу до державної таємниці, наприклад, як державний службовець). Разом з цим, журналіст може бути

притягнутий до кримінальної відповідальності, за поширення конфіденційної інформації про особу:

- незаконне збирання, зберігання, використання, знищення, поширення конфіденційної інформації про особу або незаконна зміна такої інформації, крім випадків, передбачених іншими статтями Кримінального Кодексу

- Ті самі дії, вчинені повторно, або якщо вони заподіяли істотну шкоду (*в 100 і більше разів перевищує неоподатковуваний мінімум доходів громадян*) охоронюваним законом правам, свободам та інтересам особи

(стаття 182 Кримінального кодексу України „Порушення недоторканності приватного життя”, в редакції від 01.07.12)

Також кримінальний кодекс містить рад інших статей, що передбачають відповідальність за розголошення лікарської таємниці, відомостей про проведення медичного огляду на виявлення зараження вірусом імунодефіциту людини чи іншої невиліковної інфекційної хвороби, за передачу або збирання відомостей, що становлять конфіденційну інформацію, яка знаходиться у володінні держави, за несанкціоновані збут або розповсюдження інформації з обмеженим доступом, яка зберігається в електронно-обчислювальних машинах (комп'ютерах), автоматизованих системах, комп'ютерних мережах або на носіях такої інформації.

Цивільна відповідальність можлива у випадку порушення конфіденційності або у разі опублікування інформації про приватне життя особи. Так, наприклад, особа про яку журналіст написав у газеті має право вимагати відшкодувати компенсації моральної шкоди (як правило грошима), якщо оприлюднені відомості стосувалися її приватного життя. Також можлива відповідальність журналіста перед особою, яка йому передала інформацію на умовах конфіденційності. Такі дії журналіста становлять, в першу чергу, порушення правил журналістської етики, однак вони також можуть призвести й до позову проти журналіста та до грошової компенсації завданої шкоди.

Звільнення журналістів від відповідальності. Перші спроби увести в українське законодавство звільнення від відповідальності за поширення суспільно значимої інформації, яка містилася в документах з обмежувальним грифом було уведено ще 2003 року. Тоді закон про інформацію було доповнено статтею 47-

1, яка звільняла особу від відповідальності, якщо суд встановлював, що ця інформація є суспільно значимою, а також новим абзацом статті 30: *«Інформація з обмеженим доступом може бути поширена без згоди її власника, якщо ця інформація є суспільно значимою, тобто якщо вона є предметом громадського інтересу і якщо право громадськості знати цю інформацію переважає право її власника на її захист».*

Стаття 30 нової редакції закону про інформації також зафіксувала положення, за яким:

«3. Суб'єкти інформаційних відносин звільняються від відповідальності за розголошення інформації з обмеженим доступом, якщо суд встановить, що ця інформація є суспільно необхідною.» Також закон у ст. 29 визначив, що інформація з обмеженим доступом може бути поширена, якщо вона є суспільно необхідною, тобто є предметом суспільного інтересу, і право громадськості знати цю інформацію переважає потенційну шкоду від її поширення. Окрім цього, стаття 29 визначила ознаки інформації, що може становити суспільний інтерес - *«інформація, яка свідчить про загрозу державному суверенітету, територіальній цілісності України; забезпечує реалізацію конституційних прав, свобод і обов'язків; свідчить про можливість порушення прав людини, введення громадськості в оману, шкідливі екологічні та інші негативні наслідки діяльності (бездіяльності) фізичних або юридичних осіб тощо».*

Відповідальність посадових та службових осіб за порушення права на доступ до інформації. Закон про доступ до публічної інформації встановлює право на оскарження рішень, а також дії/бездіяльності розпорядників інформації, а так само відповідальність за такі дії.

Відповідно до статті 24 Закону України «Про доступ до публічної інформації», відповідальність за порушення законодавства про доступ до публічної інформації несуть особи, винні у вчиненні таких порушень:

- ненадання відповіді на запит;
- ненадання інформації на запит;
- безпідставна відмова у задоволенні запиту на інформацію;
- неоприлюднення інформації відповідно до статті 15 цього

Закону;

- надання або оприлюднення недостовірної, неточної або неповної інформації;
- несвоєчасне надання інформації;
- необґрунтоване віднесення інформації до інформації з обмеженим доступом;
- нездійснення реєстрації документів;
- навмисне приховування або знищення інформації чи документів.

Важливою умовою відповідальності є не лише наявність порушення закону, але й наявність особи, на яку, відповідно до закону та посадової інструкції чи іншого документу (наказу, розпорядження тощо), покладено обов'язок забезпечувати доступ.

Основними видами відповідальності для розпорядників суб'єктів владних повноважень є **дисциплінарна** (за порушення умов трудового контракту) та **адміністративна відповідальність** (за вчинення адміністративного проступку, у зв'язку з недотриманням вимог закону). Основною статтею Кодексу про адміністративні правопорушення (КУпАП) що стосується ненадання інформації за запитами є ст. 212-3. Особу може бути оштрафовано на суму від 425 до 1360 грн. за порушення вказані у ст. 24.

Слід зауважити, що КУпАП містить ряд інших вузькоспеціалізованих статей щодо порушення інформаційних прав, зокрема ст. 164-14 «Порушення законодавства про здійснення закупівлі товарів, робіт і послуг державним коштом», за яку передбачено відповідальність від 11 до 17 тис. грн.

Якщо журналісту пріоритетніше отримати саме інформацію, йому доведеться скористатися механізмом оскарження в порядку підпорядкування (до керівника органу чи вищого органу, за його наявності) та/або до адміністративного суду. Механізм оскарження не передбачає прямого притягнення особи до адміністративної відповідальності (хоча деякі види санкцій може бути застосовано внаслідок розгляду скарги), а більшою мірою змушує розпорядника, за наявності законних на те підстав, надати належну відповідь на запит на інформацію.

Журналісти виконують свої професійні обов'язки, володіючи переважно тими ж правами, які належать всім без винятку, зокрема, правом на свободу слова та правом на доступ до інформації. Одне з небагатьох унікальних прав, що мають журналісти та не мають інші

громадяни, – це право зберігати в таємниці ім'я особи, яка надала інформацію. Його називають правом на захист журналістських джерел чи правом на таємницю журналістських джерел.

Законодавче закріплення принципу захисту журналістських джерел є порівняно молодим. Наприклад, у США вперше відповідний закон було прийнято у штаті Меріленд лише 2 квітня 1896 році як відповідь на ув'язнення репортеру *Baltimore Sun*, який відмовився розкрити конфіденційне джерело Великому журі. Однак сама концепція базується на більш давніх (та більш відомих) принципах, які застосовувалися до відносин: лікар – пацієнт (лікарська таємниця), адвокат – клієнт (адвокатська таємниця), священник – парафіянин (таємниця сповіді). Всі вони були запроваджені через суспільну необхідність закріпити та гарантувати конфіденційність певних зав'язків у суспільстві.

Аналогічною є мета та підходи до захисту стосунків між журналістом та джерелом інформації. Коли держава встановлює гарантії не розкриття джерела, це сприяє тому, що люди, які знають важливу, але часом небезпечну інформацію, передадуть її пресі і в такий спосіб доведуть її до відома громадськості. Захист журналістських джерел є корисним як для журналіста, що має більше можливостей отримати інформацію, так і для осіб, які передають інформацію на умовах конфіденційності. Однак ключовим є значення цього правового інституту для суспільства в цілому. Оскільки споживачем інформації є громадськість, саме вона в результаті виграє можливість бути більш повно поінформованою.

Важливе значення захисту журналістських джерел влучно охарактеризував Європейський суд з прав людини в одному зі своїх рішень: **«захист журналістських джерел інформації є однією з основоположних умов свободи преси»**. При відсутності такого захисту джерела не передаватимуть інформацію у пресу, що може мати негативний вплив на здатність преси подавати точну та надійну інформацію з питань, що становлять суспільний інтерес. Як наслідок, життєво важлива функція преси - вартового демократії - буде підірвана. Беручи до уваги значимість журналістських джерел для свободи преси у демократичному суспільстві, втручання може вважатися сумісним зі статтею 10 Конвенції лише у тому випадку, якщо воно виправдане більш важливою потребою суспільного інтересу.”

Під журналістськими джерелами, у першу чергу, мають на увазі людей, які передають інформацію журналістам. На практиці у багатьох випадках цими людьми є державні службовці, які повідомляють про зловживання та корупцію в органах влади. Так само це можуть бути інші люди, які з тих чи інших причин не бажають афішувати своє ім'я. У класичному розумінні таємниця джерел означатиме, перш за все, те, що слідчий чи суддя за загальним правилом не має права вимагати від журналіста назвати прізвище особи, яка надала інформацію. Однак, насправді, право на таємницю є навіть ширшим – від журналіста не можна вимагати чи в інший спосіб отримувати (обшук, виїмка) документи, які можуть встановити особу, що надала інформацію. Таким чином, режим таємниці джерел поширюватиметься і на будь-які документи, які встановлюють зв'язок між журналістом та джерелом інформації.

Дифамація – це поширення про особу недостовірної інформації, яка принижує її честь та гідність, завдає шкоди діловій репутації. Дифамація є синонімом до терміну «приниження честі, гідності та ділової репутації». Загалом, українське законодавство не вживає терміну *дифамація*, однак як лаконічне змістовне слово іншомовного походження це слово активно використовується на практиці.

Отже, відповідальність за дифамацію встановлюється в судовому порядку. Для того щоб журналіста притягнути до відповідальності, потрібно встановити наявність таких елементів:

- факт поширення інформації;
- інформація має бути про особу, яка ініціює позов;
- інформація має бути недостовірною;
- інформація має принижувати честь і гідність.

Відсутність будь-якого з цих елементів означає неможливість притягнення до відповідальності журналіста. Розглянемо детальніше кожне з положень.

Звільнення від відповідальності за законом про пресу та законом про телебачення

Закон України „Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні та Закон України „Про телебачення і радіомовлення” передбачають майже ідентичний перелік підстав, які звільняють журналіста та засіб масової інформації від відповідальності. Всі вони пов'язані з тим, що засіб масової

інформації лише повідомляє позицію іншої особи. Ось ці законодавчі положення:

Закон України „Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні”:

Стаття 42. Звільнення від відповідальності

Редакція, журналіст не несуть відповідальності за публікацію відомостей, які не відповідають дійсності, принижують честь і гідність громадян і організацій, порушують права і законні інтереси громадян або являють собою зловживання свободою діяльності друкованих засобів масової інформації і правами журналіста, якщо:

1) ці відомості одержано від інформаційних агентств або від засновника (співзасновників);

2) вони містяться у відповіді на запит на інформацію, поданий відповідно до Закону України "Про доступ до публічної інформації", або у відповіді на звернення, подане відповідно до Закону України "Про звернення громадян";

3) вони є дослівним відтворенням публічних виступів або повідомлень суб'єктів владних повноважень, фізичних та юридичних осіб;

4) вони є дослівним відтворенням матеріалів, опублікованих іншим друкованим засобом масової інформації з посиланням на нього;

5) в них розголошується таємниця, яка спеціально охороняється законом, проте ці відомості не було отримано журналістом незаконним шляхом;

6) законом передбачено звільнення або не притягнення до відповідальності за такі дії.

Закон України „Про телебачення і радіомовлення”:

„Стаття 67. Звільнення від відповідальності за поширення інформації, що не відповідає дійсності

1. Телерадіоорганізація та її працівники не несуть відповідальності за поширення інформації, що не відповідає дійсності, у разі:

а) якщо ця інформація містилася в офіційних повідомленнях або одержана від органів державної влади, органів місцевого самоврядування у письмовій формі;

б) якщо ця інформація є дослівним цитуванням заяв і виступів (усних і друкованих) посадових осіб органів державної влади та органів місцевого самоврядування, народних депутатів

України, кандидатів на пост Президента України, кандидатів у народні депутати України та у депутати рад усіх рівнів, кандидатів на посади сільських, селищних, міських голів;

в) якщо ця інформація розповсюджувалася без попереднього запису та містилася у виступах осіб, які не є працівниками телерадіоорганізації;

г) якщо вона є дослівним відтворенням матеріалів, поширених іншим засобом масової інформації або інформаційним агентством, з посиланням на нього;

г) якщо звільнення від відповідальності передбачено іншим законом.»

Законодавчі положення сформульовані достатньо просто і зрозуміло. Додамо лише декілька застережень з практики їх застосування:

1) відповідальності не буде при передруку інформації, одержаної від інформаційних агентств, лише у випадку наявності договору, укладеного з інформаційним агентством на отримання інформації;

2) документи, отримані від органів влади (або від прес служб), мають бути офіційними; факсової копії або Інтернет версії інформації прес-служби може бути не достатньо для захисту, якщо пізніше орган влади буде заперечувати факт поширення такої інформації.

3.6. Реалізація права на доступ до інформації за інформаційним запитом

Що таке запит на інформацію?

Запит на інформацію є однією з основних форм реалізації права на доступ до публічної інформації, яку передбачає Закон України „Про доступ до публічної інформації” (надалі - ЗДПІ). Відповідно до статті 19 ЗДПІ, запит на інформацію – це прохання особи (*тобто вас*) до розпорядника інформації (*наприклад, міськради*) надати публічну інформацію, що перебуває у його володінні.

Запитувач може просити інформацію, яка в розпорядника є або мала би бути, відповідно до покладених на нього обов'язків.

Слід зауважити, що **ЗДПІ не поширюється на сферу звернень громадян**, у т. ч. щодо надання консультацій правового характеру, які регулюються окремими законами.

Закон про доступ до публічної інформації зафіксував такі принципи подання запиту:

- **запит на інформацію подається незалежно від того, стосується ця інформація його особисто чи ні, без пояснення причини подання запиту;**

- **запит може бути індивідуальним або колективним, у т. ч. поданий від юридичних осіб або об'єднань громадян без статусу юрособи;**

- **запит подається в будь-якій формі;**

- **форма запиту є довільною, але має містити обов'язкові реквізити.**

Запит на інформацію є досить зручним способом отримувати інформацію, оскільки він подається, а відповідь на нього отримується, як правило, у письмовій або електронній формі та у досить формалізованому вигляді, що дозволяє порівняно легко встановити чи були порушені ваші права (шляхом ненадання відповіді або надання її у неналежний спосіб).

Що можна запитувати?

Предметом запиту на інформацію може бути будь-яка *відкрита публічна інформація*, а у певних випадках і публічна інформація з обмеженим доступом, якщо право суспільства в її отриманні переважає інтерес особи в її обмеженні.

Закон не містить переліку відкритої публічної інформації, адже в ЗДПІ закладено принцип максимальної відкритості - вся публічна інформація є відкритою, крім випадків, встановлених законом (ч. 2. ст. 1 ЗДПІ). Утім, мінімальний перелік публічної інформації, що має проактивно оприлюднюватися і, відповідно, надаватися на запити закладено у ст. 13, 15 Закону - інформація про структуру, контакти, звіти, проекти актів і ухвалені акти тощо. Окрім цього на запити надається інформація, яку було переведено в режим відкритої, а також інформацію з обмеженим доступом, що становить суспільний інтерес, у випадку, якщо такий інтерес переважає необхідність обмеження доступу (ч.2 ст.6 ЗДПІ).

Подаючи інформаційний запит, журналістові не обов'язково вказувати, з якою метою потрібна інформація, і як він планує її використовувати. Органи влади, до яких спрямовані запити, **не можуть вимагати** від вас надання такої інформації чи відмовляти у задоволенні запиту, мотивуючи тим, що не вказано причини подання запиту. Єдиний випадок, коли від запитувача вимагається

мотивація — вимога розглянути запит у скорочений термін — «Клопотання про термінове опрацювання запиту має бути обґрунтованим.» (ч.3 ст. 20 ЗДП).

Хто має відповідати на запити?

Закон про доступ до публічної інформації суттєво розширив перелік осіб, що зобов'язані відповідати на запит. Стаття 13 ЗДП наводить перелік таких осіб - це **суб'єкти владних повноважень** (органи державної влади та інші суб'єкти, що здійснюють владні управлінські функції), **юридичні особи, що фінансуються з державного чи місцевого бюджету** (щодо інформації щодо використання бюджетних коштів), **юридичні особи, що виконують делеговані повноваження суб'єктів владних повноважень згідно із законом чи договором, а також суб'єкти господарювання, які займають домінуюче становище на ринку або наділені спеціальними чи виключними правами, або є природними монополіями** (щодо інформації щодо умов постачання товарів, послуг та цін на них). Також закон зобов'язує відповідати на запит **суб'єктів господарювання, які володіють інформацією про стан довкілля, про якість харчових продуктів і предметів побуту, про аварії, катастрофи, небезпечні природні явища та інші надзвичайні події, що сталися або можуть статися і загрожують здоров'ю та безпеці громадян та іншою інформацією, що становить суспільний інтерес** (суспільно необхідною інформацією).

Реквізити інформаційного запиту. Подання запиту

Як вже зазначалося, запит на інформацію повинен містити обов'язкові реквізити (ч.5 ст.19 ЗДП), відсутність яких може призвести до його ігнорування або відмови у розгляді:

- ім'я (найменування) запитувача,
- поштову адресу або адресу електронної пошти, а також номер засобу зв'язку, якщо такий є;
- загальний опис інформації або вид, назву, реквізити чи зміст документа, щодо якого зроблено запит, якщо запитувачу це відомо;
- підпис і дату за умови подання запиту в письмовій формі.

Примітка: Зауважте, що підпис і дата вимагається лише для письмової форми. Вимога підписувати запити електронно-цифровим підписом є неправомірною.

Для зручності запитувача розпорядник зобов'язаний розробити форми запитів, які запитувач може використати при поданні запиту. Однак, використання таких форм є правом, а не обов'язком запитувача. Такі форми мають міститися на веб-сайті розпорядника (за наявності) або безпосередньо в його приміщенні. Окрім цього сама форма запиту має містити стислу інструкцію щодо процедури подання запиту на інформацію, її отримання тощо.

Запит подається в будь-якій формі — в усній, письмовій чи іншій формі (поштою, факсом, телефоном, електронною поштою) на вибір запитувача. При цьому журналістам слід розуміти, що в окремих випадках краще послуговуватися письмовим способом подання запиту шляхом відсилання рекомендованого листа з повідомленням, а іноді і з описом вкладення. Зауважте, що усна форма запиту не передбачає негайної відповіді, а має розглядатися у строки визначені законом.

З практичних міркувань в тексті інформаційного запиту варто посилатися на норми Закону України „Про доступ до публічної інформації”, які визначають обов'язок розпорядника надати інформацію, терміни, в які це має бути зроблено, та можливу відповідальність. Таке посилання буде не лише нагадуванням чиновникам про їхні обов'язки, але й демонстрацією правової обізнаності журналіста та готовності захищати свої права.

Розгляд інформаційного запиту та відповідь на нього

Стаття 16 Закону визначає, що запит, зареєстрований у встановленому розпорядником інформації порядку, обробляється відповідальними особами з питань доступу до публічної інформації

Після отримання запиту відповідальна особа має з'ясувати, чи є отриманий запит власне запитом на інформацію, чи зверненням. При цьому визначальною є не назва документу, а саме зміст запитуваної інформації.

Стаття 20 ЗДПІ про доступ встановила 3 строки, в які розпорядник має обробити та надати запит на інформацію:

- Стандартний – **5 робочих днів** із дня отримання належним розпорядником запиту.

- Подовжений – **20 робочих днів** із дня отримання розпорядником запиту. При цьому запитувачу протягом 5 робочих днів повідомляється про продовження строку з належним обґрунтуванням. Продовження терміну допускається лише, якщо запит:

- стосується надання великого обсягу інформації або
- потребує пошуку інформації серед значної кількості даних.

• **Скорочений – 48 годин** із дня отримання запиту. Такий запит має бути обґрунтований у частині термінової обробки та має стосуватися інформації, необхідної для захисту життя чи свободи особи, щодо стану довкілля, якості харчових продуктів і предметів побуту, аварій, катастроф, небезпечних природних явищ та інших надзвичайних подій, що сталися або можуть статись і загрожують безпеці громадян.

У випадку **форс-мажорних обставин** (обставин непереборної сили), що перешкоджають у наданні для ознайомлення інформації, розпорядник може відстрочити задоволення запиту, про що **письмово** повідомляє запитувача із зазначенням:

- прізвища, ім'я, по батькові та посаду особи, відповідальної за розгляд запиту розпорядником інформації;

- дати надсилання або вручення повідомлення про відстрочку;

- причин, у зв'язку з якими запит на інформацію не може бути задоволено у встановлений цим Законом строк;

- строку, в який буде задоволено запит;

- підпису;

- та роз'ясненням порядку оскарження прийнятого рішення.

Розпорядник може **відмовити** лише з таких підстав:

- розпорядник інформації не володіє і не зобов'язаний, відповідно до його компетенції, передбаченої законодавством, володіти інформацією, щодо якої зроблено запит;

- інформація, що запитується, належить до категорії інформації з обмеженим доступом;

- особа, яка подала запит на інформацію, не оплатила передбачені фактичні витрати, пов'язані з копіюванням або друком;

- не дотримано вимог до запиту на інформацію (адресат та його контактна інформація, зміст запитуваної інформації, підпис та дата для письмової форми).

Відмова в наданні запиту надсилається виключно в письмовій формі. Відмова має містити:

- прізвище, ім'я, по батькові та посаду особи, **відповідальної за розгляд запиту розпорядником інформації;**

- дату відмови;

- мотивовану підставу відмови – мотивація має не лише містити посилання на ЗДПІ, але й іншу інформацію, що надавала би запитувачу чітке розуміння обґрунтованості відмови;

- порядок оскарження відмови;
- підпис.

Зауважте, що розпорядник **не може вам відмовити** в наданні інформації на тій підставі, що її можна одержати із загальнодоступних джерел. Якщо розпорядник є неналежним, але йому відомо, хто є належним розпорядником, він зобов'язаний переслати запит належному розпоряднику і водночас сповістити вас про таку переадресацію.

У випадку наявності в документі інформації з обмеженим доступом для ознайомлення надається інформація, доступ до якої необмежений. У такому разі розпорядник ретушує (заклеює, замальовує тощо) інформацію, доступ до якої обмежується, і надає запитувачу документ із відповідними купюрами.

Відшкодування витрат

Однією з новел ЗДПІ є положення про відшкодування фактичних витрат у разі виготовлення копій документів. Так, у випадку, якщо ви хочете отримати інформацію, що міститься в документах обсягом понад 10 сторінок ви маєте відшкодувати фактичні витрати на копіювання та друк. При цьому **плата не стягується**, якщо:

- розпорядник своїм рішенням не встановив таких витрат у межах граничних норм, установлених Кабінетом Міністрів України;
- якщо ви вимагаєте надання інформації про себе;
- якщо ви вимагаєте надання інформації, що становить суспільний інтерес.

У випадку, якщо кількість сторінок є значною, ми рекомендуємо звернутися до розпорядника з пропозицією виготовити копії самостійно на свій фотоапарат, своїм сканером тощо. Також ви можете ознайомитися з потрібним документом безпосередньо в приміщенні відповідного розпорядника.

Особливості доступу до реєстрів і архівів

Законом №1170, яким у 2014 році було внесено зміни до низки нормативно-правових актів щодо доступу до публічної інформації було визначено, що доступ до інформації, якою володіють архівні установи та яка не міститься в архівних

документах, здійснюється відповідно до Закону України "Про доступ до публічної інформації". Це означає, що якщо ви захочете дізнатися скільки архів витратив на закупівлю канцелярських товарів, ви використовуватимите Закон України "Про доступ до публічної інформації", а якщо ви захочете знайти метрику прабабусі - ви послуговуватиметесь Законом України "Про Національний архівний фонд та архівні установи". На практиці зустрічаються і винятки. Так, на запит ГО "Вікімедія" (відоме вам як Вікіпедія) до міськради одного з міст щодо надання переліку пам'яток, відповідь надійшла з архівної установи. В цьому випадку архів виявився одночасно розпорядником і документів Національного архівного фонду і публічної інформації, адже акти ухвалені 20 років тому залишалися чинними.

Щодо статистичної інформації Законом №1170 було визначено, що статистична інформація надається за запитом відповідно до закону про доступ до публічної інформації. При цьому, це стосується як статистичної інформації, отриманої в процесі статистичних спостережень, проведених за рахунок коштів Державного бюджету України, так і на підставі договору із замовником.

Законодавством може бути встановлений особливий порядок отримання інформації у певних розпорядників. Зокрема це стосується інформації державних реєстрів (наприклад ЄДР). В таких випадках виготовлення копій відповідних документів вважатиметься **адміністративною послугою** і може містити як особливості отримання, так і іншу ціну. З іншого боку, частину такої інформації можна знайти у вільному доступі на сайтах відповідних розпорядників.

3.7. Доступ до інформації про особу

Доступ до інформації про фізичну особу (персональних даних) регулюється Конституцією України, Законом України «Про захист персональних даних» та Законом України «Про доступ до публічної інформації».

Персональні дані – це відомості чи сукупність відомостей про фізичну особу, яка ідентифікована або може бути конкретно ідентифікована.

Забороняється збирання, зберігання, використання та поширення конфіденційної інформації про особу без її згоди, крім

випадків, визначених законом, і лише в інтересах національної безпеки, економічного добробуту та прав людини.

Журналісти мають право оприлюднювати інформацію про приватне життя особи, якщо така інформація становить суспільний інтерес і цей інтерес переважає над правом особи на її захист.

Одне з небагатьох унікальних прав журналістів – це право зберігати в таємниці ім'я особи, яка надала інформацію (право на захист журналістських джерел).

ЛЕКЦІЯ 4. РЕГУЛЮВАННЯ ЗАХИСТУ ДАНИХ

ПЛАН

- 4.1. Захист персональних даних.
- 4.2. Відповідальність за поширення неправдивої інформації про фізичну, юридичну особу.
- 4.3. Спростування неправдивої інформації.
- 4.4. Моральна шкода.

4.1. Захист персональних даних

Вперше нормативне закріплення норми з правового регулювання захисту персональних даних відбулося в тих положеннях міжнародних договорів з прав людини, які гарантували право на приватність.

Зокрема, у Загальній декларації прав людини 1948 р., у ст. 12 встановлено, що: «Ніхто не може зазнавати безпідставного втручання в його особисте і сімейне життя, безпідставного посягання на недоторканність його житла, таємницю його кореспонденції або на його честь і репутацію.

Кожна людина має право на захист закону від такого втручання або таких посягань». Згодом, це право було підтвержене та гарантоване у ст. 17 Міжнародного пакту про громадянські і політичні права від 1966 р., у якій закріплено, що: «Ніхто не повинен зазнавати свавільного чи незаконного втручання в його особисте і сімейне життя, свавільних чи незаконних посягань на недоторканність його житла або таємницю його кореспонденції чи незаконних посягань на його честь і репутацію. Кожна людина має право на захист закону від такого втручання чи таких посягань».

Водночас право на приватність, яке належить до прав людини першого покоління, перетворюється на універсальне, свого роду наскрізне право, яке вноситься і в зміст міжнародно-правових актів, які регламентували захист прав та свобод окремих груп або ж в окремих сферах.

Зокрема, аналогічні до вищенаведених чи схожі за змістом положення внесені до Конвенції про права дитини 1989 р. (ст. 16), Міжнародної конвенції про захист прав усіх трудящих-мігрантів та членів їхніх сімей 1990 р. (ст. 18), Конвенції про права осіб з інвалідністю 2006 р. (ст. 22) та ін.

Також розробляння міжнародних актів у сфері права на приватність та захисту персональних даних ведеться в рамках різних міжнародних організацій. Наприклад, в рамках Організації Об'єднаних Націй (надалі – ООН) 14 грудня 1990 р. Резолюцією Генеральної Асамблеї ООН №/95 (XLV) ухвалено Керівні принципи регламентації комп'ютеризованих картотек, що містять дані особистого характеру (англ. Guidelines for the Regulation of Computerized Personal Data Files). Також варто відзначити діяльність Організації з економічного співробітництва та розвитку (надалі – ОЕСР), в рамках якої розроблено «Базові принципи захисту недоторканності приватного життя і транскордонних потоків персональних даних» (англ. OECD Guidelines on the Protection of Privacy and Transborder Flows of Personal Data), схвалені Рекомендацією Ради ОЕСР від 23 вересня 1980 р., нова редакція яких була ухвалена у 2013 р.

Крім міжнародних договорів з прав людини, ухвалених на універсальному рівні, відповідні норми внесені у зміст міжнародних договорів, укладених у рамках регіональних систем захисту прав людини. Наприклад, положення щодо захисту права на приватність містяться в ст. 11 Американської конвенції з прав людини 1969 р. (ст. 11), ст. 7 Хартії основних прав Європейського Союзу 2000 р. (с. 7) та ін. Особливо широкі відповідні гарантії та практика щодо їх застосування та захисту в рамках системи Ради Європи. Особливо варто відзначити ті міжнародні документи, що стосуються захисту персональних даних, які укладено в рамках європейського правового простору, під егідою Ради Європи та Європейського Союзу.

4 листопада 1950 року десять європейських держав у м. Римі підписали Конвенцію про захист прав людини і основоположних свобод (далі – Конвенція).

Вказаним документом передбачено низку прав та свобод, які держави – учасниці Конвенції повинні гарантувати кожному, хто перебуває під їхньою юрисдикцією. Зокрема, статтею 8 Конвенції передбачено: «1. Кожен має право на повагу до свого приватного і сімейного життя, до свого житла і кореспонденції. 2. Органи державної влади не можуть втручатись у здійснення цього права, за винятком випадків, коли втручання здійснюється згідно із законом і є необхідним у демократичному суспільстві в інтересах національної та громадської безпеки чи економічного добробуту країни, для запобігання заворушенням чи злочинам, для захисту здоров'я чи моралі або для захисту прав і свобод інших осіб».

На національному рівні ключові документи у сфері захисту персональних даних – Конституція України, Закон України «Про захист персональних даних» (далі – Закон) та документи у сфері захисту персональних даних, ухвалені Уповноваженим Верховної Ради України з прав людини.

Вагоме значення має також низка інших законів, як, наприклад, Закон України «Про доступ до публічної інформації» та Закон України «Про інформацію». Разом з тим практично всі галузеві нормативно-правові акти також містять положення, що регламентують обробку персональних даних у відповідній сфері.

Відповідно до ст. 32 Конституції України ніхто не може зазнавати втручання в його особисте і сімейне життя, крім випадків, передбачених Конституцією України. Не допускається збирання, зберігання, використання та поширення конфіденційної інформації про особу без її згоди, крім випадків, визначених законом, і лише в інтересах національної безпеки, економічного добробуту та прав людини.

Положення цієї статті роз'яснено в рішенні Конституційного Суду України від 20 січня 2012 року № 2-рп/2012 у справі за конституційним поданням Жашківської районної ради Черкаської області щодо офіційного тлумачення положень частин першої, другої статті 32, частин другої, третьої статті 34 Конституції України від 20 січня 2012 року.

Крім цього, певний інтерес з погляду захисту персональних даних становить рішення Конституційного Суду України у справі

щодо офіційного тлумачення статей 3, 23, 31, 47, 48 Закону України «Про інформацію» та статті 12 Закону України «Про прокуратуру» (т. зв. «Справа К. Г. Устименка»).

З метою імплементації Конвенції 108 Верховна Рада України 1 червня 2010 р. ухвалила Закон України «Про захист персональних даних», який закріплює основні принципи обробки персональних даних, права суб'єктів персональних даних, підстави обробки персональних даних, підстави обробки чутливих категорій персональних даних, принципи обмеження дії Закону, повноваження наглядового органу та ін. На виконання Закону наглядовий орган у сфері захисту персональних даних – станом на сьогодні це Уповноважений Верховної Ради України з прав людини – наказом від 8 січня 2014 року № 1/02-14 затвердив низку підзаконних актів у сфері захисту персональних даних:

Типовий порядок обробки персональних даних – цей документ містить ключові зобов'язання володільців щодо організації процесу обробки персональних даних.

Порядок здійснення Уповноваженим ВРУ контролю за додержанням законодавства про захист персональних даних – цей документ регламентує порядок про ведення перевірки володільців працівником Секретаріату Уповноваженого Верховної Ради України з прав людини; Порядок повідомлення Уповноваженого ВРУ з прав людини про обробку персональних даних, яка становить особливий ризик для прав і свобод суб'єктів персональних даних, про структурний підрозділ або відповідальну особу, що організовує роботу, пов'язану із захистом персональних даних при їх обробці, а також оприлюднення вказаної інформації.

Окремо варто наголосити на важливій ролі у сфері обробки персональних даних низки інших, дотичних до цієї сфери нормативно-правових актів. Насамперед ідеться про Закон України «Про доступ до публічної інформації». Згідно з його ст. 1, «Публічна інформація – це відображена та задокументована будь-якими засобами та на будь-яких носіях інформація, що була отримана або створена в процесі виконання суб'єктами владних повноважень своїх обов'язків, передбачених чинним законодавством, або яка знаходиться у володінні суб'єктів владних повноважень, інших розпорядників публічної інформації, визначених цим Законом.

Публічна інформація є відкритою, крім випадків, встановлених законом». Безперечно, що значна кількість публічної інформації містить персональні дані. З огляду на вказане означення публічної інформації, цим поняттям охоплюються величезні масиви персональних даних.

Ідеться про інформацію, що перебуває у володінні суб'єктів владних повноважень та деяку інформацію, що перебуває у володінні юридичних осіб публічного та приватного права. Тому постає запитання щодо того, як повинна вестися обробка (зокрема, поширення) таких персональних даних і як узгодити в цій частині положення Закону України «Про захист персональних даних», з одного боку, та Закону України «Про доступ до публічної інформації» – з іншого.

У цьому зв'язку слід звернутися до Закону України «Про доступ до публічної інформації», який містить релевантніші положення з цього приводу. Зокрема, йдеться про ч. 2 ст. 6 вказаного Закону, якою передбачено, що при розв'язанні питання про те, чи обмежувати доступ до конфіденційної інформації, слід застосувати перед бачений вказаним положенням Закону трискладовий тест.

Аналіз, який необхідно провести, користуючись вказаним тестом, містить у собі всі ключові вимоги Закону України «Про захист персональних даних» та при строгому дотриманні забезпечує неухильне додержання його вимог при розв'язанні питання щодо (не)надання публічної інформації, яка містить персональні дані.

Крім цього, ст. 10 Закону України «Про доступ до публічної інформації» містить норми щодо прав суб'єктів персональних даних та обов'язків володільців персональних даних (в розумінні Закону України «Про доступ до публічної інформації» – розпорядників) у контексті роботи з публічною інформацією, що містить персональні дані.

Вказані положення, хоч і здебільшого дублюють положення Закону України «Про захист персональних даних», водночас підсилюють їх значення в роботі розпорядників публічної інформації. Також Закон України «Про інформацію» та низка інших нормативно-правових актів, що регламентують роботу ЗМІ, визначають, як повинні оброблятися персональні дані в указаній сфері.

На завершення, варто зазначити, що Закон України «Про захист персональних даних» – рамковий документ. Його положення регулюють правові відносини, пов'язані із захистом та обробкою персональних даних у величезній кількості сфер суспільного життя. З цих же причин Закон не може детально визначати порядок та процедуру обробки персональних даних у всіх вказаних сферах.

У зв'язку з цим кожна галузь права містить (і повинна містити) свої положення, які регламентують особливості обробки персональних даних у відповідній сфері суспільних відносин. Наприклад, Кримінальний процесуальний кодекс України та Закон України «Про оперативно-розшукову діяльність», закони, що регулюють роботу тих чи інших правоохоронних органів (Національної поліції, Служби безпеки України, Державного бюро розслідувань та ін.), а також закони (скажімо., «Про Єдиний державний демографічний реєстр та документи, що підтверджують громадянство України, посвідчують особу чи її спеціальний статус») та підзаконні нормативно-правові акти, що регламентують ведення тих чи інших реєстрів, баз даних та ін., визначають деталі обробки персональних даних у сфері правоохоронної діяльності. Аналогічним чином влаштовано процес обробки персональних даних і в інших сферах суспільного життя.

У цьому зв'язку варто наголосити, що в частині, яка стосується питань обробки персональних даних, вказані документи завжди повинні узгоджуватися зі ст. 32 Конституції та Законом України «Про захист персональних даних», які визначальні в цій сфері правових відносин.

Відповідно до статті 32 Конституції України, не допускається збирання, зберігання, використання та поширення конфіденційної інформації про особу без її згоди, крім випадків, визначених законом, і лише в інтересах національної безпеки, економічного добробуту та прав людини.

Закон України «Про захист персональних даних» закріплює основні принципи обробки персональних даних, права суб'єктів, підстави обробки тощо.

Значна кількість публічної інформації містить персональні дані; при вирішенні питання про обмеження доступу до них слід застосовувати трискладовий тест.

4.2. Відповідальність за поширення неправдивої інформації про фізичну, юридичну особу

Дифамація – це поширення про особу недостовірної інформації, яка принижує її честь та гідність, завдає шкоди діловій репутації.

Відповідальність за дифамацію встановлюється в судовому порядку за наявності таких елементів: факт поширення інформації, інформація про особу-позивача, її недостовірність та приниження честі/гідності.

Журналіст може бути притягнутий до кримінальної відповідальності за незаконне збирання, зберігання, використання, знищення, поширення конфіденційної інформації про особу (стаття 182 Кримінального кодексу України).

Кримінальний кодекс також передбачає відповідальність за розголошення лікарської таємниці, банківської таємниці, таємниці слідства тощо.

За порушення законодавства у сфері захисту персональних даних передбачено адміністративну відповідальність (стаття 188-39 КУпАП).

4.3. Спростування неправдивої інформації

Інформація про особу, одержана конфіденційно, може бути поширена без згоди її власника, якщо вона є суспільно значущою, тобто є предметом громадського інтересу і якщо право громадськості знати цю інформацію переважає право її власника на її захист.

Суб'єкти інформаційних відносин звільняються від відповідальності за розголошення інформації з обмеженим доступом, якщо суд встановить, що ця інформація є суспільно необхідною.

Закони України “Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні” та “Про телебачення і радіомовлення” передбачають перелік підстав, які звільняють журналіста та засіб масової інформації від відповідальності (наприклад, якщо інформація була одержана від інформаційних агентств, містилася у відповіді на запит, є дослівним відтворенням публічних виступів тощо).

4.4. Моральна шкода

Цивільна відповідальність можлива у випадку порушення конфіденційності або у разі опублікування інформації про приватне життя особи.

Особа, про яку журналіст написав у газеті, має право вимагати відшкодування компенсації моральної шкоди (як правило грошима), якщо оприлюднені відомості стосувалися її приватного життя.

Також можлива відповідальність журналіста перед особою, яка йому передала інформацію на умовах конфіденційності, що може призвести до позову проти журналіста та до грошової компенсації завданої шкоди.

ЛЕКЦІЯ 5. РЕГУЛЮВАННЯ ДІЯЛЬНОСТІ МАС-МЕДІА

ПЛАН

- 5.1. Організація діяльності мас-медіа, друкованих засобів масової інформації.
- 5.2. Заснування і державна реєстрація, статут мас-медіа.
- 5.3. Відносини між редакціями і посадовими особами мас-медіа і суспільством.
- 5.4. Відповідальність за порушення свободи діяльності медіа.

5.1. Організація діяльності мас-медіа, друкованих засобів масової інформації

Упродовж останніх років в Україні суттєво змінилось уявлення про інформацію та інформаційну систему. Стрімкий розвиток ЗМІ значно впливає на політичні та економічні процеси в державі, обумовлюючи напрямок їхнього розвитку. В таких умовах важливого значення набувають політичні аспекти створення та функціонування системи ЗМІ.

Державна політика у сфері медіа – це сукупність основних напрямів і способів діяльності держави щодо забезпечення контролю, стабілізації та розвитку сфери медіа.

Актуальність державної політики у сфері медіа обумовлена такими соціальними процесами:

– стрімке розширення кола можливостей для більш повної реалізації конституційного права на інформацію, що, зі свого боку, обумовлює зростання інформаційних потреб суспільства, зокрема й у сфері медіа;

– активний розвиток глобальних інформаційних мереж та інтеграційні процеси України до європейського інформаційного простору.

Ці тенденції обумовлюють поглиблення інформаційних зв'язків між країнами світу та зростання ролі медіа в реалізації політики держави.

Державна політика у сфері медіа має свої завдання, до них слід зарахувати:

1) забезпечення достовірності та збалансованості подання інформації, гарантування вільного і відкритого обговорення суспільно важливих проблем;

2) створення умов для задоволення та забезпечення інформаційних і культурних прав та потреб громадян України, а також потреб українців, що виїхали за кордон;

3) сприяння розвитку державної мови;

4) захист користувачів інформації, особливо дітей, від шкідливого впливу інформації;

5) сприяння розвитку публічних аудіовізуальних медіа;

6) стимулювання виробництва національного продукту;

7) сприяння об'єднанню суб'єктів у сфері медіа у співрегуляторні органи, а також сприяння роботі таких органів, залучення їх до прийняття рішень державними органами;

8) захист економічної конкуренції у сфері медіа;

9) забезпечення прозорості й доступності інформації про структуру власності суб'єктів у сфері медіа.

Державну політику у сфері медіа реалізують такі суб'єкти:

1) Верховна Рада України (визначає засади державної політики у сфері медіа та законодавчі основи її реалізації);

2) Кабінет Міністрів України, центральні органи виконавчої влади (забезпечують реалізацію засад державної політики у сфері медіа);

3) Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення (забезпечує нагляд (контроль) у сфері діяльності ЗМІ.

Означені суб'єкти мають свої повноваження та компетенцію, яка визначена у відповідних законодавчих і підзаконних актах.

Державне регулювання медіапростору здійснюється в рамках відповідної стратегії, яка складається з самостійних напрямів. Під напрямами державної політики у сфері медіа слід розуміти відносно самостійні сфери виконавчо-розпорядчої діяльності, які здійснюються уповноваженими суб'єктами з метою розвитку окремих сфер діяльності ЗМІ.

Напрями відповідають окремим завданням державної політики та включаються до національної стратегії розвитку сфери медіа. Державна політика України у сфері медіа є динамічним явищем і має охоплювати нові завдання, які виникають в умовах інформатизації суспільства.

Серед таких завдань є підвищення рівня медіаграмотності та інформаційної гігієни громадян, особливо серед молоді та працездатного населення.

Медіаграмотність – це навички та знання, які надають користувачам можливість ефективно і безпечно користуватися медіасервісами. На подолання цієї проблеми суттєво впливає рівень соціального забезпечення населення країни. Одним із пріоритетних завдань також є боротьба з дезінформацією, яка становить значну загрозу для інформаційної безпеки держави. Зараз триває розробка відповідних законодавчих ініціатив, які будуть інтегровані в загальну концепцію національної безпеки України.

Характеристика процедури ліцензування у сфері медіа. Однією з правових підстав діяльності суб'єктів у сфері медіа є процедура ліцензування, котра являє собою особливий порядок санкціонування діяльності медіа, що здійснюють уповноважені органи виконавчої влади. За чинним законодавством, ліцензуванню підлягає виключно мовлення з використанням радіочастотного спектра та постачання електронних комунікаційних послуг для потреб такого мовлення. Процедура ліцензування здійснюється Національною радою з питань телебачення і радіомовлення на конкурсних засадах. На отримання ліцензії поза конкурсом можуть розраховувати тільки суспільні медіа (Національна суспільна телерадіокомпанія України).

Після отримання ліцензії суб'єкт медіа набуває право розпочати свою діяльність із використанням радіочастотного спектра.

Зазначимо, що відповідно до законодавства, ліцензія видається строком на десять років. Для забезпечення об'єктивності та неупередженості, ліцензування суб'єктів медіа здійснюється на конкурсних засадах.

Конкурс оголошується за таких підстав:

1) наявність можливості та умов користування радіочастотним спектром у відповідних смугах радіочастот, на яких ще не відбувалося мовлення;

2) збільшення кількості каналів у ефірній багатоканальній електронній комунікаційній мережі;

3) закінчення строку дії або анулювання ліцензії попереднього ліцензіата;

4) запровадження нової технології або зміна стандарту (радіотехнології) мовлення, що передбачає створення нових ефірних багатоканальних електронних комунікаційних мереж.

Оголошення конкурсу та формування його умов здійснюється Національною радою з питань телебачення і радіомовлення, про що повідомляється на її офіційному веб-сайті.

Цей орган також формує перелік вимог до майбутніх ліцензіатів, до яких можуть входити:

1) наявність власних чи орендованих технічних засобів електронних комунікацій;

2) наявність плану побудови ефірної цифрової багатоканальної електронної комунікаційної мережі;

3) проведений розрахунок рівня рентабельності електронних комунікаційних послуг;

4) розрахунок необхідної кількості каналів ефірної цифрової багатоканальної електронної комунікаційної мережі.

Перед початком конкурсу вирішується питання про допуск претендентів, на основі поданих ними документів. Сам конкурс проводиться не пізніше ніж через три місяці після закінчення кінцевого терміну подання заяв на участь у ньому, але не раніше ніж через один місяць після закінчення такого терміну.

Конкурс проводиться у форматі відкритого засідання на якому розглядаються подані заяви, заслуховуються представники претендентів та визначається переможець конкурсу.

Для визначення переможця конкурсу використовується система критеріїв, до якої входять:

1) запропоновані учасником обсяги поширення національного продукту;

2) запропоновані учасником обсяги поширення передбачених умовами ліцензії програм;

3) наявність в учасника досвіду діяльності у сфері медіа.

За користування ліцензією суб'єкт сплачує ліцензійний збір, який розраховується за визначеною законодавством методикою. Після сплати ліцензійного збору суб'єкт отримує ліцензію, яку він у подальшому може продовжити.

Для продовження строку дії ліцензії, ліцензіат заздалегідь подіє до Національної ради з питань телебачення і радіомовлення відповідну заяву за встановленою формою.

Таким чином, процедура ліцензування передбачена для того, щоб допустити в медіа-простір тільки тих суб'єктів, які мають усі технічні, фінансові та правові можливості для забезпечення користувачів якісним медіапродуктом.

Тобто це специфічний механізм, який має дозвільний характер, і в якому виявляються ознаки державного регулювання медіасфери.

5.2. Заснування і державна реєстрація, статут мас-медіа

Після здійснення процедури ліцензування відбувається реєстрація шляхом внесення до Реєстру суб'єктів у сфері медіа відповідних даних.

Законодавством передбачена обов'язкова та добровільна реєстрація. В обов'язковому порядку реєструються суб'єкти, що здійснюють мовлення без використання радіочастотного спектра, суб'єкти у сфері аудіовізуальних медіа на замовлення, провайдери аудіовізуальних сервісів та провайдери платформ спільного доступу до відео.

Добровільний характер передбачений для суб'єктів у сфері друкованих медіа та онлайн-медіа. Заявник набуває статусу суб'єкта у сфері медіа та має право розпочинати відповідну діяльність з дня внесення до реєстру інформації про його реєстрацію.

Документом, який підтверджує факт державної реєстрації є витяг із реєстру.

У нормах Закону України “Про медіа” передбачені підстави відмови в реєстрації, зокрема:

- 1) подання заявником неповної або недостовірної інформації;
- 2) невідповідність структури власності заявника вимогам законодавства;
- 3) несплата заявником реєстраційного збору;
- 4) застосування до заявника санкції у вигляді заборони здійснювати діяльність у сфері медіа.

Реєстр суб’єктів у сфері медіа ведеться Національною радою з питань телебачення і радіомовлення з використанням спеціально розробленої автоматизованої апаратно-програмної системи, що має взаємодіяти з іншими державними електронними реєстрами.

До нього вносяться тільки відомості про суб’єктів у сфері медіа, що отримали ліцензію або зареєстровані, а також про зареєстровані іноземні лінійні медіа.

Відомості з реєстру використовуються для ведення статистики, зокрема щодо кількості суб’єктів у сфері медіа за кожним різновидом діяльності та за територіальною категорією.

Вони використовуються для аналітичного забезпечення та стратегічного планування розвитку медіа-сфери. Також практика ведення реєстру необхідна для захисту прав самих суб’єктів та інтересів держави.

Порядок реєстрації іноземних медіа в Україні. Процедура реєстрації іноземних медіа, які поширювалися на території України провайдерами аудіовізуальних сервісів, відбувається з певними особливостями й тому врегульована окремо в чинному законодавстві України.

Перш за все, заява про реєстрацію подається провайдерами через електронний кабінет. У цій заяві вказуються важливі дані, зокрема: опис іноземного лінійного медіа, що реєструється; його формат та логотип тощо. Для іноземних медіа, як і для вітчизняних, процедура реєстрації платна.

Законом України “Про медіа” передбачені певні підстави для відмови в реєстрації іноземних медіа в Україні, а саме:

- 1) якщо під час офіційного моніторингу встановлено, що іноземне медіа два чи більше разів порушило вимоги Європейської конвенції про транскордонне телебачення, інших міжнародних договорів;

2) якщо виявлено, що заявником на дату подання заяви було подано недостовірні відомості про іноземне медіа;

3) якщо виявлено факти порушення вимог Закону України “Про рекламу” щодо оплати юридичній особі України реклами, розміщеної на території України;

4) якщо до іноземного медіа застосовано санкції у вигляді заборони поширення на території України. Аналогічні підстави застосовуються для скасування реєстрації іноземного медіа в Україні.

Однак у даному випадку вони дещо розширені та включають наявність рішення суду про скасування реєстрації.

У разі скасування реєстрації іноземного медіа, його провайдери в Україні зобов'язані припинити його поширення негайно. Втім передбачена можливість оскарження рішення про скасування реєстрації іноземного медіа в Україні в суді.

Отже, якщо є відповідне рішення суду, то Національна рада з питань телебачення і радіомовлення зобов'язана поновити реєстрацію. Означені правові засоби захисту прав суб'єктів медіа обумовлені необхідністю гарантування свободи слова та права громадян на задоволення інформаційних потреб, у тому числі й через користування іноземними медіа.

Статутні документи медіа повинні передбачати, зокрема, інформування громадян про діяльність відповідних органів влади, якщо вони є засновниками.

5.3. Відносини між редакціями і посадовими особами мас-медіа і суспільством

Суб'єкти господарювання, які володіють інформацією про стан довкілля, аварії, катастрофи та інші надзвичайні події, що загрожують здоров'ю та безпеці громадян, зобов'язані відповідати на запити про цю інформацію.

Комісія з журналістської етики, як орган саморегуляції, розглядає скарги від громадян, установ та організацій щодо етичної оцінки професійної діяльності журналістів та редакцій.

Журналіст має право зберігати в таємниці ім'я особи, яка надала інформацію (право на захист журналістських джерел). Це право є однією з основоположних умов свободи преси.

Суспільство виграє від можливості бути поінформованим через пресу, яка виконує функцію вартового демократії.

5. 4. Відповідальність за порушення свободи діяльності медіа

Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення здійснює нагляд та контроль за дотриманням суб'єктами у сфері медіа законодавства та/або умов ліцензій.

За порушення свободи діяльності медіа передбачена відповідальність.

Законодавством передбачено звільнення журналістів від відповідальності за поширення інформації, яка не відповідає дійсності, якщо вона:

містилася в офіційних повідомленнях органів влади;

є дослівним цитуванням публічних виступів посадових осіб;

була розповсюджена без попереднього запису та містилася у виступах осіб, які не є працівниками телерадіоорганізації;

є дослівним відтворенням матеріалів, поширених іншим засобом масової інформації з посиланням на нього.

Особа може бути притягнута до кримінальної відповідальності за розголошення державної таємниці, якщо ці відомості були їй доручені або стали відомими у зв'язку з виконанням службових обов'язків. Журналісти, яким випадково стали відомі такі відомості, не є суб'єктами цього злочину.

ЛЕКЦІЯ 6. СУСПІЛЬНЕ ТЕЛЕБАЧЕННЯ І РАДІОМОВЛЕННЯ

ПЛАН

- 6.1. Започаткування і розвиток суспільного мовлення.
- 6.2. Правове положення «Національної суспільної телерадіокомпанії України» (НСТУ).
- 6.3. Забезпечення незалежності суспільного мовлення.
- 6.4. Статут і органи управління НСТУ.

1. Започаткування і розвиток суспільного мовлення

З метою задоволення інформаційних потреб суспільства, залучення громадян до обговорення та вирішення найважливіших соціально-політичних питань, забезпечення національного діалогу, сприяння формуванню громадянського суспільства створюється Суспільне медіа України.

Суспільні медіа-сервіси України надаються акціонерним товариством "Національна суспільна телерадіокомпанія України" (далі - НСТУ), 100 відсотків акцій якого належить державі. Відчуження акцій, що належать державі у статутному капіталі НСТУ, приватизація акцій забороняється.

НСТУ утворюється на базі Національної телекомпанії України, Національної радіокомпанії України, Державної телерадіокомпанії "Культура", обласних державних телерадіокомпаній, Державної телерадіомовної компанії "Крим", державних організацій "Київська державна регіональна телерадіокомпанія", "Севастопольська регіональна державна телерадіокомпанія", "Новгород-Сіверська регіональна державна телерадіокомпанія "Сіверська", "Криворізька регіональна державна телерадіокомпанія "Криворіжжя", що реорганізуються шляхом приєднання до Національної телекомпанії України.

Утворення НСТУ здійснюється за рішенням Кабінету Міністрів України відповідно до законодавства з урахуванням особливостей, визначених цим Законом.

До НСТУ приєднується акціонерне товариство "Укртелефільм", 100 відсотків акцій якого належать державі, що утворюється шляхом перетворення державного підприємства "Українська студія телевізійних фільмів "Укртелефільм".

Діяльність НСТУ провадиться на принципах:

- 1) всебічного, об'єктивного і збалансованого інформування про суспільно значущі події в Україні та за кордоном;
- 2) дотримання норм суспільної моралі, традицій і культури Українського народу, поширення сімейних цінностей та зміцнення ролі традиційної сім'ї у розбудові українського суспільства;
- 3) пріоритету суспільних інтересів над комерційними та політичними;
- 4) чіткого відокремлення фактів від коментарів та оцінок;
- 5) вільного вираження поглядів, думок і переконань;
- 6) незалежності управління та поточної діяльності від органів державної влади, органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб, політичних партій, підприємств, установ, організацій, фізичних осіб;
- 7) участі громадськості в управлінні, формуванні програмної політики;
- 8) відсутності дискримінації за будь-якою ознакою;

9) прозорості та відкритості діяльності.

Забороняється втручання державних органів та органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб, а також недержавних організацій у діяльність НСТУ з метою встановлення цензури, попереднього контролю та незаконного впливу на зміст інформації, що поширюється Суспільним медіа України.

Основними завданнями НСТУ є:

- 1) об'єктивне, повне, своєчасне і неупереджене інформування про суспільно значущі події в Україні та за кордоном;
- 1⁻¹) забезпечення збалансованого і прозорого доступу суб'єктів суспільно-політичного життя до програм (передач) дискусійного формату, зокрема у вигляді дебатів;
- 2) сприяння консолідації українського суспільства;
- 3) розвиток і зміцнення статусу української мови та культури, сприяння розвитку мов і культур національних меншин;
- 4) сприяння якнайповнішому задоволенню інформаційних, культурних та освітніх потреб населення України, у тому числі шляхом створення та поширення економічних, історично-документальних, культурно-мистецьких, навчально-пізнавальних, розважальних, спортивних програм, програм для дітей та молоді, людей з обмеженими фізичними можливостями, національних меншин, інших соціальних груп;
- 5) оперативне інформування населення про надзвичайні ситуації, що становлять загрозу життю чи здоров'ю людей;
- 6) надання громадянам України затребуваних інформаційних продуктів, відсутніх на комерційному ринку;
- 7) сприяння зміцненню міжнародного авторитету України.

Суспільні медіа поширюються НСТУ у формі лінійних та нелінійних аудіовізуальних медіа, а також у формі онлайн-медіа відповідно до принципів, мети і завдань, визначених цим Законом.

Держава гарантує надання НСТУ каналів мовлення або каналів ефірної багатоканальної електронної комунікаційної мережі для поширення:

- 1) не менше двох загальнонаціональних телеканалів (суспільно-політичного та культурно-освітнього);
- 2) не менше трьох загальнонаціональних ефірних радіоканалів (суспільно-політичного, культурно-освітнього, молодіжного);
- 3) регіональних телеканалів у кількості відповідно до концепції регіонального мовлення.

НСТУ може поширювати свої програми, зокрема, у лінійних та нелінійних аудіовізуальних медіа-сервісах, через платформи спільного доступу до відео, платформи спільного доступу до інформації, в онлайн-іграх.

З метою забезпечення мовлення НСТУ здійснює просування каналів мовлення, теле- та радіопрограм, платформ НСТУ в мережі Інтернет, закупівлю соціологічних і статистичних даних, а також послуг з проведення дослідження аудиторії та інших соціологічних та маркетингових досліджень, у тому числі щодо рейтингів, теле-, радіо- та інтернет аудиторії, інформації, що доводиться до відома громадськості, проведення рекламних та інформаційних заходів, у тому числі за рахунок державної фінансової підтримки.

Нагляд за діяльністю НСТУ здійснює Наглядова рада НСТУ, що діє в межах повноважень, визначених цим Законом та Статутом НСТУ.

Наглядова рада НСТУ:

- 1) визначає основні напрями діяльності НСТУ, затверджує редакційний статут, контролює його виконання;
- 1-¹) призначає п'ять членів редакційної ради НСТУ;
- 2) обирає на конкурсних засадах на чотири роки голову правління НСТУ та, за його поданням, членів правління НСТУ, укладає з ними контракти, приймає рішення про дострокове припинення їхніх повноважень, приймає рішення про припинення їхніх повноважень;
- 3) обирає із свого складу голову, заступника голови та секретаря Наглядової ради НСТУ, приймає рішення про припинення їхніх повноважень;
- 4) затверджує інші внутрішні документи відповідно до Статуту НСТУ та вносить зміни до них;
- 5) затверджує щорічний звіт про діяльність НСТУ, забезпечує його оприлюднення;
- 6) приймає рішення про створення, реорганізацію, ліквідацію дочірніх юридичних осіб НСТУ;
- 7) створює та ліквідує громадські ради та інші дорадчі органи, визначає порядок їхньої діяльності, формує їхній склад;
- 8) готує пропозиції щодо вдосконалення нормативно-правового регулювання НСТУ та подає їх відповідним органам державної влади;
- 8-¹) встановлює умови та розмір оплати праці працівників НСТУ;

9) здійснює інші передбачені цим Законом і Статутом НСТУ права та обов'язки.

Наглядова рада НСТУ не може втручатися у поточну господарську діяльність правління НСТУ.

6.2. Правове положення «Національної суспільної телерадіокомпанії України» (НСТУ)

Акціонерне товариство «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (скорочено – АТ «НСТУ») є об'єктом загальнодержавного значення.

Засновником АТ «НСТУ» є держава в особі Кабінету Міністрів України, а єдиним акціонером — держава в особі Державного комітету телебачення і радіомовлення України.

Діяльність АТ «НСТУ» провадиться на принципах всебічного, об'єктивного і збалансованого інформування.

Правове положення НСТУ регулюється Законом України «Про суспільні медіа України» (який раніше називався «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України») та Законом України «Про медіа».

Протягом перших чотирьох років з моменту утворення НСТУ трансляція реклами, телепродажу, повідомлень про спонсорів на каналах мовлення НСТУ впродовж кожної астрономічної години та астрономічної доби фактичного мовлення не може перевищувати обсягів, встановлених чинним законодавством.

Упродовж п'ятого року мовлення обсяг реклами, телепродажу, повідомлень про спонсорів не може перевищувати 10 відсотків, а впродовж виборчого процесу - 15 відсотків фактичного обсягу мовлення протягом астрономічної доби. Обсяг реклами протягом кожної астрономічної години фактичного мовлення не може перевищувати 15 відсотків, а впродовж виборчого процесу - 20 відсотків.

Починаючи з шостого року мовлення, обсяг реклами, телепродажу, повідомлень про спонсорів не може перевищувати 5 відсотків, а впродовж виборчого процесу - 10 відсотків фактичного обсягу мовлення впродовж астрономічної доби. Обсяг реклами впродовж кожної астрономічної години фактичного мовлення не може перевищувати 10 відсотків, а впродовж виборчого процесу - 15 відсотків.

Трансляція реклами, повідомлень про спонсора - виробника алкогольних напоїв, пива та/або напоїв, що виготовляються на його основі, знаків для товарів і послуг, інших об'єктів права інтелектуальної власності, під якими випускаються алкогольні напої, пиво та/або напої, що виготовляються на його основі, забороняється, крім трансляції реклами та повідомлень про спонсорів, які придбані з правом на трансляцію міжнародних спортивних змагань Міжнародного олімпійського комітету, Федерації національних футбольних асоціацій, Союзу європейських футбольних асоціацій та на виконання міжнародних зобов'язань перед Європейською мовною спільнотою.

НСТУ забезпечує прозорість інформації щодо джерел фінансування та напрямів видатків. Результати щорічного аудиту фінансової звітності НСТУ оприлюднюються на офіційному веб-сайті НСТУ. Наглядова рада НСТУ розглядає висновки аудиторського звіту суб'єкта аудиторської діяльності, затверджує заходи за результатами розгляду такого звіту та забезпечує їх оприлюднення. Оприлюдненню підлягають також положення та звіт про винагороду правління, що затверджуються Наглядовою радою НСТУ.

НСТУ отримує, продовжує строк дії та здійснює переоформлення ліцензії та реєстрацію лінійних, нелінійних аудіовізуальних медіа, онлайн-медіа, а також отримує дозволи на тимчасове мовлення у порядку, встановленому цим Законом і Законом України "Про медіа".

У разі переходу на нову технологію каналу мовлення або ефірної багатоканальної електронної комунікаційної мережі НСТУ отримує ліцензію на мовлення з використанням радіочастотного спектра України в обсязі, визначеному статтею 5 цього Закону, на позаконкурсних засадах без сплати ліцензійного збору. Отримання ліцензій понад визначені гарантії здійснюється на загальних засадах.

6.3. Забезпечення незалежності суспільного мовлення

Однією з ключових засад організації суспільного мовлення є його незалежність як від втручання державної влади, так і від приватних груп.

Для забезпечення незалежності важливо усунути вплив влади на формування органів управління та забезпечити незалежні джерела фінансування.

Незалежність гарантується, зокрема, через спеціальну дворівневу структуру управління та Статут, який затверджується Кабінетом Міністрів України за поданням Наглядової ради НСТУ.

Редакційний статут АТ «НСТУ» також є важливим внутрішнім документом, що забезпечує дотримання журналістських стандартів та незалежність редакційної політики.

6.4. Статут і органи управління НСТУ

Редакційний статут НСТУ визначає:

- 1) вимоги до забезпечення точності, неупередженості та збалансованості інформації;
- 2) вимоги до поширення інформації про приватне життя та конфіденційної інформації про особу;
- 3) вимоги до поширення інформації про насильство;
- 4) вимоги до поширення інформації про військові конфлікти;
- 5) вимоги щодо висвітлення діяльності Збройних Сил України, Операції Об'єднаних Сил;
- 6) вимоги, пов'язані з інформуванням про дії держави, визнаної Верховною Радою України державою-агресором або державою-окупантом, та її суб'єктів;
- 7) вимоги до поширення інформації про правопорушення;
- 8) вимоги до поширення інформації про різні групи населення (національні меншини, релігійні групи, сексуальні меншини, хворих та осіб з інвалідністю);
- 9) вимоги до поширення інформації про дітей;
- 10) вимоги до захисту дітей від негативного впливу інформації;
- 11) вимоги до поширення інформації під час виборчого процесу;
- 12) вимоги до реклами та спонсорства;
- 13) вимоги щодо недопущення прихованої реклами.

Редакційний статут може містити інші вимоги до поширення інформації.

Редакційна рада НСТУ формується з числа працівників НСТУ у складі п'ятнадцяти осіб: п'яти осіб, які призначаються Наглядовою радою НСТУ, п'яти осіб, які обираються загальними зборами творчого колективу НСТУ, і п'яти осіб, які призначаються на конференції редакційних рад регіональних підрозділів НСТУ.

Редакційна рада регіонального підрозділу НСТУ формується у складі шести осіб: трьох осіб, які призначаються правлінням НСТУ, і трьох осіб, які призначаються загальними зборами творчого колективу відповідного регіонального підрозділу НСТУ.

Надання ефірного часу НСТУ для офіційних виступів і заяв вищих посадових осіб держави здійснюється в установленому цим Законом порядку надання позачергово прямого ефіру для екстрених офіційних виступів Президента України, Голови Верховної Ради України, Прем'єр-міністра України, Голови Верховного Суду України, Голови Конституційного Суду України.

Президенту України на безоплатній основі надається ефірний час для новорічного привітання Українського народу.

Виконавчим органом НСТУ є правління.

За поданням голови правління Наглядова рада НСТУ обирає членів правління строком на чотири роки відповідно до Статуту НСТУ. Рішення про обрання членів правління НСТУ повинно бути мотивованим, з обґрунтуванням підстав, на основі яких Наглядова рада НСТУ надала перевагу одному кандидату перед іншим.

Правління підзвітне Наглядовій раді НСТУ. Правління діє від імені НСТУ у межах, встановлених цим Законом і Статутом НСТУ.

Правління НСТУ щороку готує загальний звіт про діяльність НСТУ та звіт про фінансово-господарську діяльність НСТУ, які подаються на розгляд Наглядової ради НСТУ. Голова Наглядової ради НСТУ не пізніше 1 березня кожного року подає до Кабінету Міністрів України звіт про фінансово-господарську діяльність НСТУ та забезпечує оприлюднення загального звіту про діяльність НСТУ на офіційних веб-сайтах НСТУ та Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення.

Правління НСТУ:

- 1) здійснює управління поточною діяльністю НСТУ;
 - 2) розробляє пропозиції до проєкту фінансового плану НСТУ;
 - 3) організовує виконання рішень Наглядової ради НСТУ;
 - 4) здійснює інші передбачені законом і Статутом НСТУ права та обов'язки.
4. Правління НСТУ очолює його голова.

Голова правління НСТУ:

- 1) організовує роботу правління, головує на його засіданнях;
 - 2) вчиняє правочини від імені НСТУ;
 - 3) здійснює добір кадрів НСТУ, формує кадровий резерв на відповідні посади, організовує роботу з підготовки, перепідготовки та підвищення кваліфікації працівників НСТУ;
 - 4) діє без довіреності від імені НСТУ у межах, встановлених Статутом НСТУ;
 - 5) здійснює інші передбачені законом і Статутом НСТУ права та обов'язки.
6. На голову та членів правління НСТУ поширюються обмеження, передбачені частиною другою статті 9 цього Закону.

У разі невиконання вимог, встановлених цією частиною, Наглядова рада НСТУ зобов'язана на найближчому засіданні припинити повноваження голови або відповідного члена правління НСТУ.

НСТУ може фінансуватися за рахунок:

- 1) продажу власних програм, плати за користування авторськими та суміжними правами;
- 2) державного і місцевих бюджетів;
- 3) абонентської плати, що сплачується за послуги НСТУ в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України;
- 4) інших надходжень, не заборонених законодавством.

Держава забезпечує належне фінансування НСТУ, яке передбачається окремим рядком у Державному бюджеті України та становить не менше 0,2 відсотка видатків загального фонду Державного бюджету України за попередній рік.

ЛЕКЦІЯ 7. ЮРИДИЧНІ ОСНОВИ ВИДАВНИЧОЇ ДІЯЛЬНОСТІ

ПЛАН

- 7.1. Структура, організація і здійснення видавничої справи.
- 7.2. Правовий статус замовників, видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів.
- 7.3. Права та обов'язки видавців.
- 7.4. Відповідальність суб'єкта видавничої справи.
- 7.5. Книжкова палата України.

7.1. Структура, організація і здійснення видавничої справи

Видавнича справа спрямована на:

задоволення потреб особи, суспільства, держави у видавничій продукції та отримання прибутку від цього виду діяльності;
створення можливостей для самовиявлення громадян як авторів незалежно від раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, етнічного та соціального походження, майнового стану, місця проживання, мовних або інших ознак;
забезпечення права на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань;
сприяння національно-культурному розвитку українського народу шляхом збільшення загальної кількості тиражів, обсягів та розширення тематичного спрямування українського книговидавництва;
забезпечення доступу українського суспільства до загальнолюдських цінностей шляхом перекладу державною мовою кращих здобутків світової літератури, науки тощо, налагодження співпраці з іноземними видавництвами, українською діаспорою, укладення відповідних міжнародних угод;
випуск видань мовами національних меншин України для задоволення їхніх культурно-освітніх потреб;
збільшення кількості видань іноземними мовами, які поширювали б у світі знання про Україну;
сприяння закордонним українцям у забезпеченні вітчизняними виданнями.

Відносини у сфері видавничої справи регулюються Конституцією України, Господарським кодексом України, законами України "Про інформацію", "Про обов'язковий примірник документів", "Про авторське право і суміжні права", "Про державну таємницю", "Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні", "Про забезпечення функціонування української мови як державної", "Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів", Законом України «Про видавничу справу» (далі-Закон) та іншими нормативно-правовими актами.

Законодавство України про видавничу справу визначає загальні засади, регулює порядок організації та провадження видавничої діяльності, виготовлення та розповсюдження видавничої продукції.

У видавничій справі на засадах різних форм власності використовуються будь-які організаційно-правові форми, передбачені законодавством.

Кабінет Міністрів України забезпечує проведення політики у видавничій справі, спрямовує і координує роботу міністерств та інших органів виконавчої влади в цій сфері.

7.2. Правовий статус замовників, видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів

До суб'єктів видавничої справи відносяться видавці, виготовлювачі та розповсюджувачі видавничої продукції.

Суб'єктами видавничої справи в Україні є фізичні особи - підприємці, юридичні особи України та іноземних держав.

Суб'єкти видавничої справи вступають у правові, майнові, виробничі відносини із суб'єктами інших сфер діяльності відповідно до законодавства.

Суб'єкт видавничої справи може бути одночасно видавцем та/чи виготовлювачем та/чи розповсюджувачем видавничої продукції.

Відносини між суб'єктами видавничої справи регулюються окремими угодами, укладеними згідно з законодавством.

Об'єктом видавничої справи є видавнича продукція.

Засновником (учасниками) суб'єкта видавничої справи, що є юридичною особою, можуть бути громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які перебувають в Україні на законних підставах, юридичні особи України та іноземних держав.

Засновник (учасники) суб'єкта видавничої справи затверджує установчі документи суб'єкта видавничої справи, що є юридичною особою.

Засновник (учасники) суб'єкта видавничої справи має право брати участь у формуванні видавничої програми, доборі кадрів, одержувати прибуток від видавничої діяльності, виготовлення та розповсюдження видавничої продукції.

З метою обліку суб'єктів видавничої справи в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, уповноваженим органом ведеться Державний реєстр видавців, виготовлювачів і розповсюджувачів видавничої продукції (далі - Державний реєстр).

Ведення Державного реєстру здійснюється в електронній формі з використанням програмного забезпечення, що забезпечує

його сумісність і взаємодію з іншими інформаційними системами та мережами.

Заява про внесення суб'єкта господарювання до Державного реєстру формується та подається безпосередньо до уповноваженого органу в електронній формі з використанням програмного забезпечення Державного реєстру на підставі таких даних з Єдиного державного реєстру юридичних осіб, фізичних осіб - підприємців та громадських формувань:

для фізичної особи - підприємця:

прізвище, власне ім'я, по батькові (за наявності);

вид (види) діяльності у видавничій справі;

реєстраційний номер облікової картки платника податків або серія та номер паспорта громадянина України (для фізичних осіб, які мають відмітку в паспорті про право здійснювати платежі за серією та номером паспорта);

місцезнаходження (адреса місця проживання, за якою здійснюється зв'язок з фізичною особою - підприємцем);

інформація для здійснення зв'язку з фізичною особою - підприємцем: номери телефону та/або адреса електронної пошти;

для юридичної особи:

найменування юридичної особи, у тому числі скорочене (за наявності);

ідентифікаційний код юридичної особи в Єдиному державному реєстрі підприємств та організацій України (далі - ідентифікаційний код);

організаційно-правова форма;

перелік засновників (учасників) (крім акціонерних товариств, громадських формувань, товариств з обмеженою відповідальністю, товариств з додатковою відповідальністю, частки яких обліковуються в обліковій системі часток) юридичної особи:

прізвище, ім'я, по батькові (за наявності), дата народження, країна громадянства, місце проживання, реєстраційний номер облікової картки платника податків (за наявності), серія (за наявності) та номер документа, що посвідчує особу та підтверджує громадянство України, або паспортного документа іноземця чи документа, що посвідчує особу без громадянства, якщо засновник - фізична особа; найменування, країна резидентства, місцезнаходження та ідентифікаційний (реєстраційний, обліковий) номер (код) у країні реєстрації, якщо засновник - юридична особа; інформація для

здійснення зв'язку із засновником (учасником) юридичної особи (номери телефону та/або адреса електронної пошти);
вид (види) діяльності у видавничій справі;
місцезнаходження юридичної особи;
інформація для здійснення зв'язку з юридичною особою: номери телефону та/або адреса електронної пошти.
Заява про внесення суб'єкта господарювання до Державного реєстру складається державною мовою і має відповідати вимогам до змісту заяви, встановленим Законом України "Про адміністративну процедуру".

Видача свідоцтва та внесення суб'єкта господарювання до Державного реєстру здійснюються уповноваженим органом протягом п'яти робочих днів з дня надходження заяви.

Свідоцтво видається на безоплатній основі та діє безстроково.

Замовниками будь-якої видавничої продукції можуть бути: громадяни України, іноземці та особи без громадянства, що перебувають в Україні на законних підставах, юридичні особи України та інших держав.

Умови виконання замовлення на видавничу продукцію, права та обов'язки сторін визначаються відповідними угодами, укладеними згідно із законодавством між замовником видавничої продукції та відповідними суб'єктами видавничої справи.

До видавців належать видавництва, видавничі організації та фізичні особи - підприємці, які здійснюють видавничу діяльність.

Основною структурною ланкою у видавничій справі є видавництва і видавничі організації різних форм власності.

Видавництва та видавничі організації діють на підставі своїх установчих документів, які, окрім відомостей, передбачених законодавством, мають містити відомості про належність цих видавців до видавництв або видавничих організацій.

Права та обов'язки видавця у відносинах з автором (співавторами) твору в галузі науки, літератури і мистецтва, їх спадкоємцями чи з особою, якій автори чи їх спадкоємці передали авторські майнові права, чи з особами, яким належать права на інші об'єкти права інтелектуальної власності, визначаються законодавством України з питань інтелектуальної власності.

7.3. Права та обов'язки видавців

З урахуванням специфіки видавничої діяльності видавець має право:

формувати власну видавничу програму, визначати масштаби і тематичну спрямованість своєї діяльності;

використовувати випущену за власною видавничою програмою видавничу продукцію для забезпечення статутної діяльності, розповсюджувати її самостійно або користуватися послугами іншого розповсюджувача;

випускати у світ як обнародовані, так і необнародовані твори науки, літератури і мистецтва незалежно від їх призначення, жанру, обсягу, а також способу відтворення, виражені в письмовій чи будь-якій іншій формі, набувати невиключних або виключних майнових прав на них;

приймати від юридичних і фізичних осіб замовлення на підготовку і випуск у світ видань, надавати їм редакційно-видавничі та інші послуги відповідно до профілю своєї діяльності;

висувати у встановленому порядку видані видавцем твори науки, літератури і мистецтва на здобуття державних, громадських, міжнародних премій;

установлювати творчі та виробничі відносини, культурні зв'язки з видавцями інших держав;

брати участь у роботі міжнародних організацій видавців, представляти свою видавничу продукцію на національних і міжнародних конкурсах, виставках, ярмарках.

Видавцям енциклопедій, енциклопедичних словників, періодичних збірок, газет, журналів та інших періодичних видань належать права на використання таких видань у цілому. Видавець має право за будь-якого використання таких видань зазначати в них своє ім'я (найменування) або вимагати такого зазначення.

Видавець зобов'язаний:

здійснювати свою діяльність відповідно до законодавства України, поважати права всіх суб'єктів видавничої справи та інших сфер господарської діяльності;

сприяти утвердженню загальнолюдських гуманістичних цінностей, розвиткові науки, культури, задоволенню духовних потреб українського народу, ставитися з повагою до національної гідності, національної своєрідності й культури всіх народів;

дотримуватися норм авторського та патентного права, положень нормативно-правових актів, що регламентують видавничу справу, а також встановлюють вимоги щодо якості видавничої продукції; забезпечувати своєчасне доставляння юридичним особам, визначеним Законом України "Про обов'язковий примірник документів", обов'язкових примірників видань; подавати у встановленому порядку державну статистичну звітність, інформацію про випущені в світ видання; відшкодовувати збитки, заподіяні внаслідок порушення законодавства; забезпечувати наповнення та своєчасне оновлення електронного каталогу "Книжки на ринку".

Виготовлювачем видавничої продукції може бути поліграфічне підприємство, інша юридична особа будь-якої форми власності, громадяни України, іноземці та особи без громадянства, що перебувають в Україні на законних підставах, або юридичні особи іншої держави, які мають у своєму розпорядженні засоби поліграфічного виробництва чи копіювально-розмножувальну техніку.

Виготовлювач приймає замовлення на виготовлення видавничої продукції за умови, що видавець внесений до Державного реєстру як суб'єкт видавничої справи, крім випадків, передбачених частиною четвертою статті 12 цього Закону.

Умови та терміни виконання замовлення на виготовлення видавничої продукції визначаються договором між її замовником і виготовлювачем. Спори між замовником і виготовлювачем вирішуються судом.

Вихідні відомості видання - сукупність даних, які характеризують видання і призначені для його оформлення, інформування споживача, бібліографічного опрацювання і статистичного обліку.

Кожний примірник видання повинен містити вихідні відомості.

Розповсюджувач видавничої продукції має право: здійснювати роздрібну і оптову купівлю-продаж видавничої продукції; самостійно формувати свої виробничі плани, визначати масштаби своєї діяльності, добирати видавничу продукцію за тематичною спрямованістю;

приймати від юридичних і фізичних осіб замовлення на розповсюдження видавничої продукції; встановлювати виробничі відносини з іноземними видавцями, розповсюджувачами видавничої продукції з метою її ввезення або вивезення.

Розповсюджувач зобов'язаний:

здійснювати свою діяльність відповідно до законодавства України; подавати у встановленому Кабінетом Міністрів України порядку державну статистичну звітність про вивезення за межі України і ввезення видавничої продукції в Україну.

Державне замовлення на випуск видавничої продукції формується відповідно до вимог Закону України "Про державне замовлення для задоволення пріоритетних державних потреб" з урахуванням особливостей, передбачених цією статтею.

7.4. Відповідальність суб'єкта видавничої справи

Особи, винні у порушенні Закону України «Про видавничу справу», несуть дисциплінарну, адміністративну, цивільно-правову або кримінальну відповідальність згідно із законом.

Виготовлювач видавничої продукції несе відповідальність перед видавцем за точне відтворення видавничого оригіналу та дотримання вимог щодо якості виконання кожного примірника видання.

Відповідальність також передбачена за порушення законодавства про авторське право і суміжні права, зокрема за піратство та плагіат.

У видавничій справі забороняється:

випускати у світ, виготовляти та/або розповсюджувати продукцію, що містить матеріали (висловлювання, заклики тощо), зміст яких спрямований на ліквідацію незалежності України, зміну конституційного ладу насильницьким шляхом, порушення суверенітету і територіальної цілісності держави, підрив її безпеки, незаконне захоплення державної влади, пропаганду війни, насильства, комуністичного та/або націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів та їхньої символіки, розпалювання міжетнічної, расової, релігійної ворожнечі, вчинення терористичних актів, посягання на права і свободи людини, здоров'я населення;

випускати у світ, виготовляти та/або розповсюджувати продукцію, що містить популяризацію або пропаганду органів держави-агресора та їх окремих дій, що створюють позитивний образ працівників держави-агресора, працівників радянських органів державної безпеки, виправдовують чи визнають правомірною окупацію території України;

випускати у світ, виготовляти чи розповсюджувати продукцію, яка містить інформацію, віднесена до недобросовісної реклами, рекламу з використанням шаржування державних символів України (Державного Герба, Державного Прапора, Державного Гімну) у будь-якому вигляді;

випускати у світ, виготовляти чи розповсюджувати видавничу продукцію, що містить інформацію, дані, відомості, поширення та/або розповсюдження яких заборонено законодавством;

випускати у світ, виготовляти чи розповсюджувати видавничу продукцію, обіг якої заборонено законодавством;

розповсюджувати видавничу продукцію без дозволу її власника (співвласників), а також з порушенням законодавства України з питань інтелектуальної власності.

Суб'єкти видавничої справи не мають права розголошувати дані, що становлять державну або іншу таємницю, яка охороняється законодавством.

Розповсюджувач не має права на розповсюдження вітчизняної видавничої продукції, виданої з порушенням законодавства України та ввезеної з-за кордону, яка підпадає під обмеження, визначені цим Законом.

Споживач має право на: заміну видавничої продукції, в якій виявлено поліграфічний та інший технологічний брак; гарантію виконання відповідно оформлених передплатних зобов'язань.

Діяльність суб'єкта видавничої справи припиняється:

за рішенням уповноваженого органу управління суб'єкта видавничої справи - юридичної особи або самого суб'єкта видавничої справи, який є фізичною особою - підприємцем;

на підставі рішення суду;

у разі припинення юридичної особи (припинення діяльності фізичної особи - підприємця).

Суб'єкт видавничої справи вважається таким, що припинив свою діяльність, з моменту виключення його з Державного реєстру.

Особи, винні у порушенні цього Закону, несуть дисциплінарну, адміністративну, цивільно-правову або кримінальну відповідальність згідно з законодавством України.

7.5. Книжкова палата України

Книжкова палата України - державна наукова установа у сфері видавничої справи та інформаційної діяльності, що здійснює: державну бібліографічну реєстрацію та централізовану каталогізацію всіх без винятку видів видань, випущених в Україні; збирання та використання адміністративних даних, які характеризують динаміку та тенденції у видавничій справі; аналіз тенденцій розповсюдження видавничої продукції, вивчення книжкового ринку, його регіональних особливостей; комплектування і збереження повного і недоторканного фонду Державного архіву друку - головного сховища всіх видів видань, випущених в Україні; розробку та обґрунтування короткострокових і довгострокових прогнозів розвитку видавничої та бібліографічної справи в Україні; наукові дослідження в галузі бібліографії, книгознавства, соціології книги та читання, консервації та реставрації документів; наукознавчі дослідження і розробку бібліометричних методів визначення пріоритетних напрямів і рівнів розвитку наукових досліджень; створення і видання поточних, кумулятивних і ретроспективних бібліографічних показників, науково-аналітичних оглядів, карток централізованої каталогізації; розробку та експлуатацію бібліографічних баз даних і мереж бібліографічної інформації.

Книжкова палата України одержує безоплатно в порядку, встановленому Кабінетом Міністрів України, обов'язкові примірники всіх видань, випуск яких здійснюється суб'єктами видавничої справи в Україні, узагальнює відомості про зазначені примірники, оприлюднює в медіа та надсилає їх уповноваженому органу.

ЛЕКЦІЯ 8. НАЦІОНАЛЬНА РАДА УКРАЇНИ З ПИТАНЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ І РАДІОМОВЛЕННЯ ТА ЇЇ ПОВНОВАЖЕННЯ

ПЛАН

- 8.1. Статус Національної ради.
- 8.2. Принципи діяльності Національної ради.
- 8.3. Склад Національної ради.
- 8.4. Статус та оплата праці членів Національної ради.
- 8.5. Повноваження членів Національної ради.

8.1. Статус Національної ради

Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення та її повноваження (далі - Національна рада) є незалежним конституційним постійно діючим колегіальним державним органом, що діє на підставі Конституції України, цього Закону та інших законів України і здійснює державне регулювання, нагляд і контроль у сфері медіа.

Національна рада є юридичною особою, має печатку із своїм найменуванням та зображенням Державного Герба України.

Місцезнаходженням Національної ради є столиця України - місто Київ.

Національна рада здійснює свою діяльність на принципах верховенства права, законності, незалежності, об'єктивності, передбачуваності, правової визначеності, компетентності, професійності, колегіальності розгляду і вирішення питань, обґрунтованості прийнятих рішень, відкритості і публічності.

Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення (далі – Національна рада) є єдиним органом державного регулювання, нагляду та контролю у сфері медіа, незалежно від способу розповсюдження програм.

Це конституційний, постійний колегіальний, незалежний державний орган.

Орган є підзвітним Верховній Раді України.

8.2. Принципи діяльності Національної ради

Національна рада здійснює державне регулювання та нагляд у сфері медіа, базуючись на принципах пропорційності, прозорості та недискримінації, а саме:

1) дії та рішення Національної ради повинні бути необхідними і мінімально достатніми для досягнення основних

завдань державної політики у сфері медіа, визначених цим Законом;

2) рішення Національної ради повинні бути належним чином обґрунтовані та повідомлені суб'єктам, яких вони стосуються, у строки та в порядку, передбачені цим Законом.

Національна рада є колегіальним державним органом, який здійснює свої повноваження самостійно, незалежно від інших державних органів, органів місцевого самоврядування, їх посадових та службових осіб.

Національна рада та її члени зобов'язані діяти лише на підставі, в межах повноважень та у спосіб, що передбачені Конституцією України, цим та іншими законами України. Національна рада не може делегувати свої повноваження третім особам. Член Національної ради не може одноосібно здійснювати функції, покладені на Національну раду.

Діяльність Національної ради ґрунтується на принципах всебічного, об'єктивного і збалансованого інформування.

Вона виконує покладені на неї функції регулювання, нагляду та контролю у сфері медіа.

Стратегія діяльності Національної ради спрямована на підвищення ефективності, прозорості й послідовності медіаполітики, а також наближення українських медійних практик до стандартів Європейського Союзу.

8.3. Склад Національної ради

Національна рада складається з восьми членів.

Чотири члени призначаються Верховною Радою України, і ще чотири – Президентом України.

Кандидатури для включення до складу можуть подаватися громадськими об'єднаннями та асоціаціями.

Строк повноважень членів Національної ради становить чотири роки.

Керівний склад Національної ради обирається з числа її членів (Голова, перший заступник, заступник та відповідальний секретар).

Порядок утворення, склад, повноваження та організація діяльності Національної ради визначаються Конституцією України, цим та іншими законами України.

Члени Національної ради відповідно до цього Закону є посадовими особами.

Втручання будь-яких державних органів, органів місцевого самоврядування, посадових і службових осіб, громадян та їх об'єднань у вирішення питань, що належать до повноважень Національної ради та її членів, не допускається, крім випадків, передбачених законами України.

Національна рада складається з восьми осіб. Верховна Рада України і Президент України призначають по половині складу Національної ради у порядку, визначеному цим Законом.

Національна рада є повноважною в разі призначення не менше шести її членів.

Повноваження члена Національної ради починаються з дня набрання чинності рішенням відповідного суб'єкта про його призначення і тривають п'ять років, за винятком випадку, передбаченого абзацом другим цієї частини.

Після закінчення п'ятирічного строку повноважень член Національної ради продовжує виконувати свої обов'язки до дня набрання чинності рішенням відповідного суб'єкта про призначення нового члена Національної ради.

Одна і та сама особа не може бути призначена членом Національної ради більше ніж два строки підряд.

Членом Національної ради може бути особа, яка відповідає таким вимогам:

1) є громадянином України та проживає в Україні не менше п'яти останніх років;

2) має вищу освіту;

3) має досвід роботи у галузі медіа, електронних комунікацій, права не менше п'яти років;

4) володіє державною мовою відповідно до рівня, визначеного Національною комісією зі стандартів державної мови.

2. Не може бути членом Національної ради особа:

1) яка має громадянство чи підданство іншої держави;

2) яка за рішенням суду визнана недієздатною або дієздатність якої обмежена;

3) яка має судимість за вчинення кримінального правопорушення, якщо така судимість не погашена або не знята в установленому законом порядку;

4) яка за вироком суду, що набрав законної сили, позбавлена права займатися діяльністю, пов'язаною з виконанням функцій держави, або обіймати відповідні посади;

5) на яку поширюються приписи частин третьої і четвертої статті 1 Закону України "Про очищення влади";

6) яка є кінцевим бенефіціарним власником, ключовим учасником чи власником істотної участі ліцензіатів або реєстрантів відповідно до цього Закону, а також ліцензіатів або реєстрантів у сфері електронних комунікацій.

Члени Національної ради працюють на постійній основі. На час виконання своїх службових обов'язків вони не можуть обіймати будь-які інші посади, у тому числі на громадських засадах, у державних та недержавних органах, організаціях, установах та на підприємствах, займатися іншою оплачуваною або підприємницькою діяльністю. Допускається викладацька, наукова і творча діяльність, медична практика, інструкторська та суддівська практики зі спорту, крім випадків здійснення такої діяльності для суб'єкта у сфері медіа.

Члени Національної ради не можуть входити до складу правління, інших виконавчих чи контрольних органів, наглядової ради підприємства або організації, що має на меті одержання прибутку (крім випадків, коли особи здійснюють функції з управління акціями (частками, паями), що належать державі чи територіальній громаді, та представляють інтереси держави чи територіальній громаді в раді (спостережній раді), ревізійній комісії господарської організації).

Член Національної ради зобов'язаний упродовж одного місяця з дня призначення на посаду вийти зі складу наглядових або управлінських органів юридичних осіб, що є ліцензіатами та реєстрантами відповідно до цього Закону, а також юридичних осіб, що мають ліцензію або зареєстровані як постачальники електронних комунікаційних мереж та/або послуг, та звільнитися з будь-яких інших посад.

Член Національної ради не може мати представницького мандата та бути членом політичної партії. У 20-денний строк з дня призначення на посаду член Національної ради подає заяву про складення повноважень депутата відповідної ради та заяву про зупинення чи припинення членства в політичній партії.

На членів Національної ради поширюються вимоги та обмеження, встановлені законами України "Про запобігання корупції" та "Про очищення влади".

Верховна Рада України розглядає питання про призначення членів Національної ради на пленарному засіданні, на яке запрошуються кандидати на посади членів Національної ради. Призначення відбувається на всі вакантні посади членів Національної ради.

Призначеною на посаду члена Національної ради вважається особа, за яку подано більшість голосів народних депутатів України від конституційного складу Верховної Ради України. Рішення про призначення на посаду члена Національної ради оформлюється постановою Верховної Ради України.

Голосування у Верховній Раді України щодо призначення на вакантні посади членів Національної ради відбувається відкрито, по кожній кандидатурі у послідовності, визначеній попереднім рейтинговим голосуванням. Голосування припиняється у разі заповнення всіх вакантних посад членів Національної ради за квотою Верховної Ради України. Решта кандидатур вважаються такими, що відхилені.

У разі якщо під час попереднього рейтингового голосування декілька кандидатур набрали однакову кількість голосів, черговість голосування щодо призначення кожної з них на посаду члена Національної ради визначається з урахуванням гендерного складу Національної ради станом на день голосування та з наданням переваги представникам статі, кількість представників якої є меншою. Якщо такі кандидатури є представниками однієї статі, черговість голосування щодо їх призначення визначається додатковим рейтинговим голосуванням, яке проводиться безпосередньо перед голосуванням щодо призначення членів Національної ради.

У разі якщо за результатами голосування Верховної Ради України на посаду, що була вакантною, необхідної кількості голосів для призначення не набрано, на цю посаду проводиться повторний відбір у порядку, встановленому цим Законом.

Кандидати на посаду члена Національної ради, які брали участь у попередньому відборі, мають право брати участь у повторному відборі на загальних засадах, встановлених цим Законом.

Для проведення відбору кандидатів на посаду члена (членів) Національної ради Президент України утворює конкурсну комісію у складі п'яти осіб. Положення про таку конкурсну комісію затверджується указом Президента України. Діяльність конкурсної комісії та проведення відбору забезпечує Офіс Президента України.

Не пізніше ніж за 90 днів до дня закінчення строку повноважень члена Національної ради, призначеного Президентом України, або впродовж семи днів після дострокового припинення повноважень члена Національної ради конкурсна комісія забезпечує оприлюднення на офіційному веб-сайті Президента України, а також в медіа оголошення про відбір кандидатур на посаду члена (членів) Національної ради за квотою Президента України. Пропозиції щодо кандидатур приймаються конкурсною комісією впродовж 21 дня з дня оприлюднення оголошення.

Суб'єктами права подання кандидатур на посаду члена Національної ради є об'єднання підприємств - суб'єктів у сфері медіа, громадські об'єднання, творчі спілки, які активно працюють у медійній сфері не менше трьох років (організують щонайменше двічі на рік громадські заходи щодо проблем, які існують у сфері медіа, ініціюють публічні обговорення актуальних професійних питань, беруть активну участь у розв'язанні проблем галузі). Кожне об'єднання підприємств - суб'єктів у сфері медіа, громадське об'єднання, творча спілка має право подати одну кандидатуру на посаду члена Національної ради. Відокремлені підрозділи громадських об'єднань і творчих спілок, осередки зі статусом юридичних осіб реалізують право подання кандидатур виключно через організацію, яка їх утворила (заснувала).

Упродовж 14 днів після закінчення терміну прийняття пропозицій щодо кандидатур на посаду члена (членів) Національної ради конкурсна комісія попередньо обговорює запропоновані кандидатури і вносить на розгляд Президенту України відповідне подання по кожній кандидатурі з висновками і рекомендаціями, з урахуванням гендерного складу Національної ради на момент призначення та наданням переваги представникам статі, кількість представників якої є меншою. У разі невідповідності кандидатури вимогам цього Закону конкурсна комісія зазначає підставу невідповідності та можливість чи неможливість її усунення.

Президент України призначає на вакантну посаду члена Національної ради особу з числа кандидатів, рекомендованих

конкурсною комісією, з урахуванням гендерного складу Національної ради на момент призначення та наданням переваги представникам статі, кількість представників якої є меншою.

Призначення Президентом України членів Національної ради відбувається одночасно на всі вакантні посади членів Національної ради, які призначаються Президентом України.

Голова Національної ради обирається Національною радою з числа її членів таємним голосуванням. Кандидатури на посаду голови Національної ради висувуються за поданням не менше трьох членів Національної ради. Обраним на посаду голови Національної ради вважається кандидат, за якого проголосувало найбільше, але не менше п'яти членів Національної ради.

Голова Національної ради:

- 1) організовує діяльність Національної ради;
- 2) вносить на розгляд Національної ради проект порядку денного засідання Національної ради та інформує членів Національної ради про пропозиції, які не були включені до проекту порядку денного;
- 3) головує на засіданнях Національної ради;
- 4) скликає засідання Національної ради;
- 5) представляє Національну раду у відносинах з державними органами, органами місцевого самоврядування, громадськими об'єднаннями, фізичними та юридичними особами, у тому числі інших країн, міжнародними організаціями як в Україні, так і за кордоном;
- 6) підписує разом із відповідальним секретарем Національної ради протоколи засідань і рішення Національної ради, забезпечує оприлюднення рішень Національної ради на офіційному веб-сайті Національної ради;
- 7) підписує разом з відповідальним секретарем Національної ради витяги з Реєстру у паперовій формі;
- 8) підписує інші передбачені законодавством документи;
- 9) має право за запрошенням бути присутнім на засіданнях Верховної Ради України, її комітетів, тимчасових спеціальних та тимчасових слідчих комісій, а також брати участь з правом дорадчого голосу у засіданнях Кабінету Міністрів України, центрального органу виконавчої влади у галузі зв'язку, у сфері медіа, інших державних органів та органів місцевого самоврядування при розгляді питань, пов'язаних з регулюванням і

наглядом (контролем) у сфері медіа, фінансуванням Національної ради;

10) представляє Національну раду у відносинах з Кабінетом Міністрів України та Верховною Радою України під час підготовки проєкту закону про Державний бюджет України на відповідний рік;

11) здійснює передбачені цим Законом повноваження члена Національної ради;

12) здійснює інші повноваження, передбачені цим Законом та актами Національної ради, прийнятими відповідно до цього Закону.

Повноваження голови Національної ради припиняються достроково:

1) у разі дострокового припинення його повноважень як члена Національної ради;

2) за власним бажанням;

3) у разі прийняття відповідного рішення Національною радою шляхом відкритого голосування за пропозицією не менше трьох членів Національної ради. Рішення про припинення повноважень голови Національної ради вважається прийнятим, якщо за нього проголосувало не менше п'яти членів Національної ради.

Припинення повноважень голови Національної ради не припиняє його повноважень як члена Національної ради.

Голова Національної ради є розпорядником бюджетних коштів на утримання і забезпечення діяльності Національної ради та, на підставі рішень Національної ради, позабюджетних коштів, інших коштів, що надійшли на рахунок Національної ради з джерел, не заборонених законодавством України.

Перший заступник голови, заступник голови та відповідальний секретар Національної ради обираються Національною радою з числа її членів шляхом таємного голосування. Обраним на відповідну посаду вважається кандидат, за обрання якого проголосувало найбільше, але не менше п'яти членів Національної ради.

Відповідальний секретар:

1) здійснює підготовку проєкту порядку денного засідання Національної ради, візує його та забезпечує підготовку питань до розгляду;

2) забезпечує повідомлення членів Національної ради про час скликання та проект порядку денного засідання Національної ради;

3) здійснює передбачені цим Законом повноваження члена Національної ради;

4) здійснює інші повноваження, передбачені цим Законом та актами Національної ради, прийнятими відповідно до цього Закону.

Для юридичного, наукового, інформаційного, організаційного, матеріально-технічного та іншого забезпечення діяльності Національної ради створюється апарат Національної ради (далі - апарат). Посадові особи апарату є державними службовцями, крім працівників, які виконують функції з обслуговування.

8.4. Статус та оплата праці членів Національної ради

Члени Національної ради мають спеціальний статус, що передбачає гарантії незалежності у прийнятті рішень.

Посадовий оклад Голови Національної ради становить 17 розмірів мінімальної заробітної плати, першого заступника Голови – 15, заступника Голови – 14, члена Національної ради – 13 розмірів мінімальної заробітної плати.

Рішення про припинення повноважень члена Наглядової ради НСТУ приймає Національна рада.

Акти Національної ради приймаються у формі рішень.

Акти індивідуальної дії Національної ради у своїй мотивувальній частині повинні містити:

1) виклад установлених фактів, з настанням яких закон пов'язує повноваження Національної ради прийняти відповідний акт;

2) обґрунтування рішення;

3) юридичні підстави для ухвалення акта, а саме посилання на акти законодавства України або, за наявності, рішення суду, якими керувалася Національна рада при прийнятті акта;

4) у рішенні про відмову у видачі ліцензії, про відмову у внесенні особи до Реєстру, про відмову у продовженні строку дії ліцензії повинні міститися додатково такі дані:

детальні підстави для відмови, а саме обставини, з яких Національна рада виходила, приймаючи відповідне рішення;

нормативне обґрунтування прийнятого рішення, а саме посилання на норму закону України, відповідно до якої встановлені Національною радою обставини надають їй право прийняти відповідне рішення;

обґрунтування надання переваги іншим учасникам. У разі прийняття рішення про відмову у видачі ліцензії за підсумками конкурсного відбору в рішенні зазначається, чи мала особа, стосовно якої прийнято рішення про відмову, встановлені законом переваги на отримання ліцензії, чи мали інші особи такі самі або інші переваги, з яких міркувань виходила Національна рада, надаючи перевагу щодо видачі ліцензії переможцю конкурсу, а не заявникові.

Національна рада інформує суб'єкта у сфері медіа про ухвалені щодо нього рішення або надсилає інші повідомлення шляхом направлення листа суб'єкту у сфері медіа на поштову та електронну адреси, які зазначено в Реєстрі, та повідомляє про це в електронному кабінеті відповідного суб'єкта.

Суб'єкту у сфері медіа, який у випадку, визначеному цим Законом, здійснює діяльність без реєстрації, Національна рада направляє рішення (повідомлення) на електронну пошту з його веб-сайту, а за її відсутності - за адресою місцезнаходження (місця проживання) такого суб'єкта або за будь-якими контактними даними, зазначеними на його веб-сайті.

Відповідне повідомлення Національної ради вважається надісланим (врученим) суб'єкту, якщо воно було вручене безпосередньо суб'єкту чи його представникові або надіслано на адресу за місцем реєстрації (фізичної особи) або за адресою місцезнаходження суб'єкта, зазначеною в Реєстрі, з повідомленням про вручення.

У разі відсутності будь-яких контактних даних Національна рада оприлюднює інформацію про рішення або повідомлення щодо суб'єкта у сфері медіа на своєму веб-сайті і такий суб'єкт буде вважатися повідомленим належним чином з моменту оприлюднення такого повідомлення на офіційному веб-сайті Національної ради.

У разі якщо пошта не може вручити суб'єкту повідомлення Національної ради через відсутність за місцезнаходженням посадових осіб, їх відмову прийняти відправлення, відсутність суб'єкта за місцем розташування (місцезнаходженням), лист

Національної ради вважається врученим суб'єкту у день, зазначений поштовою службою в повідомленні про вручення, із зазначенням причин невручення.

У разі якщо вручити рішення Національної ради неможливо через помилку, допущену Національною радою, рішення вважається таким, що не вручено суб'єкту.

Акти Національної ради є обов'язковими до виконання суб'єктами у сфері медіа.

Невиконання, неналежне, несвоєчасне виконання актів Національної ради тягне за собою відповідальність, встановлену законом.

Нормативно-правові акти Національної ради (у тому числі регуляторні) не підлягають державній реєстрації, розробляються, приймаються та набирають чинності у порядку, визначеному цим Законом.

Національна рада щорічно готує та затверджує звіт про свою діяльність та оприлюднює його на своєму офіційному веб-сайті до 1 березня року, наступного за звітним.

Національна рада оприлюднює на своєму веб-сайті:

- 1) проект порядку денного засідань Національної ради та прийняті Національною радою рішення;
- 2) проекти нормативних актів Національної ради та документи до них;
- 3) акти Національної ради;
- 4) щорічний звіт про діяльність Національної ради;
- 5) звіти про використання коштів, виділених на фінансування діяльності Національної ради;
- 6) узагальнені дані офіційного моніторингу, що проводиться Національною радою;
- 7) записи онлайн-трансляції засідань Національної ради відповідно до вимог цього Закону;
- 8) Реєстр.

8.5. Повноваження членів Національної ради

Повноваження Національної ради

1. Національна рада:

- 1) бере участь у розробці та реалізації державної політики у сфері медіа;

2) розробляє та затверджує Стратегію діяльності Національної ради, вносить до неї зміни;

3) розробляє та затверджує План реалізації Стратегії діяльності Національної ради, вносить до нього зміни;

4) здійснює аналіз стану розвитку сфери медіа, проводить (замовляє) дослідження у сфері медіа, у тому числі дослідження потреб користувачів в отриманні інформації та дослідження, необхідні для розроблення Стратегії діяльності Національної ради (змін до неї) та Плану реалізації Стратегії;

5) відповідно до Плану реалізації Стратегії ухвалює рішення щодо необхідності створення каналів мовлення та багатоканальних електронних комунікаційних мереж, що передбачають використання радіочастотного спектра, визначає умови ліцензій та проводить конкурси на отримання ліцензій у передбачених цим Законом випадках;

6) визначає кількість каналів мовлення та ефірних багатоканальних електронних комунікаційних мереж для кожної територіальної категорії;

7) визначає порядок замовлення розрахунків щодо можливості та умов користування радіочастотним спектром для потреб мовлення, у тому числі для потреб тимчасового мовлення, з метою створення каналів мовлення та/або ефірних багатоканальних електронних комунікаційних мереж;

8) замовляє розрахунки щодо можливості та умов користування радіочастотним спектром для створення каналів мовлення, у тому числі для потреб тимчасового мовлення, та/або ефірних багатоканальних електронних комунікаційних мереж;

9) бере участь у розробці та погоджує проект Плану розподілу і користування радіочастотним спектром в Україні;

10) ухвалює рішення про зміну стандартів (радіотехнологій), за яких кількість каналів мовлення та/або ресурси багатоканальної електронної комунікаційної мережі не зменшуються та які не потребують анулювання чинних ліцензій ліцензіатів;

11) на виконання рішень уповноважених органів про припинення використання стандарту (радіотехнології) аналогового телевізійного мовлення ухвалює рішення про припинення використання такого стандарту (радіотехнології) ліцензіатами;

12) ухвалює рішення щодо віднесення медіа-сервісів до таких, що спрямовані на територію та аудиторію України;

13) веде переговори з уповноваженими представниками провайдерів платформ спільного доступу до інформації, аудіовізуальних медіа-сервісів на замовлення, що не підпадають під юрисдикцію України, та підписує з ними договори або меморандуми;

14) звертається до іноземних провайдерів аудіовізуальних медіа-сервісів на замовлення, а також провайдерів платформ спільного доступу до інформації (у тому числі іноземних) щодо обмеження поширення на території України програм та/або користувацької інформації, у тому числі користувацького відео, що порушують вимоги статей 36, 42, 119 цього Закону;

15) звертається до уповноважених представників пошукових систем (у тому числі іноземних) з вимогами вилучення у результатах пошуку, що видаються за запитами користувачів, а також в каталогах такої пошукової системи посилань на інформацію, що порушує вимоги статей 36, 42, 119 цього Закону та за поширення якої до суб'єкта у сфері медіа застосовано захід реагування у вигляді штрафу або анулювання ліцензії, скасування реєстрації та/або заборони поширення онлайн-медіа в Україні;

16) за погодженням з Антимонопольним комітетом України та регулятором комунікаційних послуг визначає порядок розробки та затвердження Максимально граничних тарифів на послуги постачальників електронних комунікаційних послуг для потреб мовлення з використанням радіочастотного спектра та Типові умови договору на постачання електронних комунікаційних послуг для потреб мовлення з використанням радіочастотного спектра, затверджує такі тарифи та умови;

17) встановлює форму подання до Національної ради суб'єктами у сфері медіа відомостей про структуру власності, визначає порядок подання суб'єктами у сфері медіа річної фінансової звітності та її обсяг;

18) проводить дослідження питання дотримання вимог до структури власності суб'єктів у сфері медіа; ухвалює рішення про визнання структури власності суб'єктів у сфері медіа непрозорою;

19) з метою дослідження питання дотримання вимог до структури власності суб'єктів у сфері медіа запитує у суб'єктів у сфері медіа, державних органів, включаючи Національну поліцію

України, Службу безпеки України, Державне бюро розслідувань, центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну податкову політику, Національне антикорупційне бюро України, Національне агентство з питань запобігання корупції, Офіс Генерального прокурора, інформацію та документи;

20) звертається до Антимонопольного комітету України щодо визначення меж ринків у сфері медіа, погоджує методику визначення меж ринків у сфері медіа та методику визначення меж ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації, у випадку обґрунтованих підозр щодо недотримання обмежень, визначених статтею 7 цього Закону, звертається до Антимонопольного комітету України з повідомленням про порушення законодавства про захист економічної конкуренції;

21) затверджує склад універсального медіа-сервісу для адміністративно-територіальної одиниці (села, селища, міста, району, області), територіальної громади або для всієї України з урахуванням технології, що застосовується для провадження такої діяльності;

22) здійснює нагляд та контроль за дотриманням суб'єктами у сфері медіа:

а) вимог цього Закону, нормативно-правових актів Національної ради, що регулюють діяльність суб'єктів у сфері медіа, умов ліцензій;

б) вимог Закону України "Про рекламу" щодо порядку поширення (розповсюдження) реклами та спонсорства суб'єктами у сфері медіа;

в) законодавства про кінематографію щодо розповсюдження чи демонстрування суб'єктами у сфері медіа, зокрема у каталогах аудіовізуальних сервісів на замовлення, творів, розповсюдження і демонстрування яких заборонено законодавством про кінематографію;

г) законодавства про вибори та референдуми;

г) законодавства про державну мову - в частині мови аудіовізуальних медіа, у тому числі мови фільмів;

23) затверджує розроблені спільно з органом спільного регулювання критерії віднесення осіб до суб'єктів у сфері онлайн-медіа відповідно до частини одинадцятої статті 2 цього Закону;

24) затверджує розроблені спільно з органом спільного регулювання критерії віднесення інформації до такої, що порушує

вимоги пунктів 1-4, 6-14 частини першої статті 36, пунктів 1-2 частини першої, частини другої статті 119 цього Закону;

25) затверджує розроблені спільно з органом спільного регулювання критерії віднесення лінійних медіа до тематичних та обсяги національного продукту для таких медіа;

26) затверджує розроблені спільно з органом спільного регулювання вимоги щодо захисту дітей відповідно до статті 42 цього Закону;

27) визначає за власною ініціативою або за запитами суб'єктів у сфері аудіовізуальних медіа перелік подій значного суспільного інтересу;

28) здійснює ліцензування у сфері медіа, у тому числі встановлює форму та порядок подання заяви на участь у конкурсі, заяви про продовження строку дії ліцензії, заяви про внесення змін до Реєстру щодо ліцензіатів;

29) розробляє та затверджує методику розрахунку ліцензійного збору та плати за внесення змін до Реєстру, методику обліку кількості користувачів медіа-сервісів провайдерів аудіовізуальних сервісів та порядок подання цієї інформації Національній раді;

30) розробляє та затверджує форму витягу з Реєстру та його опис;

31) здійснює реєстрацію суб'єктів у сфері медіа, у тому числі встановлює форму та порядок подання заяви про реєстрацію суб'єктів у сфері медіа, заяви про внесення змін до Реєстру щодо реєстрантів;

32) визначає перелік територій з особливим режимом мовлення, затверджує порядок видачі та анулювання дозволів на тимчасове мовлення, видає дозволи на тимчасове мовлення та встановлює їх умови;

33) здійснює реєстрацію іноземних лінійних медіа, у тому числі встановлює форму та порядок подання заяви про реєстрацію іноземного лінійного медіа;

34) забезпечує ведення електронного кабінету і Реєстру, передбачених цим Законом, та оприлюднення і надання інформації з них; затверджує порядок функціонування Реєстру та порядок функціонування електронного кабінету;

35) здійснює офіційний моніторинг діяльності суб'єктів у сфері медіа у порядку, визначеному Національною радою;

36) визначає порядок проведення перевірок, проводить перевірки суб'єктів у сфері медіа відповідно до цього Закону;

37) розглядає питання про порушення законодавства та/або умов ліцензії і застосовує заходи реагування, передбачені цим Законом;

38) у разі порушення законодавства України у програмах радіоканалів, телеканалів, каталогів програм, що походять з країн, що є сторонами Європейської конвенції про транскордонне телебачення чи державами - членами Європейського Союзу, а також у разі, якщо існує спір щодо юрисдикції, здійснює заходи, передбачені Європейською конвенцією про транскордонне телебачення, іншими міжнародними договорами України та цим Законом;

39) створює дорадчі органи та робочі групи Національної ради, визначає їх персональний склад, функції, повноваження, порядок діяльності та забезпечує їх роботу;

40) у межах повноважень ініціює та здійснює співробітництво з відповідними міжнародними і регіональними організаціями, органами регулювання у сфері медіа іноземних держав, іноземними установами та організаціями, у тому числі інституціями Європейського Союзу у рамках забезпечення процесу європейської інтеграції;

41) бере в установленому порядку участь у підготовці проектів міжнародних договорів України, укладає відповідно до закону міжнародні договори міжвідомчого характеру;

42) ухвалює, у межах своєї компетенції, нормативно-правові та інші акти;

43) надає роз'яснення з питань застосування власних нормативно-правових актів;

44) веде та систематично оновлює офіційний веб-сайт Національної ради;

45) оприлюднює інформацію (документи), передбачену законодавством, у тому числі у формі відкритих даних, а також надає інформацію на запити в порядку, передбаченому Законом України "Про доступ до публічної інформації";

46) розглядає у встановленому законом порядку скарги, пропозиції та інші звернення осіб, ухвалює рішення за підсумками розгляду звернень у межах своїх повноважень, передбачених цим Законом;

47) затверджує Порядок проведення конференцій громадських об'єднань та асоціацій, обрання членів Наглядової ради акціонерного товариства "Національна суспільна телерадіокомпанія України" та припинення їхніх повноважень; розробляє та затверджує Порядок проведення конференцій громадських об'єднань та обрання членів наглядових рад підприємств, що здійснюють муніципальне публічне мовлення, Типовий статут суб'єкта у сфері місцевих публічних аудіовізуальних медіа та Типовий трудовий контракт із керівником суб'єкта у сфері місцевих публічних аудіовізуальних медіа;

48) передає у встановленому законом порядку відповідним державним органам матеріали про виявлені факти порушення законодавства;

49) спільно з органом спільного регулювання розробляє та затверджує правила мовлення в дні пам'яті;

50) спільно з органом спільного регулювання розробляє та затверджує план дій щодо забезпечення доступності сервісів для осіб з інвалідністю;

51) спільно з органом спільного регулювання визначає критерії віднесення рекламної інформації (комерційних повідомлень) до такої, що може вважатися шкідливою згідно з вимогами законодавства про рекламу;

52) визначає період, необхідний для відновлення сфери медіа, та ухвалює рішення про зменшення встановленого статтею 38 цього Закону обсягу національного продукту під час дії такого періоду, а також воєнного чи надзвичайного стану;

53) затверджує положення про особливості ліцензування та реєстрації у сфері медіа в період дії воєнного чи надзвичайного стану;

54) затверджує положення про особливості процедури застосування до суб'єктів у сфері медіа в період дії воєнного чи надзвичайного стану заходів реагування за грубі порушення вимог законодавства;

55) затверджує положення про Перелік аудіовізуальних медіа-сервісів на замовлення та сервісів провайдерів аудіовізуальних сервісів держави-агресора, затверджує та оновлює цей Перелік, ухвалює рішення про внесення аудіовізуального медіа-сервісу на замовлення або сервісу провайдера аудіовізуальних сервісів до цього Переліку та виключення з нього;

56) визначає види форматів лінійних аудіовізуальних медіа;
57) створює на своєму офіційному веб-сайті дієвий механізм направлення звернень щодо доступності для осіб з інвалідністю сервісів, які надають суб'єкти у сфері аудіовізуальних медіа;

58) самостійно або у співпраці з центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері медіа, іншими державними органами, органами місцевого самоврядування, освітніми установами, громадськими об'єднаннями розробляє та впроваджує проекти, виставки, друковані та електронні публікації, веб-сайти, аудіовізуальні продукти, ігри та інші заходи з метою підвищення медіаграмотності;

59) спільно з органом спільного регулювання визначає інструменти та механізми реалізації вимог, встановлених статтею 23 цього Закону до провайдерів платформ спільного доступу до відео;

60) спільно з органом спільного регулювання встановлює вимоги щодо обсягу європейського продукту для телеканалів загальнонаціональної та регіональної категорії, що мають незначну долю аудиторії;

61) спільно з органом спільного регулювання розробляє рекомендації щодо виконання встановлених цим Законом вимог щодо європейського продукту;

62) вживає заходів щодо включення українських лінійних аудіовізуальних медіа у пакети провайдерів аудіовізуальних сервісів інших країн в рамках сприяння інтеграції України до світового інформаційного простору;

63) здійснює інші повноваження, передбачені законами України.

Виключно на засіданнях Національної ради:

1) розглядаються проекти законодавчих та інших нормативних актів і пропозиції щодо вдосконалення законодавства у сфері медіа;

2) затверджуються Регламент Національної ради, Стратегія та План реалізації Стратегії, нормативно-правові акти Національної ради (у тому числі регуляторні);

3) ухвалюються рішення про надання роз'яснень з питань застосування нормативно-правових актів Національної ради;

- 4) затверджуються акти, розроблені спільно з органом спільного регулювання;
- 5) визначаються види форматів лінійних аудіовізуальних медіа;
- 6) визначається перелік подій значного суспільного інтересу;
- 7) погоджуються методика визначення меж ринків у сфері медіа та методика визначення меж ринку розповсюдження (поширення) та споживання рекламної інформації;
- 8) визначається період, необхідний для відновлення сфери медіа, та ухвалюється рішення про зменшення встановленого статтею 38 цього Закону обсягу національного продукту під час дії такого періоду, а також воєнного чи надзвичайного стану;
- 9) затверджуються звіти Національної ради;
- 10) затверджується штатний розпис апарату Національної ради;
- 11) призначається та звільняється керівник апарату Національної ради;
- 12) призначаються і звільняються представники Національної ради в Автономній Республіці Крим, областях, містах Києві та Севастополі;
- 13) створюються дорадчі органи та робочі групи Національної ради;
- 14) ухвалюються рішення щодо необхідності створення каналів мовлення та багатоканальних електронних комунікаційних мереж, що передбачають використання радіочастотного спектра, визначаються умови ліцензій та проводяться конкурси на отримання ліцензій у передбачених цим Законом випадках;
- 15) визначається кількість каналів мовлення та ефірних багатоканальних електронних комунікаційних мереж для кожної територіальної категорії;
- 16) ухвалюються рішення про зміну стандартів (радіотехнологій), за яких кількість каналів мовлення та/або ресурси багатоканальної електронної комунікаційної мережі не зменшуються та які не потребують анулювання чинних ліцензій ліцензіатів;

17) ухвалюються рішення про припинення використання стандарту (радіотехнології) аналогового телевізійного мовлення ліцензіатами;

18) затверджуються Максимально граничні тарифи на послуги постачальників електронних комунікаційних послуг для потреб мовлення з використанням радіочастотного спектра та Типові умови договору на постачання електронних комунікаційних послуг для потреб мовлення з використанням радіочастотного спектра;

19) затверджується склад універсального медіа-сервісу для адміністративно-територіальної одиниці (села, селища, міста, району, області), територіальної громади або для всієї України з урахуванням технології, що застосовується для провадження такої діяльності;

20) ухвалюються рішення щодо віднесення медіа-сервісів до таких, що спрямовані на територію та аудиторію України;

21) ухвалюються рішення про визнання структури власності суб'єктів у сфері медіа непрозорою;

22) ухвалюються рішення щодо ліцензування у сфері медіа;

23) ухвалюються рішення щодо реєстрації суб'єктів у сфері медіа;

24) ухвалюються рішення щодо реєстрації іноземних лінійних медіа;

25) визначається перелік територій з особливим режимом мовлення, видаються дозволи на тимчасове мовлення;

26) ухвалюються рішення про призначення перевірок;

27) розглядаються питання про порушення законодавства та/або умов ліцензії і застосовуються заходи реагування, передбачені цим Законом;

28) затверджується та оновлюється Перелік аудіовізуальних медіа-сервісів на замовлення та сервісів провайдерів аудіовізуальних сервісів держави-агресора, ухвалюються рішення про внесення аудіовізуального медіа-сервісу на замовлення або сервісу провайдера аудіовізуальних сервісів до цього Переліку та виключення з нього.

Національна рада з метою виконання своїх повноважень має право:

1) ухвалювати рішення з питань, що належать до її компетенції;

2) отримувати безоплатно на свій запит від державних органів, органів місцевого самоврядування інформацію та документи, необхідні для виконання покладених на Національну раду повноважень, у тому числі статистичну та звітну інформацію;

3) з метою отримання допомоги у встановленні особи, яка припустилась порушення вимог цього Закону, звертатися до державних органів, включаючи Національну поліцію України, Службу безпеки України, Державне бюро розслідувань, центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну податкову політику, Національне антикорупційне бюро України, Національне агентство з питань запобігання корупції, Офіс Генерального прокурора, а також до підприємств та організацій, включаючи адміністраторів доменів, реєстраторів доменних імен, суб'єктів, провайдерів платформ спільного доступу до інформації, у тому числі іноземних;

4) вимагати від юридичних чи фізичних осіб надання їй у визначені цим Законом або Національною радою строки, але не менш як упродовж 10 робочих днів, пояснень щодо вчинення такими особами порушення законодавства у сфері медіа та завірених в установленому законодавством порядку копій документів, пов'язаних з можливими порушеннями такими особами законодавства у сфері медіа; юридичні чи фізичні особи звільняються від надання пояснень та документів, що не пов'язані з фактами порушення такими особами законодавства у сфері медіа;

5) проводити планові, позапланові та додаткові перевірки;

6) звертатися до суду з підстав, передбачених законом;

7) звертатися до міжнародних організацій, державних органів та неурядових організацій інших країн за інформацією, необхідною для виконання покладених на Національну раду повноважень;

8) звертатися безпосередньо до компетентних органів інших держав для вжиття заходів, передбачених міжнародними угодами;

9) звертатися до державних спеціалізованих установ та судових експертів для замовлення експертизи під час розгляду питань про порушення законодавства та/або умов ліцензії;

10) залучати представників державних органів, підприємств, установ та організацій, фахівців до розроблення проєктів нормативно-правових актів, проведення консультацій та експертиз у сфері медіа;

11) звертатися безпосередньо до провайдерів платформ спільного доступу до інформації (у тому числі іноземних) за інформацією, необхідною для виконання покладених на Національну раду повноважень, а також з вимогами щодо обмеження доступу до інформації, що порушує вимоги законодавства України, у порядку, визначеному цим Законом;

12) звертатися до уповноважених представників пошукових систем (у тому числі іноземних) з вимогами щодо заборони видачі в результатах пошуку, каталогах посилань або відображення інформації, що порушує вимоги законодавства України, у порядку, визначеному цим Законом;

13) укладати договори та меморандуми з провайдерами платформ спільного доступу до інформації (у тому числі іноземними) з питань, що належать до її повноважень;

14) укладати угоди про співробітництво з питань, що належать до її повноважень, з іноземними і міжнародними органами та організаціями, у тому числі з органами регулювання та нагляду (контролю) у сфері медіа інших держав;

15) утворювати у межах своєї компетенції робочі групи, постійні або тимчасові консультативні, дорадчі та інші допоміжні органи, визначати персональний склад, функції, повноваження, порядок діяльності таких органів, забезпечувати їх роботу;

16) інші права, визначені законами України.

ЛЕКЦІЯ 9. ПРАВОВІ ОСНОВИ ОНЛАЙН-МЕДІА

ПЛАН

- 9.1. Правове регулювання онлайн-медіа в Україні.
- 9.2. Відповідальність за поширення інформації в інтернеті.
- 9.3. Рішення Європейського суду з прав людини щодо свободи вираження поглядів в інтернеті.

9.1. Правове регулювання онлайн-медіа в Україні

13 грудня 2022 р. Верховна Рада ухвалила проект закону “Про медіа”. Історія його підготовки розтягнулася майже на десятиліття, а зміни як його тексту, так і концепції були доволі кардинальними. Зі вступом у дію цього закону наймолодший вид

медіа, який досі в Україні формально не вважався ЗМІ, отримає статус медіа, включно з відповідними правами та обов'язками.

Реєстрація онлайн-медіа й регулювання законом

Реєстрація онлайн-медіа планується **добровільна** (ч. 3 ст. 63 ЗУ “Про медіа”). Але це не означає, що незареєстровані не підпадають під дію закону – підпадають, деталі щодо цього описано нижче.

Подання заяви про реєстрацію здійснюється через спеціальний електронний кабінет відповідно до визначеного Нацрадою порядку (ч. 7 ст. 63). Зміст заяви про реєстрацію онлайн-медіа визначається таким (ч. 5 ст. 63):

“Для реєстрації заявник подає заяву за формою, встановленою Національною радою, в якій зазначаються такі відомості:

1) для юридичної особи:

а) ідентифікаційні дані;

б) адреса, за якою здійснюється редакційний контроль, якщо вона не збігається з адресою місцезнаходження (для суб'єктів у сфері аудіовізуальних, друкованих та онлайн-медіа);

в) контактні дані (телефон, адреса електронної пошти);

г) прізвище, ім'я та по батькові керівника юридичної особи;

ґ) кінцевий бенефіціарний власник (за наявності).

2) для фізичної особи (у тому числі фізичної особи – підприємця):

а) ідентифікаційні дані;

б) місце реєстрації або надання сервісу, контактні дані (тел., адреса електронної пошти);

3) вид та опис діяльності у сфері медіа, а саме...

г) для онлайн-медіа – назва... вид... доменні імена, за якими медіа доступне в мережі... із зазначенням реєстрантів відповідних доменних імен (щодо фіз. осіб – прізвище, ім'я та... по батькові, громадянство, відомості про місце проживання або... перебування, щодо юр. осіб – ідентифікаційні дані)...

5) для сервісів, що надаються через мережу Інтернет – IP-адреса або діапазон IP-адрес, з яких здійснюється поширення сервісу; доменні імена, за якими медіа доступне в мережі Інтернет, із зазначенням реєстрантів відповідних доменних імен (щодо фіз. осіб – прізвище, ім'я та... по батькові, громадянство, відомості про місце проживання або... перебування, щодо юр. осіб – ідентифікаційні дані); територія надання сервісів...”

(Треба мати на увазі: “інформація, що подається заявником відповідно до цієї статті, є відкритою та оприлюднюється в Реєстрі, крім даних, що не підлягають оприлюдненню” – ч. 16 ст. 63.)

За реєстрацію стягується **реєстраційний збір** у розмірі одного прожиткового мінімуму для працездатних осіб, встановленого на 1 січня року, в якому подається заява (ч. 11 ст. 63). Для 2022 року ця сума становила 2481 грн.

Скасування реєстрації онлайн-медіа **не призведе до припинення роботи сайту**: вимога щодо припинення діяльності у зв'язку зі скасуванням реєстрації не поширюється на суб'єктів у сфері онлайн-медіа (абзац 2 ч. 8 ст. 65).

Як уже було сказано вище, відсутність реєстрації онлайн-медіа не виводить його з-під дії закону, зокрема не перешкоджатиме тому, щоб його карали за порушення цього закону. Зокрема, в законі зазначено: “Дія цього Закону поширюється на всіх суб'єктів у сфері онлайн-медіа, що відповідають вимогам частини 8 цієї статті, у тому числі тих, що не були зареєстровані як суб'єкт у сфері медіа у встановленому цим Законом порядку.

При вирішенні питання, чи є особа, яка поширює інформацію з використанням мережі Інтернет, суб'єктом у сфері онлайн-медіа, Національна рада застосовує критерії, встановлені органом спільного регулювання” (ч. 11 ст. 2). Указані критерії ще мають бути розроблені, та й орган спільного регулювання ще тільки має створитися, тобто карати незареєстровані онлайн-медіа за цим законом, очевидно, почнуть не так уже й скоро.

Кому реєструватися?

Чіткого розуміння щодо того, які суб'єкти є онлайн-медіа, закон не дає. Власне, він передбачає такі визначення понять:

“онлайн-медіа – медіа, що регулярно поширює інформацію в текстовій, аудіо-, аудіовізуальній чи іншій формі в електронному (цифровому) вигляді за допомогою мережі Інтернет на власному вебсайті, крім медіа, які віднесені цим Законом до аудіовізуальних медіа” (тобто тут подано три ознаки: медіа, вебсайт і його регулярно наповнення);

згідно із законом, “медіа (засіб масової інформації) – засіб поширення масової інформації в будь-якій формі, який періодично чи регулярно виходить у світ під редакційним контролем та

постійною назвою як індивідуалізуючою ознакою” (тут можна було б “зацепитися” за ознаку редконтролю, але...);

“редакційний контроль (редакційна відповідальність) – вирішальний вплив суб’єкта у сфері аудіовізуальних медіа, суб’єкта у сфері друкованих медіа та/або суб’єкта у сфері онлайн-медіа на створення або добір, організацію та поширення програм або іншої масової інформації відповідним суб’єктом”.

Про журналістів згадок немає, а створювати, добирати й поширювати масову інформацію на своєму вебсайті зараз може кожен охочий. Термін “редакційна відповідальність” є лише в Директиві ЄС від 10.03.2010 № 2010/13/ЄС, і він стосується суто ТБ й аудіовізуальних послуг.

Отже, залишається чекати на остаточне визначення критеріїв органом спільного регулювання. Крім того, варто звернути увагу на такі норми закону:

“Особа, яка регулярно поширює масову інформацію під своїм редакційним контролем через власні облікові записи на платформах спільного доступу до інформації, не є суб’єктом у сфері онлайн-медіа, крім випадків, коли така особа добровільно зареєструється як суб’єкт у сфері онлайн-медіа в порядку, передбаченому статтею 63 цього закону” (ч. 3 ст. 16). Це означає, що сторінка особи в соцмережі не вважатиметься онлайн-медіа, якщо її володілець сам цього не захоче.

Основною ознакою онлайн-медіа наразі є те, що це окремий регулярно оновлюваний вебсайт.

Крім того, в законі прописано такі винятки:

“До сфери дії цього Закону не належить поширення масової інформації:

1) фізичними особами, які не діють як медіа (не є суб’єктами у сфері медіа);

2) фізичними особами – підприємцями або юридичними особами на власних вебсайтах, якщо поширення масової інформації не є основним видом діяльності суб’єкта та поширювана ним масова інформація пов’язана з господарською діяльністю суб’єкта у сферах, відмінних від сфери дії цього закону” (ч. 2 ст. 2 закону).

Зобов’язання щодо прозорості для онлайн-медіа

Структури власності всіх суб’єктів у сфері медіа (тобто й онлайн-медіа) мають бути прозорими (ч. 1 ст. 25), що передбачає можливість установити всіх володільців істотної участі, ключових

учасників, зв'язки між ними, а також необхідна відсутність у цій структурі офшорів, трастів.

Але зобов'язання щодо прозорості медіавласності для онлайн-медіа є ліберальнішими. Відомості про структуру власності онлайн-медіа подають лише на вимогу Національної ради (ч. 2 ст. 26), а обов'язку їхнього оприлюднення не встановлено.

Яку ж інформацію про себе тоді повинні оприлюднювати онлайн-медіа? Ч. 5 ст. 37 Закону визначає: *“Зареєстровані суб'єкти у сфері онлайн-медіа зобов'язані оприлюднювати та регулярно оновлювати на своєму вебсайті (у своєму онлайн-профіль) такі вихідні дані:*

- 1) офіційна (зареєстрована) назва онлайн-медіа;*
- 2) поштова адреса, телефон, адреса електронної пошти суб'єкта;*
- 3) ідентифікатор онлайн-медіа в Реєстрі“.*

Скажемо відверто: не так уже й багато. Ні імені керівника медіа, ні кінцевого бенефіціара.

Мова онлайн-медіа

Здається, ніби новоухвалений закон особливо й не регулює мову сайтів онлайн-медіа: *“Суб'єкт у сфері онлайн-медіа самостійно визначає мову поширення інформації, крім випадків, передбачених Законом України “Про забезпечення функціонування української мови як державної” (ч. 2 ст. 41).*

Але водночас абзац 1 частини 6 статті 27 Закону *“Про забезпечення функціонування української мови як державної”* передбачає: *“Інтернет-представництва (в тому числі вебсайти, вебсторінки в соціальних мережах)... засобів масової інформації, зареєстрованих в Україні, а також суб'єктів господарювання, що реалізують товари і послуги в Україні та зареєстровані в Україні, виконуються державною мовою. Поряд з версією інтернет-представництв (у тому числі вебсайтів, вебсторінок у соціальних мережах), виконаних державною мовою, можуть існувати версії іншими мовами. Версія інтернет-представництва державною мовою повинна мати не менше за обсягом та змістом інформації, ніж іншомовні версії, та завантажуватись за замовчуванням для користувачів в Україні”.*

Нагадаємо, що за Законом *“Про медіа”* поняття ЗМІ прирівняне до поняття медіа. А зареєстрованих онлайн-медіа досі в Україні не було. Тепер же, з їхньою появою, вони підпадатимуть під указане регулювання мовного закону й **будуть повинні мати**

повноцінну україномовну версію, не меншу за змістом і наповненням за іншомовні версії.

9.2. Відповідальність за поширення інформації в інтернеті

Джинса і немаркована реклама: незначні порушення

Порушення, пов'язані з джинсою, зараховано до незначних, отже за немарковану рекламу чи агітацію нікого не закриють (ч. 2 ст. 112). Але за такі порушення Нацрада може видати припис або оштрафувати. Згідно зі ст. 116 закону, для зареєстрованих медіа штраф загрожуватиме у разі вчинення впродовж одного місяця п'яти незначних порушень, за які було винесено приписи, рішення про які не були скасовані, і якщо вимоги таких приписів не були виконані суб'єктом у сфері онлайн-медіа. Для незареєстрованих онлайн-медіа штраф світитиме в разі вчинення впродовж одного місяця трьох і більше незначних порушень, за які було винесено приписи, рішення про які не були скасовані, якщо вимоги таких приписів не були виконані суб'єктом у сфері онлайн-медіа.

До незначних порушень також зараховано порушення вимог щодо прозорості вихідних даних, порушення строків внесення змін до реєстру, ненадання інформації на запит Нацради тощо

Відповідальність за значні та грубі порушення

Строк давності притягнення до відповідальності за порушення законодавства становить один рік із дня вчинення порушення (водночас *“перебіг строку давності притягнення до відповідальності за порушення законодавства... зупиняється з дня прийняття Нацрадою рішення про призначення перевірки до розгляду на засіданні Нацради результатів перевірки. Строк зупинення не може перевищувати трьох місяців з дня призначення перевірки“*) – ч.ч. 2, 3 ст. 107.

Коротко опишемо найжорсткіші санкції, що можуть бути застосовані до онлайн-медіа:

- 1. Скасування реєстрації** зареєстрованого онлайн-медіа застосовується за вчинення значного порушення, якщо впродовж одного місяця до суб'єкта було застосовано п'ять штрафів за вчинення значних порушень, рішення про які не було скасовано. Повторно подати заяву на реєстрацію онлайн-медіа можна лише через один рік. Аналогічно застосовується тимчасова заборона поширення незареєстрованих онлайн-медіа (на 14 календарних днів – за

вчинення значного порушення, якщо впродовж одного місяця до суб'єкта було застосовано п'ять штрафів за вчинення значних порушень, рішення про які не було скасовано). Звертаємо увагу, що **скасування ресстрації не зупиняє роботу онлайн-медіа**, на відміну від заборони на поширення, хоч і тимчасової.

2. **Заборона поширення зареєстрованого онлайн-медіа можлива лише за рішенням суду** і застосовується за вчинення впродовж одного місяця четвертого грубого порушення, якщо за попередні грубі порушення було застосовано штрафи, рішення про які не були скасовані. Заборона поширення незареєстрованого онлайн-медіа відбувається також за рішенням суду – за вчинення впродовж одного місяця третього грубого порушення, якщо за попередні грубі порушення було застосовано штрафи, рішення про які не були скасовані.

Також Нацрада ухвалює рішення про заборону поширення анонімного онлайн-медіа – тобто якщо впродовж одного місяця суб'єкт у сфері онлайн-медіа, особу якого не вдалося встановити, не виконав вимоги трьох приписів, що були винесені Нацрадою за незначні чи значні порушення (або двох приписів за грубі порушення), якщо рішення про ці приписи не скасовані.

До значних порушень належать (ч. 3 ст. 112):

- 1) поширення висловлювань, що підбурюють до дискримінації чи утисків щодо окремих осіб та їх груп на основі етнічного та соціального походження, громадянства, раси, релігії та вірувань, віку, статі, сексуальної орієнтації, гендерної ідентичності, інвалідності або за іншою ознакою;
- 2) поширення фільмів, розповсюдження та демонстрування яких заборонено відповідно до Закону України “Про кінематографію”;
- 3) поширення порнографічних матеріалів;
- 4) пропаганда вживання наркотичних засобів, психотропних речовин;
- 5) пропаганда жорстокого поводження з тваринами;
- 6) поширення інструкцій або порад щодо виготовлення, придбання або використання вибухових, наркотичних чи психотропних речовин;

- 7) поширення інформації, що заперечує або виправдовує злочинний характер комуністичного тоталітарного режиму 1917–1991 років в Україні, злочинний характер націонал-соціалістичного... тоталітарного режиму, створює позитивний образ осіб, які обіймали керівні посади в комуністичній партії... вищих органах влади та управління СРСР, УРСР (УСРР), інших союзних та автономних рад. республік (крім випадків, пов'язаних з розвитком української науки та культури), працівників рад. органів державної безпеки, виправдовує діяльність рад. органів державної безпеки, встановлення рад. влади на території України або в окремих адміністративно-територіальних одиницях, переслідування учасників боротьби за незалежність України у ХХ ст.;
- 8) поширення інформації, що містить символіку комуністичного або націонал-соціалістичного... тоталітарного режиму, крім випадків, передбачених Законом України “Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів...”;
- 9) висвітлення діяльності органів влади держави-агресора (держави-окупанта) в інформаційних та інформаційно-аналітичних програмах без супроводження повідомленням про статус держави-агресора...
- 10) поширення інформації, що принижує або зневажає державну мову;
- 11) порушення вимог ч. 6 ст. 42 цього Закону щодо забезпечення належного попередження про потенційну шкідливість інформації для дітей;
- 12) порушення вимог ч. 10 ст. 42 цього Закону щодо нерозголошення інформації про дитину без письмової згоди хоча б одного з батьків або інших законних представників дитини, за винятком випадків, коли це здійснюється в найкращих інтересах дитини;
- 13) відмова у проведенні перевірки;
- 14) невиконання вимоги Національної ради щодо обмеження доступу до інформації, за поширення якої до суб'єкта було застосовано захід реагування у формі штрафу, скасування реєстрації або тимчасової заборони поширення онлайн-медіа, якщо рішення про застосування відповідного заходу реагування не було скасовано у визначеному законом порядку;

15) поширення музичних фонограм, відеограм, музичних кліпів розповсюдження яких заборонено відповідно до ч. 2 ст. 15 Закону України “Про культуру”.

До грубих порушень належать (ч. 4 ст. 112 закону):

“1) повторна відмова у проведенні перевірки впродовж останнього року;

2) поширення закликів до насильницької зміни, повалення конституційного ладу України, розв’язування або ведення агресивної війни або воєнного конфлікту, порушення територіальної цілісності України, ліквідації незалежності України, інформації, яка виправдовує чи пропагує такі дії;

3) поширення висловлювань, що розпалюють ненависть, ворожнечу чи жорстокість до окремих осіб чи їх груп за національною, расовою чи релігійною ознакою;

4) пропаганда або заклики до тероризму та терористичних актів, поширення інформації, що виправдовує чи схвалює такі дії;

5) поширення матеріалів, що заохочують сексуальну експлуатацію та насильство над дітьми, демонструють статеві відносини дітей, використовують образ дітей (візуальний запис образу дітей) у видовищних заходах сексуального чи еротичного характеру;

6) поширення інформації, що містить пропаганду російського тоталітарного режиму, збройної агресії Російської Федерації як держави-терориста проти України, а також символіку воєнного вторгнення російського тоталітарного режиму, крім випадків, передбачених Законом України “Про заборону пропаганди російського нацистського тоталітарного режиму...”;

7) поширення інформації, що висвітлює збройну агресію проти України як внутрішній конфлікт, громадянський конфлікт чи громадянську війну, якщо наслідком цього є заклики до насильницької зміни, повалення конституційного ладу чи порушення територіальної цілісності, розпалювання ворожнечі чи ненависті;

8) поширення недостовірних матеріалів щодо збройної агресії та діянь держави-агресора... її посадових осіб, осіб та організацій, що контролюються державою-агресором... у разі, якщо наслідком цього є заклики до насильницької зміни, повалення конституційного ладу чи порушення територіальної цілісності, розпалювання ворожнечі чи ненависті”.

Окремо додамо, що за грубі порушення до суб'єктів у сфері онлайн-медіа також застосовується штраф у розмірі від 10 до 15 мінімальних заробітних плат на день вчинення порушення, а за значні порушення – штраф у розмірі від 5 до 10 розмірів мінімальних заробітних плат на день вчинення порушення.

Закон не має зворотної дії – ч. 7 ст. 112 визначає “Суб'єкти у сфері онлайн-медіа не можуть бути притягнені до відповідальності за порушення вимог цього Закону, якщо інформація, що є предметом порушення, була поширена ними до набрання чинності цим Законом”.

А також процитуємо ч.ч. 10–18 ст. 116 закону:

“10. У разі вчинення зареєстрованим суб'єктом у сфері онлайн-медіа незначного порушення, передбаченого ч. 2 ст. 112 цього Закону, Національна рада застосовує такі заходи реагування:

а) припис;

б) штраф – у випадку вчинення впродовж одного місяця п'яти незначних порушень, за які було винесено приписи, рішення про які не були скасовані... якщо вимоги таких приписів не були виконані суб'єктом у сфері онлайн-медіа.

11. У разі вчинення незареєстрованим суб'єктом у сфері онлайн-медіа незначного порушення, передбаченого п.п. 3–5 ч. 2 ст. 112 цього Закону, Нацрада застосовує такі заходи реагування:

а) припис;

б) штраф – у випадку вчинення впродовж одного місяця трьох і більше незначних порушень, за які було винесено приписи, рішення про які не були скасовані... якщо вимоги таких приписів не були виконані суб'єктом у сфері онлайн-медіа.

12. У разі вчинення зареєстрованим суб'єктом у сфері онлайн-медіа значного порушення Національна рада застосовує такі заходи реагування:

а) припис;

б) штраф – у випадку невиконання вимог, визначених у приписі Національної ради, винесеному за перше значне порушення, рішення про який не було скасовано у визначеному законом порядку; або у випадку вчинення впродовж одного місяця повторного значного порушення;

в) штраф у подвійному розмірі – у випадку вчинення впродовж одного місяця кожного наступного значного порушення після застосування штрафу, рішення про який не було скасовано...

г) скасування реєстрації – у випадку вчинення значного порушення, якщо впродовж одного місяця до суб'єкта було застосовано п'ять штрафів за вчинення значних порушень, рішення про які не було скасовано...

13. У разі вчинення незареєстрованим суб'єктом у сфері онлайн-медіа значного порушення Національна рада застосовує такі заходи реагування:

а) припис;

б) штраф – у випадку невиконання вимог припису, винесеного за перше значне порушення, рішення про який не було скасовано... у випадку вчинення впродовж одного місяця повторного значного порушення;

в) штраф у подвійному розмірі – у випадку вчинення впродовж одного місяця кожного наступного значного порушення після застосування штрафу, рішення про який не було скасовано...

г) тимчасова заборона поширення онлайн-медіа – у випадку вчинення значного порушення, якщо впродовж одного місяця до суб'єкта було застосовано п'ять штрафів за вчинення значних порушень, рішення про які не було скасовано... Строк тимчасової заборони становить 14 календарних днів.

14. У разі вчинення зареєстрованим суб'єктом у сфері онлайн-медіа грубого порушення застосовуються такі заходи реагування:

а) штраф;

б) штраф у подвійному розмірі – у випадку вчинення впродовж одного місяця другого або третього грубого порушення після застосування штрафу, рішення про який не було скасовано...

в) заборона поширення онлайн-медіа за рішенням суду – у випадку вчинення впродовж одного місяця четвертого грубого порушення, якщо за попередні грубі порушення було застосовано штрафи, рішення про які не були скасовані...

15. У разі вчинення незареєстрованим суб'єктом у сфері онлайн-медіа грубого порушення застосовуються такі заходи реагування:

а) штраф;

б) штраф у подвійному розмірі – у випадку вчинення впродовж одного місяця повторного грубого порушення після застосування штрафу, рішення про який не було скасовано...

в) заборона поширення онлайн-медіа за рішенням суду – у випадку вчинення впродовж одного місяця третього грубого порушення,

якщо за попередні грубі порушення було застосовано штрафи, рішення про які не були скасовані...

16. У разі вчинення незареєстрованим суб'єктом у сфері онлайн-медіа, особу якого не вдалося встановити, незначного порушення, передбаченого п.п. 4–5 ч. 2 ст. 112 цього Закону, значного або грубого порушення, Нацрада застосовує до такого суб'єкта захід реагування у вигляді припису.

Особа суб'єкта у сфері онлайн-медіа вважається такою, що неможливо встановити, у разі сукупності таких умов:

- 1) відсутність інформації про суб'єкта у сфері онлайн-медіа на вебсайті онлайн-медіа;
- 2) відсутність інформації про особу реєстранта доменного імені у відкритому доступі;
- 3) неодержання інформації про особу реєстранта доменного імені на запит Національної ради до реєстратора доменного імені;
- 4) неодержання інформації про власника вебсайту онлайн-медіа від реєстранта доменного імені.

У разі якщо впродовж одного місяця суб'єкт у сфері онлайн-медіа, особу якого не вдалося встановити, не виконав вимоги трьох приписів, що були винесені Нацрадою за незначні або значні порушення, якщо рішення про такі приписи не були скасовані... Нацрада приймає рішення про заборону поширення онлайн-медіа.

У разі якщо впродовж одного місяця суб'єкт у сфері онлайн-медіа, особу якого не вдалося встановити, не виконав вимоги двох приписів, що були винесені Нацрадою за грубі порушення, якщо рішення про такі приписи не були скасовані... Нацрада приймає рішення про заборону поширення онлайн-медіа.

17. У разі якщо за вчинення значного порушення до зареєстрованого суб'єкта у сфері онлайн-медіа застосовується захід реагування у формі скасування реєстрації, повторна заява про реєстрацію такого суб'єкта у сфері онлайн-медіа може бути подана не раніше ніж за один рік після оприлюднення рішення про скасування реєстрації онлайн-медіа.

18. У разі застосування заходу реагування у формі тимчасової заборони поширення онлайн-медіа або заборони поширення онлайн-медіа Нацрада впродовж трьох робочих днів з дати прийняття відповідного рішення Нацрадою чи з дати отримання відповідного судового рішення, яке набрало законної сили, повідомляє Регулятора комунікаційних послуг про вебсайт, що

використовується для надання сервісу онлайн-медіа, доступ до якого підлягає обмеженню постачальниками електронних комунікаційних послуг.

Регулятор комунікаційних послуг впродовж трьох робочих днів з дати отримання повідомлення Нацради про тимчасову заборону поширення онлайн-медіа, заборону поширення онлайн-медіа інформує постачальників електронних комунікаційних послуг через електронну регуляторну платформу про обов'язок обмеження доступу до вебсайтів, визначених у повідомленні Нацради.

Постачальники електронних комунікаційних послуг зобов'язані впродовж трьох робочих днів з дня отримання повідомлення Регулятора комунікаційних послуг обмежити доступ до відповідного вебсайту на території України“.

9.3. Рішення Європейського суду з прав людини щодо свободи вираження поглядів в інтернеті

Європейський суд з прав людини (ЄСПЛ) у своїй практиці розглядає інтернет як важливу платформу для здійснення свободи вираження поглядів, яка має застосовуватися як в режимі онлайн, так і офлайн.

Право на свободу вираження поглядів закріплено в статті 10 Європейської Конвенції з прав людини.

Суд визнає, що користувацька активність в інтернеті забезпечує безпрецедентну платформу для здійснення свободи вираження поглядів.

У справі «DELFI AS проти Естонії» ЄСПЛ розглядав питання відповідальності власників онлайн-платформ за коментарі користувачів, підтверджуючи, що вони можуть нести відповідальність за інформацію, розміщену третіми сторонами, якщо не вживають достатніх заходів для її видалення.

Обмеження права на свободу вираження поглядів, в тому числі в інтернеті, можливе, але воно повинно бути встановленим законом і бути необхідним у демократичному суспільстві.

ЛЕКЦІЯ 10. ПРАВОВИЙ СТАТУС ЖУРНАЛІСТА

ПЛАН

- 10.1. Конституційно-правові і міжнародні норми журналістської діяльності.
- 10.2. Права, обов'язки і відповідальність журналіста при виконанні службових обов'язків.
- 10.3. Гарантії діяльності, охорона і захист журналістів при виконанні службових обов'язків.
- 10.4. Захист журналістських джерел.
- 10.5. Відповідальність за посягання на життя і здоров'я журналіста.
- 10.6. Рішення Європейського суду з прав людини щодо свободи вираження поглядів.

10.1. Конституційно-правові і міжнародні норми журналістської діяльності

Конституція України є основою правового статусу журналіста, гарантуючи право громадян та юридичних осіб на інформацію.

Стаття 34 Конституції гарантує право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань.

Міжнародні норми включають Загальну декларацію прав людини, Міжнародний пакт про громадянські і політичні права, Європейську конвенцію з прав людини та інші міжнародно-правові акти, що закріплюють стандарти функціонування медіа.

Міжнародна федерація журналістів прийняла Декларацію принципів професійної поведінки журналістів.

Закон України Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста (далі - Закон) визначає правові, економічні, організаційні засади державної підтримки медіа та соціального захисту журналістів.

Як складова частина законодавства України про свободу слова та інформаційну діяльність цей Закон посилює систему правового регулювання в інформаційній сфері.

10.2. Права, обов'язки і відповідальність журналіста при виконанні службових обов'язків

Правовий статус журналіста встановлюється Законом України "Про медіа" та іншими законами України.

Журналіст може підтвердити свій статус редакційним посвідченням або іншим документом, виданим професійним об'єднанням журналістів (НСЖУ, НМПУ).

Журналіст має право:

- 1) під час виконання професійних обов'язків здійснювати письмові, аудіо- та відеозаписи із застосуванням необхідних технічних засобів, крім випадків, передбачених законом;
- 2) безперешкодно відвідувати приміщення суб'єктів владних повноважень, відкриті заходи, які ними проводяться, та бути особисто прийнятим у розумні строки їх посадовими і службовими особами, крім випадків, визначених законодавством;
- 3) не розкривати джерело інформації або інформацію, яка дає можливість встановити джерела інформації, крім випадків, коли його зобов'язано до цього рішенням суду відповідно до закону;
- 4) після пред'явлення документа, що підтверджує статус журналіста, має право збирати інформацію в районах стихійного лиха, катастроф, у місцях аварій, масових безпорядків, воєнних дій, крім випадків, передбачених законом;
- 5) поширювати підготовлені ним матеріали (фонограми, відеозаписи, письмові тексти тощо) за власним підписом (авторством) або під умовним ім'ям (псевдонімом);
- 6) відмовитися від авторства (підпису) на матеріал, якщо його зміст після редакційної правки (редагування) суперечить його переконанням;
- 7) на вільний доступ до статистичних даних, архівних, бібліотечних і музейних фондів; обмеження цього доступу зумовлюється лише специфікою цінностей та особливими умовами їх схоронності, що визначаються законодавством.

Журналіст зобов'язаний:

- 1) подавати для поширення достовірну інформацію та дотримуватися вимог Кодексу етики українського журналіста;
- 2) задовольняти прохання осіб, які надають інформацію, щодо їх авторства або збереження таємниці авторства;
- 3) відмовлятися від доручення редактора (керівника медіа) чи редакції, якщо воно не може бути виконано без порушення закону;
- 4) представлятися та у разі особистої присутності пред'являти документ, що підтверджує його професійну належність;
- 5) утримуватися від поширення в комерційних цілях інформаційних матеріалів, які містять рекламні відомості про реквізити виробника

продукції чи послуг (його адресу, контактний телефон, банківський рахунок), комерційні ознаки товару чи послуг тощо.

Права та обов'язки журналіста, визначені цим Законом, поширюються на зарубіжних журналістів, працівників зарубіжних медіа, які працюють в Україні.

Службова діяльність журналіста не може бути підставою для його арешту, затримання, а також вилучення зібраних, опрацьованих, підготовлених ним матеріалів та технічних засобів, якими він користується у своїй роботі.

У разі відшкодування, відповідно до Цивільного кодексу України журналістом і суб'єктом у сфері медіа заподіяної ними моральної (немайнової) шкоди на них покладається солідарна відповідальність з урахуванням міри вини кожного.

У разі розгляду судом спору щодо завданої моральної (немайнової) шкоди між журналістом або суб'єктом у сфері медіа як відповідачем та політичною партією, виборчим блоком, посадовою особою (посадовими особами) як позивачем суд вправі призначити компенсацію моральної (немайнової) шкоди лише за наявності умислу журналіста чи службових осіб суб'єкта у сфері медіа. Суд враховує наслідки використання позивачем можливостей позасудового, зокрема досудового, спростування неправдивих відомостей, відстоювання його честі і гідності, ділової репутації та врегулювання спору в цілому. З урахуванням зазначених обставин суд вправі відмовити у відшкодуванні моральної шкоди.

Умислом журналіста та/або службової особи суб'єкта у сфері медіа є таке їх/її ставлення до поширення інформації, коли журналіст та/або службова особа суб'єкта у сфері медіа усвідомлювали недостовірність інформації та передбачали її суспільно небезпечні наслідки.

Журналіст та/або суб'єкт у сфері медіа звільняються від відповідальності за поширення інформації, що не відповідає дійсності, якщо суд встановить, що журналіст діяв добросовісно та здійснював її перевірку.

10.3. Гарантії діяльності, охорона і захист журналістів при виконанні службових обов'язків

Законодавство України передбачає посилення гарантій діяльності медіа і журналістів.

Суб'єкти у сфері медіа зобов'язані застрахувати журналістів на період їх відрядження в райони ведення бойових дій або на тимчасово окуповані території.

Передбачені пільги на безоплатне користування житлом з опаленням і освітленням для журналістів, які відповідають певним критеріям доходу.

Держава має імплементувати європейські стандарти для захисту журналістів та громадськості від судового тиску (анти-SLAPP законодавство).

Журналіст - творчий працівник суб'єкта у сфері медіа, який професійно збирає, одержує, створює, редагує, поширює і забезпечує підготовку інформації для медіа. Статус журналіста підтверджується документом, виданим суб'єктом у сфері медіа, професійною чи творчою спілкою журналістів. Документ, що підтверджує статус журналіста, має містити найменування та вид медіа, його ідентифікатор у Реєстрі суб'єктів у сфері медіа або найменування професійної чи творчої спілки, фото, прізвище, ім'я та по батькові журналіста, номер документа, дату видачі і строк його дії, підпис особи, яка видала документ;

Визначені цим Законом норми державної підтримки застосовуються до всіх суб'єктів у сфері медіа, які діють відповідно до Конституції України, незалежно від форми власності, крім медіа, зазначених у частині третій цієї статті.

Не застосовуються норми державної підтримки суб'єктів у сфері медіа, які:

поширюють медіа рекламного характеру;

поширюють медіа еротичного характеру;

засновані в Україні міжнародними організаціями або за участю юридичних чи фізичних осіб інших держав, осіб без громадянства;

поширюють медіа, в яких понад 50 відсотків загального обсягу випуску становлять матеріали іноземних медіа.

Норми соціального захисту відповідно до цього Закону застосовуються до журналістів і в межах, визначених його окремими статтями, прирівняних до них інших творчих працівників зазначених суб'єктів у сфері медіа.

Забезпечення реалізації норм цього Закону, зокрема визначення порядку регулювання та надання державної підтримки суб'єктам у сфері медіа, запровадження із зазначеною метою відповідних тарифів, створення сприятливих умов розвитку,

запровадження методики і порядку регулювання заробітної плати, охорони праці і соціального захисту журналістів, здійснення інших заходів, покладається на Кабінет Міністрів України.

Державна адресна підтримка надається виключно суб'єктам у сфері медіа, які поширюють медіа для дітей та юнацтва, для осіб з інвалідністю, спеціалізовані наукові друковані медіа, що видаються науковими установами та закладами вищої освіти, медіа, які цілеспрямовано сприяють розвитку мов та культур національних меншин і корінних народів України, а також друковані медіа літературно-художнього напрямку.

Державна підтримка суб'єкта у сфері медіа припиняється у разі встановлення судом порушень відповідним суб'єктом вимог Конституції України, фактів зловживання свободою діяльності медіа, що заподіює матеріальну і моральну шкоду юридичним і фізичним особам. Відновлення державної підтримки можливе лише після виконання судового рішення у повному обсязі та не раніше ніж через рік після її припинення.

Державна підтримка суб'єктів у сфері медіа здійснюється шляхом протекціоністської політики зниження споживчої вартості інформаційної продукції, включаючи податкове, тарифне, митне, валютне та господарське регулювання, відшкодування збитків, подання фінансової допомоги.

Необхідні для фінансової допомоги кошти визначаються в Державному бюджеті України окремим рядком і обслуговуються центральним органом виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері казначейського обслуговування бюджетних коштів.

Визначені для фінансової допомоги кошти використовуються з метою надання:

фінансової допомоги суб'єктам у сфері медіа, визначеним статтею 3 цього Закону;

економічної підтримки телерадіоцентрам та поліграфічним підприємствам і підприємствам зв'язку відповідно до вимог статті 2 цього Закону.

Розподіл коштів, зазначених у частині другій цієї статті, здійснюється Кабінетом Міністрів України.

Від податку на додану вартість звільняються відповідно до Податкового кодексу України операції з продажу (передплати) і

доставки (на всіх її етапах - від редакції до передплатника) друкованих медіа вітчизняного виробництва.

Пільгове оподаткування суб'єктів у сфері медіа застосовується відповідно до Податкового кодексу України.

Державні та комунальні суб'єкти у сфері аудіовізуальних медіа, суб'єкти у сфері друкованих медіа, засновані об'єднаннями громадян, державними науково-дослідними установами, навчальними закладами, трудовими і журналістськими колективами, підприємства зв'язку, що їх розповсюджують, користуються орендою та послугами поштового, телеграфного і телефонного зв'язку в порядку та за тарифами, встановленими для бюджетних організацій.

Тариф на оформлення передплати та доставку передплатникам друкованих медіа має становити не більше 40 відсотків собівартості виготовлення одного примірника передплатного друкованого медіа.

На території Донецької та Луганської областей, де органи державної влади України здійснюють свої повноваження, встановлюються окремі тарифи на приймання та доставку вітчизняних друкованих медіа за передплатою, що доставляються на території цих областей.

Підставами застосування окремих і особливих норм соціального захисту журналістів є такі специфічні риси та умови журналістської діяльності:

творчий характер, інтенсивність інтелектуальної праці, її нерегульована тривалість за умов жорсткої регламентації редакційного і технологічного циклу підготовки та випуску видань і програм;

суспільно впливове за наслідками значення роботи, висока соціальна відповідальність за свою працю та її результати;

постійно значне морально-психологічне навантаження і напруженість, виконання службових обов'язків і реалізація творчих планів у стресових ситуаціях;

систематичне перебування у відрядженнях та роз'їздах, включаючи відрядження до місць надзвичайних подій, професійна творча діяльність в екстремальних умовах, виконання спеціальних завдань з ризиком для здоров'я і життя;

необхідність здійснювати власний творчий пошук нової потрібної інформації та її джерел, наявність об'єктивних і суб'єктивних труднощів та перешкод у добуванні інформації; прояви морально-психологічного тиску, погрози та безпосередні загрозові дії проти журналіста у зв'язку з виконанням ним службових обов'язків.

Стаж роботи журналіста в державних та комунальних суб'єктах у сфері медіа зараховується до стажу державної служби, а стаж державної служби зараховується до стажу роботи журналіста в державному або комунальному суб'єкті у сфері медіа.

Охорона праці журналістів здійснюється за визначеними законодавством України правовими, соціально-економічними, організаційно-технічними, санітарно-гігієнічними та лікувально-профілактичними нормами.

Журналістам гарантуються права на охорону праці, пільги та компенсації за роботу із важкими та шкідливими умовами праці, на медичні огляди, соціальне страхування, на всебічне розслідування нещасних випадків, смерті і шкоди, завданої здоров'ю при виконанні службових обов'язків, та права на відповідні відшкодування на підставі і за нормами Закону України "Про охорону праці" при обов'язковому врахуванні в колективних договорах особливих і специфічних рис журналістської діяльності та запровадженні відповідних заходів.

Журналісти мають право на щорічну відпустку тривалістю 36 календарних днів та санаторно-курортне лікування за рахунок коштів суб'єктів у сфері медіа.

Відшкодування, заохочення і пільги журналістам, які виконують (виконували) службові обов'язки в небезпечних для життя та здоров'я умовах, забезпечуються суб'єктами у сфері медіа.

Заробітна плата журналістів регулюється законодавством України з урахуванням специфічних рис та умов журналістської діяльності, визначених статтею 12 цього Закону.

До заробітної плати журналіста включаються посадовий оклад, встановлені нормативними актами надбавки, доплати, авторський гонорар, премії.

Розмір заробітної плати журналіста визначається галузевими та регіональними угодами з профспілками, колективними договорами з урахуванням джерел фінансування на підставі законів, інших нормативно-правових актів України.

Заробітна плата керівника суб'єкта у сфері аудіовізуальних медіа не може бути нижчою від заробітної плати заступника керівника державного органу, який є засновником (співзасновником) цього суб'єкта. У разі якщо засновником (співзасновником) суб'єкта у сфері аудіовізуальних медіа є орган виконавчої влади чи орган місцевого самоврядування, заробітна плата керівника такого суб'єкта не може бути нижчою від заробітної плати заступника керівника секретаріату (апарату) відповідного органу виконавчої влади чи органу місцевого самоврядування. У разі відсутності посади заступника керівника секретаріату (апарату) відповідного органу виконавчої влади чи органу місцевого самоврядування заробітна плата керівника суб'єкта у сфері аудіовізуальних медіа не може бути нижчою від заробітної плати керівника секретаріату (апарату) державного органу, який є засновником (співзасновником) такого суб'єкта.

Прирівняння розміру заробітної плати журналіста державного або комунального суб'єкта у сфері медіа до середньої заробітної плати працівника відповідної кваліфікації та посадового рівня державного органу чи органу місцевого самоврядування, який є засновником (співзасновником) такого суб'єкта, здійснюється за методикою та в порядку, визначеними Кабінетом Міністрів України.

Суб'єкти у сфері медіа можуть відряджати журналістів для виконання професійних завдань у місця надзвичайних подій за умов гарантування відшкодувань, обов'язкових виплат і пільг, передбачених статтею 13 цього Закону, інших відшкодувань і виплат відповідно до законодавства про охорону праці та соціальний захист громадян.

До журналістів для цілей цієї статті, статей 12 і 13 цього Закону прирівнюються кіно- і телеоператори, режисери та інші працівники суб'єктів у сфері медіа, якщо вони за необхідності входять до складу відряджених творчих груп.

У разі неможливості забезпечення визначених на такі випадки гарантій суб'єкти у сфері медіа не мають права відряджати працівників у місця надзвичайних подій без їхньої згоди.

Суб'єкти у сфері медіа зобов'язані забезпечувати відряджених журналістів належними документами, знаковими, сигнальними та іншими засобами позначення особи представника медіа.

Працюючи в місцях збройних конфліктів, вчинення терористичних актів, при ліквідації небезпечних кримінально протиправних груп, журналіст (учасник творчої групи) зобов'язаний дотримувати вимог щодо нерозголошення планів спеціальних підрозділів, відомостей, що є таємницею досудового розслідування, не допускати фактичної пропаганди дій терористів та інших кримінально протиправних груп, їхніх вчинків і заяв, спеціально інспірованих для медіа, не виступати в ролі арбітра, не втручатися в інцидент, не створювати штучної психологічної напруги в суспільстві.

За порушення цих вимог журналіст (учасник творчої групи) несе відповідальність відповідно до законодавства України.

Суб'єкти у сфері медіа зобов'язані забезпечувати журналістів та інших працівників на період їх відрядження в райони ведення воєнних (бойових) дій та/або на тимчасово окуповані території України засобами, призначеними для захисту від уражень вогнепальною зброєю, осколкових уражень, а також медичними аптечками.

Суб'єкти у сфері медіа за рахунок своїх коштів або за рахунок будь-яких інших не заборонених законом джерел зобов'язані забезпечити страхування життя, здоров'я, працездатності журналістів та інших працівників від нещасного випадку за класом страхування 1, визначеним статтею 4 Закону України "Про страхування", на період їх відрядження в райони ведення воєнних (бойових) дій та/або на тимчасово окуповані території України.

Порядок та умови такого страхування визначаються центральним органом виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сфері медіа, інформаційній та видавничій сфері, за погодженням з Національним банком України.

У разі поранення, контузії, каліцтва, одержаних під час виконання службових обов'язків у місцях надзвичайних подій, журналіст або прирівняний до нього працівник має право на призначення дострокової пенсії за віком відповідно до Закону України "Про загальнообов'язкове державне пенсійне страхування", але не раніше ніж за п'ять років до досягнення чоловіками - 60 років, жінками - 55 років, за наявності страхового стажу не менше 25 років - для чоловіків і не менше 20 років - для жінок.

З метою створення сприятливих умов для плідної творчої діяльності членам всеукраїнських професійних творчих об'єднань журналістів надається право на додаткову жилу площу у вигляді окремої кімнати або в розмірі десяти квадратних метрів понад норму жилої площі в державному та комунальному житловому фонді.

Засновники (співзасновники) державних та комунальних суб'єктів у сфері медіа для виконання журналістами службових обов'язків забезпечують за свій рахунок їх безплатний проїзд міським та приміським транспортом (крім таксі).

Журналісти, які живуть і працюють у сільській місцевості, селищах міського типу, безплатно користуються житлом, опаленням і освітленням відповідно до законодавства - через систему державних субсидій на утримання цього житла та оплати зазначених комунальних послуг.

Суб'єктом у сфері медіа у разі смерті журналіста його сім'ї надаються матеріальна допомога та допомога в організації похорону. Витрати на похорон журналіста, який загинув при виконанні службових обов'язків, ритуальні послуги, спорудження надгробка здійснюються у повному обсязі за рахунок коштів суб'єкта у сфері медіа.

У разі загибелі (смерті) журналіста під час виконання ним професійних обов'язків членам сім'ї загиблого (померлого), а в разі відсутності сім'ї - його батькам та утриманцям з державного бюджету виплачується одноразова грошова допомога в розмірі 100 прожиткових мінімумів, встановлених законом для працездатних осіб на час виплати цієї суми, у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України.

У разі поранення (контузії, травми або каліцтва), заподіяного журналісту під час виконання ним професійних обов'язків, йому виплачується з державного бюджету одноразова грошова допомога в розмірі 50 прожиткових мінімумів, встановлених законом для працездатних осіб на час виплати цієї суми, у порядку, визначеному Кабінетом Міністрів України.

Невиконання посадовими особами та іншими працівниками державної влади і органів місцевого самоврядування норм цього Закону, інших законодавчих актів, зазначених у ньому, тягне за собою кримінальну, адміністративну, дисциплінарну або іншу відповідальність відповідно до законодавства України.

10.4. Захист журналістських джерел

Право на захист журналістських джерел є однією з основоположних умов свободи преси.

Від журналіста не можна вимагати чи в інший спосіб отримувати (обшук, виймка) документи, які можуть встановити особу, що надала інформацію.

Журналіст не розкриває своїх джерел інформації, окрім випадків, передбачених законодавством України.

10.5. Відповідальність за посягання на життя і здоров'я журналіста

Кримінальний кодекс України містить статтю 348-1 «Посягання на життя журналіста», яка передбачає, що вбивство або замах на вбивство журналіста, його близьких карається позбавленням волі на строк від дев'яти до п'ятнадцяти років або довічним позбавленням волі.

Стаття 171 КК України «Перешкоджання законній професійній діяльності журналістів» передбачає покарання у вигляді штрафу, пробачійного нагляду або обмеження волі.

У 2024 році суди переважно обмежувались умовними покараннями та штрафами за злочини проти журналістів.

10.6. Рішення Європейського суду з прав людини щодо свободи вираження поглядів

Кількість звернень українських журналістів до ЄСПЛ з метою захисту права на свободу вираження поглядів зростає.

ЄСПЛ визнає інтернет важливою платформою для здійснення свободи вираження поглядів.

Суд підтверджує, що захист журналістських джерел є важливою передумовою для здатності преси подавати точну та надійну інформацію з питань, що становлять суспільний інтерес.

Обмеження свободи вираження поглядів повинно бути пропорційним та необхідним у демократичному суспільстві.

Ключові справи та встановлені ними принципи:

1. Загальні принципи та "межі оцінки"

Nandyside v. United Kingdom (1976): Це одна з перших знакових справ, яка встановила принцип "меж оцінки" (*margin of appreciation*), що надає державам певну свободу розсуду у визначенні обмежень свободи вираження поглядів, виходячи з

місцевих "вимог моралі". Суд визначив, що свобода вираження поглядів є однією з "суттєвих засад демократичного суспільства".

2. Захист журналістів та політична критика

Lingens v. Austria (1986): Це рішення має вирішальне значення для захисту журналістів. ЄСПЛ постановив, що політики та інші публічні діячі повинні толерувати вищий ступінь критики, ніж приватні особи, через їхнє становище в демократичному суспільстві. Суд розрізняє факти (правдивість яких можна довести) та оціночні судження (які не підлягають доведенню правдивості і захищаються, якщо не є необґрунтованими).

3. Баланс інтересів та втручання держави

ЄСПЛ використовує так званий "трискладовий тест" (*three-part test*) для визначення того, чи було втручання в свободу вираження поглядів правомірним: втручання має бути:

"передбачене законом" (*prescribed by law*);

переслідувати "легітимну мету" (наприклад, захист репутації, моралі, національної безпеки);

бути "необхідним у демократичному суспільстві" (*necessary in a democratic society*), тобто пропорційним переслідуваній меті.

4. Відповідальність посередників (інтернет-платформ)

Delfi AS v. Estonia (2015): У цій справі Суд розглянув питання відповідальності онлайн-медіа за коментарі користувачів. ЄСПЛ визнав, що покладення відповідальності на новинний портал за образливі коментарі третіх осіб (у цій справі – заклики до насильства та мова ворожнечі) може бути виправданим. Це рішення підкреслило необхідність для інтернет-платформ вживати заходів для запобігання поширенню незаконного контенту.

5. Мова ворожнечі та зловживання правами

Стаття 17 Конвенції (Заборона зловживання правами): ЄСПЛ послідовно застосовує статтю 17, щоб виключити з-під захисту статті 10 певні види висловлювань, зокрема мову ворожнечі (*hate speech*), заклики до насильства, расову дискримінацію або висловлювання, що заперечують злочини проти людяності. Такі заяви не вважаються захищеними правами, оскільки вони спрямовані на знищення прав і свобод інших осіб.

Практика ЄСПЛ постійно розвивається, адаптуючись до нових викликів, таких як соціальні мережі та цифрові технології, але вищезгадані справи формують основу підходу Суду до свободи вираження поглядів.

ЛЕКЦІЯ 11. АВТОРСЬКЕ ПРАВО В МАС-МЕДІА

ПЛАН

- 11.1. Об'єкти та суб'єкти авторського права.
- 11.2. Виникнення і реєстрація авторського права.
- 11.3. Особисті немайнові і майнові права авторів.
- 11.4. Вільне використання творів.
- 11.5. Дотримання авторського права в діяльності медіа та в інтернеті.
- 11.6. Суміжні права.
- 11.7. Відповідальність за порушення авторських і суміжних прав.

11.1. Об'єкти та суб'єкти авторського права

Об'єктами авторського права в Україні є **твори у галузі науки, літератури та мистецтва**, а суб'єктами - **автори** цих творів, їх **спадкоємці** та інші особи, яким передано майнові права.

Об'єкти авторського права

Об'єктами авторського права є результати творчої діяльності людини, виражені в об'єктивній формі. Перелік, визначений у Законі України «Про авторське право і суміжні права» та Цивільному кодексі України, не є вичерпним.

Основні категорії об'єктів включають:

- **Літературні твори:** книги, брошури, статті, поеми та інші письмові твори белетристичного, публіцистичного, наукового, технічного або іншого характеру.
- **Усні твори:** лекції, промови, проповіді, доповіді.
- **Музичні твори:** з текстом або без тексту.
- **Драматичні та музично-драматичні твори:** хореографічні твори, пантоміми та інші сценічні твори.
- **Аудіовізуальні твори:** фільми, відеограми.
- **Твори образотворчого мистецтва:** картини, малюнки, скульптури, фотографії, ілюстрації, креслення, ескізи.
- **Твори архітектури та містобудування:** плани, проекти, зображення, моделі та збудовані об'єкти.
- **Комп'ютерні програми та бази даних:** охороняються як літературні твори.

- **Переклади, адаптації, аранжування та інші переробки** існуючих творів.

Суб'єкти авторського права

Суб'єктами авторського права визнаються фізичні та юридичні особи, яким належать особисті немайнові та/або майнові права на твір.

- **Первинний суб'єкт (Автор):** Фізична особа, творчою працею якої створено твір. Авторство є невід'ємним і невідчужуваним правом.
- **Співавтори:** Дві або більше фізичних осіб, які спільною творчою працею створили один твір.
- **Спадкоємці автора:** Особи, до яких переходять майнові авторські права після смерті автора. Особисті немайнові права (наприклад, право на ім'я) не спадкуються.
- **Інші правонаступники:** Фізичні або юридичні особи, яким автори чи їх спадкоємці передали майнові права на твір на підставі договору або закону (наприклад, видавництва, продюсери). Вони є суб'єктами авторського права в межах набутих прав.

11.2. Виникнення і реєстрація авторського права

Виникнення та реєстрація авторського права в Україні регулюється Законом України «Про авторське право і суміжні права». Ключовою особливістю українського законодавства, що відповідає міжнародним нормам, є те, що права на твір виникають автоматично.

Виникнення авторського права

Авторське право виникає внаслідок факту створення твору.

- **Момент виникнення:** Правова охорона надається твору з моменту його **первинного об'єктивного вираження** (наприклад, твір записано на папері, збережено у цифровому форматі, виконано у вигляді скульптури, записано на аудіоносій тощо).
- **Не потребує формальностей:** Для виникнення та здійснення авторського права **не вимагається** виконання жодних формальностей — зокрема, реєстрації чи використання знаку охорони авторського права.
- **Презумпція авторства:** Особа, зазначена як автор на оригіналі або примірнику твору (наприклад, на обкладинці

книги, у титрах фільму), вважається автором, якщо не доведено інше.

Реєстрація авторського права

Реєстрація авторського права в Україні є **добровільною** процедурою. Вона не створює саме право, а лише офіційно засвідчує його існування та належність конкретній особі на певну дату.

Навіщо потрібна реєстрація?

Реєстрація надає власнику прав офіційний документ — **Свідоцтво про реєстрацію авторського права на твір**. Це свідоцтво використовується як доказ:

1. **Належності майнових прав:** Свідоцтво підтверджує, що саме ви є власником прав на зазначений твір.
2. **Дати створення твору:** Фіксується дата, коли держава офіційно прийняла інформацію про ваш твір, що є важливим при виникненні спорів про пріоритет.
3. **Підсилення доказової бази:** У разі порушення ваших прав (плагіат, незаконне використання), свідоцтво значно полегшує захист інтересів у суді чи інших органах.

Як відбувається реєстрація?

Процедуру реєстрації здійснює державна установа — Національний орган інтелектуальної власності (НОІВ), функції якого виконує **Український національний офіс інтелектуальної власності та інновацій (УКРНОІВІ)**.

1. **Подача заявки:** Автор або правовласник подає до УКРНОІВІ пакет документів (заява, примірник твору, документ про сплату зборів).
2. **Експертиза:** Орган проводить формальну експертизу документів (не перевіряє зміст твору на оригінальність чи новизну).
3. **Видача свідоцтва:** За умови відповідності формальним вимогам, дані вносяться до Державного реєстру, і заявнику видається свідоцтво.

Отже: Авторське право виникає автоматично в момент створення твору, але для посилення юридичного захисту та надання офіційного доказу дати і авторства рекомендується пройти процедуру добровільної реєстрації в УКРНОІВІ.

11.3. Особисті немайнові і майнові права авторів

Особисті немайнові та майнові права авторів становлять основу змісту авторського права. Ці дві категорії прав взаємодоповнюють одна одну, але мають принципові відмінності щодо можливості їх передачі іншим особам. Ці права визначені статтями Закону України «Про авторське право і суміжні права».

Особисті немайнові права автора

Ці права не пов'язані з отриманням матеріальної вигоди і належать автору **довічно та невідчужувано**. Їх не можна передати, продати або відмовитися від них. Навіть після смерті автора ці права продовжують охоронятися законом, хоча їх захист можуть здійснювати спадкоємці.

Основні особисті немайнові права включають:

- **Право на визнання авторства (право авторства):** Право вимагати визнання себе автором твору. Це фундаментальне право.
- **Право на ім'я:** Право дозволяти або забороняти використання свого імені (справжнього імені, псевдоніма або анонімно) у зв'язку з використанням твору.
- **Право на недоторканність твору (право на цілісність):** Право перешкоджати будь-якому перекрученню, спотворенню чи іншій зміні твору, що може зашкодити честі та репутації автора.
- **Право на оприлюднення (введення твору в цивільний обіг):** Виключне право вперше опублікувати або іншим чином зробити твір доступним для публіки.
- **Право відкликання:** Право відмовитися від раніше прийнятого рішення про оприлюднення твору, за умови відшкодування збитків користувачам. (Це право рідко застосовується на практиці).

Майнові права автора

Ці права безпосередньо пов'язані з можливістю використання твору для отримання матеріальної (майнової) вигоди. Вони є **відчужуваними**, тобто автор може передати їх іншим фізичним або юридичним особам на підставі відповідного договору (ліцензії або договору про відчуження виключних майнових прав).

Передача майнових прав не означає передачу особистих немайнових прав.

До майнових прав належать виключні права на використання твору в будь-якій формі та будь-яким способом, зокрема:

- **Право на використання:** Дозволяти або забороняти використання твору іншими особами.
- **Право на відтворення:** Виготовлення копій твору (друкування книги, запис музики на диск, копіювання програмного коду).
- **Право на розповсюдження:** Продаж, здавання в найм, прокат, лізинг чи інша форма відчуження оригіналів або копій твору.
- **Право на імпорт:** Імпорт примірників твору з-за кордону.
- **Право на публічну демонстрацію та публічне сповіщення:** Показ фільму в кінотеатрі, трансляція музики по радіо чи телебаченню, виконання п'єси на сцені.
- **Право на переробку, адаптацію, аранжування:** Створення похідних творів (наприклад, переклад книги, створення екранізації).
- **Право на здавання в майновий найм (прокат):** Надання оригіналу або примірників аудіовізуальних творів, комп'ютерних програм, фонограм для комерційного прокату.
- **Право доступу та слідування:** В окремих випадках (твори образотворчого мистецтва) автор має право доступу до свого твору та право на отримання відсотка від кожного наступного продажу (право слідування).

Майнові права діють протягом життя автора і **70 років після його смерті**. Після цього терміну твір стає суспільним надбанням.

11.4. Вільне використання творів

Вільне використання творів передбачає можливість використання захищених об'єктів без згоди автора (чи іншого суб'єкта авторського права) та без виплати винагороди, але з обов'язковим зазначенням імені автора і джерела запозичення.

Закон України «Про авторське право і суміжні права» визначає вичерпний перелік випадків такого використання, зокрема цитування, використання в освітніх цілях, виготовлення копій для людей з інвалідністю із сприйняття друкованої інформації.

Для медіа це актуально при цитуванні матеріалів інших ЗМІ з посиланням на джерело.

У всіх випадках вільного використання творів обов'язковим є дотримання таких умов:

1. **Зазначення імені автора:** Якщо це можливо, має бути вказано ім'я автора твору.
2. **Зазначення джерела запозичення:** Необхідно вказати джерело, звідки було взято твір.
3. **Дотримання особистих немайнових прав:** Неприпустимо спотворювати твір або порушувати право автора на цілісність твору.
4. **Відповідність меті:** Обсяг використання має відповідати конкретній правомірній меті (наприклад, навчання, цитування, інформування).
5. **Відсутність комерційної мети (у більшості випадків):** Багато винятків стосуються некомерційного використання.

Основні випадки вільного використання

Законодавство України (зокрема, статті 444 ЦК України та відповідні статті Закону про авторське право) допускає вільне використання в таких цілях:

- **Цитування:** Дозволяється використання цитат (коротких уривків) із правомірно опублікованих творів в обсязі, виправданому метою цитування (науковою, критичною, інформаційною), включаючи використання як ілюстрацій у виданнях чи передачах для навчання.
- **Використання у навчанні та дослідженнях:** Репрографічне (фотокопіювання, сканування) відтворення статей, невеликих творів або уривків з них освітніми закладами для аудиторних занять, якщо це не має комерційної мети.
- **Відтворення для особистих потреб:** Фізичні особи можуть відтворювати твори (наприклад, робити копії для себе), але виключно в особистих цілях або для кола сім'ї, без мети отримання прибутку.
- **Інформаційне використання:** Використання правомірно оприлюднених творів для висвітлення поточних подій у засобах масової інформації (наприклад, огляд преси, цитування промов, публічні виступи).
- **Використання в інтересах людей з інвалідністю:** Створення копій творів у форматах, доступних для сприйняття особами з обмеженими можливостями (наприклад, шрифт Брайля, аудіоформати).

- **Використання бібліотеками та архівами:** Дозволяється виготовлення єдиного примірника твору бібліотеками або архівами для цілей збереження фондів або відновлення втрачених примірників.

Важливо пам'ятати, що ці винятки не є безмежними і не повинні завдавати невинуватеної шкоди нормальному використанню твору чи необгрунтовано обмежувати законні інтереси автора.

11.5. Дотримання авторського права в діяльності медіа та в інтернеті

Дотримання авторського права в діяльності медіа (ЗМІ) та в Інтернеті є критично важливим, оскільки ці сфери пов'язані з постійним використанням великої кількості контенту (текстів, фото, відео, музики). Порушення авторських прав може призвести до значних штрафів, судових позовів та репутаційних втрат.

Дотримання авторського права в діяльності медіа (ЗМІ)

Медіа мають право використовувати чужий контент, але повинні робити це в рамках закону, використовуючи механізми ліцензування або покладаючись на випадки **вільного використання**.

Ключові аспекти для ЗМІ:

1. Цитування та інформаційні винятки:

1. ЗМІ мають право на **вільне використання** цитат з опублікованих творів, статей, промов, але лише в обсязі, виправданому інформаційною метою (наприклад, для огляду преси або критики).
2. **Обов'язкове зазначення джерела та автора:** При цитуванні або використанні новинних фактів необхідно завжди вказувати, звідки була взята інформація та хто її автор.
3. **Не можна видавати чужий контент за свій:** Передрук цілої статті або фотографії без дозволу автора — це пряме порушення.

2. Фотографії та зображення:

1. Використання фотографій, знайдених в Інтернеті, майже завжди вимагає дозволу або купівлі ліцензії (наприклад, на фотостоках).
2. Виняток: використання зображень, які поширюються за ліцензіями **Creative Commons** (з обов'язковим дотриманням умов

конкретної ліцензії) або тих, що перебувають у **суспільному надбанні**.

3. **Музика та відео:**

1. Телерадіокомпанії, що використовують музику, зазвичай укладають договори з **організаціями колективного управління (ОКУ)**, які збирають і розподіляють роялті авторам за публічне використання їхніх творів.

2. Трансляція чужих відеороликів (наприклад, з YouTube) без прямого дозволу правовласника є порушенням.

Дотримання авторського права в Інтернеті

Інтернет-середовище має свої особливості, але загальні закони про авторське право діють і тут.

Ключові аспекти для інтернет-користувачів та платформ:

1. **Принцип "Embed" (Вбудовування):**

1. Вбудовування відео з YouTube або постів із соціальних мереж (Facebook, Instagram, X) через офіційні функції платформи зазвичай не вважається порушенням авторського права, оскільки контент фізично не копіюється на ваш ресурс, а лише відображається з оригінального джерела. Самі платформи передбачають таку форму використання у своїх умовах обслуговування.

2. **Використання соціальних мереж:**

1. Завантажуючи контент у соціальну мережу, ви, як правило, надаєте платформі широку ліцензію на його використання (показ, поширення), але не відмовляєтеся від свого авторства.

2. Поширення (репост) чужого контенту в межах функціоналу соцмережі також зазвичай дозволено правилами платформи.

3. **Відповідальність провайдерів та хостингів (DMCA в міжнародній практиці):**

1. В Україні, як і в багатьох інших країнах, діє механізм, що дозволяє правовласникам вимагати від інтернет-провайдерів та хостингів видалити контент, який порушує авторські права (Закон України «Про авторське право і суміжні права», Стаття 55). Якщо власник сайту чи хостинг швидко реагує на обґрунтовану скаргу (Notice and Takedown procedure), він може уникнути відповідальності за дії своїх користувачів.

4. **Ліцензії Creative Commons (CC):**

1. Пошук контенту з ліцензією CC (наприклад, на Wikimedia Commons або Flickr) дозволяє його легальне використання за умови

дотримання зазначених автором умов (наприклад, обов'язкове зазначення автора, заборона комерційного використання тощо). Дотримання авторського права вимагає постійної уваги до джерела контенту, перевірки умов його використання та, у більшості випадків, отримання прямого дозволу або використання офіційних механізмів ліцензування.

11.6. Суміжні права

Суміжні права (related rights) — це окрема категорія прав інтелектуальної власності, яка, хоча і "суміжна" з авторським правом, захищає не сам оригінальний твір, а **результати виконавської діяльності, записи (фонограми/відеограми) та організацію мовлення**.

Суміжні права забезпечують правову охорону тим особам, які роблять твори доступними для широкої публіки, інтерпретують їх або організують їх розповсюдження.

Суб'єкти суміжних прав

На відміну від автора (який є суб'єктом авторського права), суб'єктами суміжних прав є:

1. **Виконавці:** Актори, співаки, музиканти, диригенти, танцюристи — особи, які виконують літературний, драматичний, музичний твір або твір іншого виду.
2. **Виробники фонограм:** Фізичні або юридичні особи, які беруть на себе ініціативу та відповідальність за перший звуковий запис виконання або інших звуків.
3. **Виробники відеограм:** Фізичні або юридичні особи, які беруть на себе ініціативу та відповідальність за перший запис рухомих зображень (з звуком або без нього).
4. **Організації мовлення (телерадіоорганізації):** Юридичні особи, які здійснюють трансляцію (передачу) програм (власних або чужих) в ефір чи по кабелю.

Об'єкти суміжних прав

Об'єктами захисту суміжних прав є:

- **Виконання:** Живе виконання музичних творів, театральних постановок, пісень тощо.
- **Фонограми:** Записи звуків виконання або інших звуків (наприклад, музичні альбоми, аудіокниги).
- **Відеограми:** Записи аудіовізуальних творів (наприклад, фільми, телевізійні шоу, кліпи).

- **Програми організацій мовлення (трансляції):** Ефіри радіо- та телепрограм.

Термін дії суміжних прав

Суміжні права мають обмежений термін дії, який відрізняється від авторського права (життя автора + 70 років).

- **Права виконавців:** Діють протягом **50 років** від дати першого виконання.
- **Права виробників фонограм і відеограм:** Діють протягом **50 років** від дати першого запису або першого оприлюднення.
- **Права організацій мовлення:** Діють протягом **50 років** від дати першої трансляції їхньої програми.

Після закінчення цього терміну об'єкти суміжних прав переходять у суспільне надбання.

Відмінності від авторського права

Головна відмінність полягає в тому, що авторське право захищає **оригінальну творчу ідею, виражену в творі** (наприклад, саму музичну партитуру чи текст пісні), тоді як суміжні права захищають **інтерпретацію, технічний запис чи спосіб доведення цього твору до публіки** (наприклад, конкретне виконання цієї пісні відомим співаком, записане на комерційній CD-диск).

Суміжні права не можуть порушувати авторські права: використання виконання, фонограми чи трансляції можливе лише за умови дотримання прав автора оригінального твору. Детальніше про ці норми можна дізнатися в Законі України «Про авторське право і суміжні права».

11.7. Відповідальність за порушення авторських і суміжних прав

Відповідальність за порушення авторських і суміжних прав в Україні є серйозною і передбачає застосування різних видів санкцій: **цивільно-правових, адміністративних та кримінальних.**

Механізми захисту та види відповідальності визначені у Цивільному кодексі України (глава 75), Законі України «Про авторське право і суміжні права» (стаття 52), Кодексі України про адміністративні правопорушення та Кримінальному кодексі України.

1. Цивільно-правова відповідальність

Це найбільш поширений вид відповідальності, спрямований на відновлення порушених прав та компенсацію збитків правовласника. Порушник несе майнову відповідальність перед правовласником.

Основні заходи захисту в суді:

- **Відшкодування збитків:** Власник прав може вимагати відшкодування реальних збитків (втраченої вигоди), яких він зазнав внаслідок порушення.
- **Стягнення доходу:** Замість збитків правовласник може вимагати стягнення доходу, отриманого порушником внаслідок незаконного використання об'єкта права інтелектуальної власності.
- **Виплата компенсації:** Це найчастіше застосовуваний варіант. Компенсація виплачується замість доведення розміру збитків або доходу. Її розмір визначає суд, як правило, у фіксованій сумі, виходячи з обсягу порушення та вини відповідача.
- **Інші заходи:** Суд може прийняти рішення про вилучення та знищення контрафактних примірників творів/фонограм, обладнання для їх виготовлення, а також про публікацію рішення суду з метою відновлення репутації позивача.

2. Адміністративна відповідальність

Адміністративна відповідальність застосовується за невеликі, але умисні порушення, і передбачає накладення штрафів.

Стаття 51-2 Кодексу України про адміністративні правопорушення ("Порушення прав на об'єкт права інтелектуальної власності"):

- **Санкції:** Незаконне використання об'єкта авторського права або суміжних прав тягне за собою накладення **штрафу** на громадян від 510 до 1700 гривень, а на посадових осіб — від 1700 до 3400 гривень.
- **Додаткові санкції:** Обов'язкова **конфіскація** незаконно виготовленої продукції та обладнання, що використовувалося для її виготовлення.

3. Кримінальна відповідальність

Кримінальна відповідальність настає за найбільш серйозні порушення — у разі, якщо дії завдали **значної матеріальної шкоди** правовласнику або були вчинені повторно чи за попередньою змовою групою осіб.

Стаття 176 Кримінального кодексу України ("Порушення авторського права і суміжних прав"):

• Види покарань:

- **Штраф:** Основне покарання, розмір якого залежить від розміру завданої шкоди (від 300 до 1000 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян).
- **Виправні роботи** на строк до двох років.
- **Позбавлення волі** на строк до шести років (за особливо тяжких обставин, наприклад, вчинення злочину в особливо великих розмірах або організованою групою).

Захист прав в інтернеті

В інтернеті додатково діє механізм припинення порушень через інтернет-провайдерів та хостинг-провайдерів. Власник прав може надіслати провайдеру офіційну заяву про порушення (Стаття 55 Закону України «Про авторське право і суміжні права»), і провайдер зобов'язаний обмежити доступ до контенту, що порушує права. Це швидкий і ефективний спосіб боротьби з піратством до звернення до суду.

ЛЕКЦІЯ 12. ДИФАМАЦІЯ

ПЛАН

- 12.1. Поняття дифамації.
- 12.2. Дифамаційний делікт і його складові.
- 12.3. Сторони у справах про дифамацію.
- 12.4. Звільнення від відповідальності у справах про дифамацію.

12.1. Поняття дифамації

Дифамація (від лат. diffamatio - обмова, ганьблення) - це поширення про особу недостовірної інформації, яка принижує її честь та гідність, завдає шкоди діловій репутації.

В українському законодавстві термін "дифамація" офіційно не вживається, але він є синонімом до поняття «приниження честі, гідності та ділової репутації», захист яких здійснюється в судовому порядку.

Дифамація є заявою, що посягає на репутацію третьої сторони.

Національна практика, як і практика ЄСПЛ, зводяться до єдиної позиції, що межа допустимої критики щодо політичного діяча чи іншої публічної особи є значно ширшою, ніж окремої пересічної особи.

Одним з основних видів відповідальності за помилки в роботі журналіста є цивільно-правова відповідальність у вигляді компенсації заподіяної моральної та майнової (матеріальної) шкоди. Причому найчастіше така відповідальність настає через поширення недостовірної інформації або інформації з обмеженим доступом, що завдає шкоди честі, гідності й діловій репутації особи (дифамації).

Частина четверта статті 32 Конституції України визначає, що кожному гарантується судовий захист права спростовувати недостовірну інформацію про себе і членів своєї сім'ї та права вимагати вилучення будь-якої інформації, а також право на компенсацію матеріальної і моральної шкоди, завданої збиранням, зберіганням, використанням та поширенням такої недостовірної інформації.

Судова практика з питання компенсації моральної шкоди за дифамацію є досить багатою, і концептуальні підходи, які застосовуються судовими органами під час розгляду таких справ, переважно залишаються незмінними. Зокрема, ці підходи й принципи викладено в Постанові Пленуму Верховного Суду України № 4 від 31.03.1995 “Про судову практику в справах про відшкодування моральної (немайнової) шкоди”.

З розвитком мережі Інтернет у судів виникли додаткові питання, зокрема щодо особи, яка має відповідати в разі поширення недостовірної інформації в мережі. Проте суди вже напрацювали практику і щодо цього.

Постанова Пленуму Верховного Суду від 27.02.2009 № 1 “Про судову практику у справах про захист гідності та честі фізичної особи, а також ділової репутації фізичної та юридичної особи” визначає, окрім іншого, що належним відповідачем у разі поширення оспорюваної інформації в мережі Інтернет є автор відповідного інформаційного матеріалу та власник вебсайту. Деякі моменти щодо достовірності інформації в інтернеті були мною розкриті в матеріалі на сайті ІМІ “Інтернет-ЗМІ і відповідальність

за достовірність інформації”. Проте охопити всі аспекти цієї великої і складної теми в одному матеріалі неможливо.

12.2. Дифамаційний делікт і його складові

Для того, щоб притягнути особу до відповідальності за дифамацію, позивач має довести наявність таких елементів:

Факт поширення інформації (публікація, трансляція, усне висловлювання тощо).

Інформація має бути про особу (позивача), яка ініціює позов.

Інформація має бути недостовірною (фальсифікована заява, що претендує бути визнаною фактом).

Інформація має принижувати честь і гідність та/або завдавати шкоди діловій репутації.

Відсутність будь-якого з цих елементів означає неможливість притягнення до відповідальності.

Отже, журналіста і засіб масової інформації, у якому він працює, можуть притягнути до цивільно-правової відповідальності й примусити відшкодувати завданий збиток у таких випадках:

- Поширення недостовірної і неправдивої інформації, тобто матеріалів і повідомлень про факти, події та явища, яких не існувало взагалі або які існували, але інформація про них не відповідає дійсності через неповноту або перекрученість.
- Поширення правдивої інформації, але з обмеженим доступом, зокрема інформації про приватне життя людини, інформації про персональні дані особи тощо.

Вимога компенсації може стосуватися матеріальної (майнової) шкоди, заподіяних збитків або ж немайнової, моральної шкоди.

Матеріальною, майновою шкодою або збитками, відповідно до частини другої статті 22 Цивільного кодексу України, є:

“1) втрати, яких особа зазнала у зв’язку зі знищенням або пошкодженням речі, а також витрати, які особа зробила або мусить зробити для відновлення свого порушеного права (реальні збитки);

2) доходи, які особа могла б реально одержати за звичайних обставин, якби її право не було порушене (упущена вигода)”.

Відповідно, особа, яка вважає, що їй завдали матеріальної шкоди через поширення недостовірної інформації або інформації з обмеженим доступом, має в суді довести наявність такої шкоди і її розмір. Наприклад, якщо внаслідок поширення недостовірної інформації було зірвано підписання контракту, розміром матеріальної шкоди може бути дохід, який мав бути отриманий від виконання контракту.

Моральну шкоду частина друга статті 23 Цивільного кодексу України визначає так:

“2. Моральна шкода полягає:

- 1) у фізичному болю та стражданнях, яких фізична особа зазнала у зв'язку з каліцтвом або іншим ушкодженням здоров'я;*
- 2) у душевних стражданнях, яких фізична особа зазнала у зв'язку з протиправною поведінкою щодо неї самої, членів її сім'ї чи близьких родичів;*
- 3) у душевних стражданнях, яких фізична особа зазнала у зв'язку із знищенням чи пошкодженням її майна;*
- 4) у приниженні честі та гідності фізичної особи, а також ділової репутації фізичної або юридичної особи”.*

Водночас розмір грошової компенсації моральної шкоди визначається судом залежно від характеру правопорушення, глибини фізичних та душевних страждань, погіршення здібностей потерпілого або позбавлення його можливості їхньої реалізації, ступеня вини особи, яка завдала моральної шкоди, якщо провина є підставою для відшкодування, а також з урахуванням інших обставин, які мають істотне значення. Під час визначення розміру відшкодування враховуються вимоги розумності й справедливості.

В Україні не існує офіційних і затверджених відповідними компетентними органами методів і методологій визначення розміру моральної шкоди. Ті розробки, що часом трапляються в мережі Інтернет, є особистими напрацюваннями окремих адвокатів та адвокатських об'єднань і не є джерелами права для суду, не враховуються судами як докази та обґрунтування позовних вимог. Хоча такі методології можуть використовуватися в ролі допоміжного засобу під час визначення розміру моральної шкоди.

Отже, у разі поширення недостовірної інформації або інформації з обмеженим доступом, що принижує честь, гідність,

ділову репутацію особи, на визначення розміру моральної шкоди впливатимуть такі фактори:

1. Наскільки поширена інформація принижує честь і гідність особи, підриває її репутацію. Наприклад, неправдиве повідомлення про скоєння злочину особою (без вироку, який набрав законної сили) завдає більшої шкоди, ніж звичайна негативна інформація про особу.
2. Чи робив журналіст перевірку інформації, яку поширював, чи знав або мав би знати про її недостовірність або обмеженість доступу. Наприклад, якщо він перевіряв отриману інформацію, а тому мав обґрунтовані переконання в її правдивості, – відповідно до частини шостої статті 17 Закону України “Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів”, журналіст та/або засіб масової інформації звільняються від відповідальності за поширення інформації, що не відповідає дійсності, у разі встановлення судом, що журналіст діяв сумлінно та здійснював її перевірку.
3. Яка аудиторія могла побачити оприлюднену інформацію? Рівень заподіяної шкоди залежить від кількості осіб, які могли бачити поширювану інформацію, а також від кола осіб. Зокрема, на розмір впливає – чи могли бачити поширювану інформацію ті, хто в той чи інший спосіб впливає на особу, щодо якої була поширена інформація (роботодавці, близькі родичі тощо).
4. Який статус особи, стосовно якої була поширена інформація. Наприклад, відповідно до частини четвертої статті 17 Закону України “Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів”, у разі розгляду судом спору щодо завданої моральної (немайнової) шкоди між журналістом або засобом масової інформації як відповідачем та політичною партією, виборчим блоком, посадовою особою (посадовими особами) як позивачем суд має право призначити компенсацію моральної (немайнової) шкоди лише за

наявності наміру журналіста чи службових осіб засобу масової інформації. Суд враховує наслідки використання позивачем можливостей позасудового, зокрема досудового, спростування неправдивих відомостей, відстоювання його честі й гідності, ділової репутації та врегулювання спору в цілому. З урахуванням зазначених обставин суд має право відмовити в компенсації моральної шкоди. Також частиною другою статті 31 Закону України “Про інформацію” передбачено, що суб’єкти владних повноважень як позивачі в справах про захист честі, гідності та ділової репутації вправі вимагати в судовому порядку лише спростування недостовірної інформації про себе і не мають права вимагати компенсації моральної (немайнової) шкоди. Це не позбавляє посадових і службових осіб права на захист честі, гідності та ділової репутації в суді.

Під час визначення розміру компенсації моральної шкоди українськими судами враховуються також принципи, встановлені судовою практикою Європейського суду з прав людини, – на підставі Закону України “Про виконання рішень та застосування практики Європейського суду з прав людини”. Зокрема, перелік цих принципів міститься в рішенні Європейського суду з прав людини в справі “Ляшко проти України”:

“41. Суд іще раз наводить такі основоположні принципи в цій сфері:

(a) свобода вираження поглядів є однією з важливих засад демократичного суспільства та однією з базових умов його прогресу та самореалізації кожного. Предмет пункту другого статті 10 застосовується не тільки до “інформації” чи “ідей”, які були отримані зі згоди чи розглядаються як необразливі чи як малозначущі, але й до тих, які можуть образити, шокувати чи непокоїти. Такими є вимоги плюралізму, толерантності та відкритості думок, без чого неможливе “демократичне суспільство”. Як передбачено в статті 10, ця свобода має винятки, які, проте, повинні чітко тлумачитися, та потреба в таких обмеженнях має бути переконливо встановлена (cf., Jersild v. Denmark, рішення від 23 вересня 1994, Series A no. 298, p. 23, n.

31; *Janowski v. Poland* [GC], no. 25716/94, п. 30, ECHR 1999-I; *Nilsen and Johnen v. Norway* [GC], no. 23118/93, п. 43, ECHR 1999-VIII; and *Fuentes Bobo v. Spain*, no. 39293/98, п. 43, 29 лютого 2000).

(b) Преса відіграє важливу роль у демократичному суспільстві. Хоча вона не має переступати певних меж, зокрема щодо захисту репутації та прав інших, а також розголошення конфіденційної інформації, обов'язком преси, проте, є поширення інформації та ідей у спосіб, сумісний із її обов'язком і відповідальністю, щодо всіх питань, що становлять громадський інтерес, включно з питаннями правосуддя (див. *De Haes and Gijssels v. Belgium*, рішення від 24 лютого 1997, Reports 1997-I, pp. 233-34, п. 37 та, *mutatis mutandis*, *Ситрана and Mazare v. Romania* [GC], no. 33348/96, пп. 92-110, ECHR 2004-...). Це не тільки завдання преси – поширювати подібну інформацію та ідеї: суспільство також має право отримувати їх. Інакше чи здатна була б преса відігравати цю життєво важливу роль “вартового пса демократії” (див. *Thorgeir Thorgeirson v. Iceland*, рішення від 25 червня 1992, Series A no. 239, p. 27, п. 63). Стаття 10 захищає не тільки ідеї як такі або висловлену інформацію, а також форму, в якій їх подано (див. *Oberschlick v. Austria* (no. 1), рішення від 23 травня 1991, Series A no. 204, p. 25, п. 57). Свобода журналістських висловлювань також припускає певний ступінь перебільшення чи навіть провокації (див. *Prager and Oberschlick v. Austria*, рішення від 26 квітня 1995, Series A no. 313, p. 19, п. 38, and *Thoma v. Luxemburg*, no. 38432/97, пп. 45 та 46, ECHR 2001-III).

(c) Свобода преси надає громадськості один з найкращих засобів отримання інформації та формування ідей і ставлення до політичних лідерів. Загальніше свобода політичних дебатів перебуває в самому серці побудови демократичного суспільства, що наскрізь пронизує Конвенцію (995_004). Межі припустимої критики, відповідно, ширші, коли йдеться про політика, ніж коли йдеться про пересічного громадянина. На відміну від останнього, кожне слово та дія першого неминуче та свідомо стають об'єктом ретельного вивчення з боку журналістів та громадськості, і, отже, він повинен виявляти вищий ступінь толерантності (див. *Lingens v. Austria*, рішення від 8 липня 1986, Series A no. 103, п. 42).

(d) Межі припустимої критики за певних обставин можуть бути ширшими, коли йдеться про державного службовця, що виконує

свої повноваження, ніж коли йдеться про фізичних осіб. Проте не можна стверджувати, що державні службовці свідомо ретельно обстежують кожне своє слово чи дію тією самою мірою, як це роблять політики, і, отже, до них повинні застосовуватись ті самі механізми, що й до останніх, коли йдеться про критику їхньої діяльності. Державні службовці повинні користуватися громадською довірою в умовах, позбавлених надзвичайного занепокоєння, що зробить вдалим виконання ними своїх завдань. Отже, може постати необхідність у їхньому захисті від образливих словесних нападок під час виконання ними своїх обов'язків (див. *Janowski*, процитоване вище, п. 33, and *Nikula v. Finland*, no. 31611/96, п. 48, ECHR 2002-II).

(e) Навіть більше, має бути зроблене чітке розмежування між констатацією фактів та оціночними судженнями. Тоді як наявність фактів може бути продемонстровано, достовірність оціночних суджень не може бути доведена. Вимогу доводити достовірність оціночних суджень неможливо виконати, вона порушує свободу думки як таку, що є базовою частиною права, гарантованого статтею 19 (див. *Lingens*, cited above, p. 28, п. 46).

(f) Природа та суворість покарання також є факторами, які слід брати до уваги під час визначення пропорційності втручання (cf, *Ceylan v. Turkey [GC]*, no. 23556/94, п. 37, ECHR 1999-IV та *Tammer v. Estonia*, no. 41205/98, п. 69, ECHR 2001-I). Навіть більше, домінуюча позиція, яку посідає Уряд, змушує його зваженіше вдаватися до кримінальних проваджень, зокрема в тих випадках, коли є змога вдатися до інших засобів у відповідь на невинуваті нападки чи критику його противників чи ЗМІ. Однак вжиття на власний розсуд заходів, навіть кримінальних за природою, що покликані належним чином (але не надмірно) реагувати на дифамаційні звинувачення, що позбавлені підстав чи несумлінно сформульовані, залишається правом органів влади відповідної держави як гарантів громадського порядку (див. *Castells v. Spain*, рішення від 23 квітня 1992, Series A no. 236, п. 46)".

12.3. Сторони у справах про дифамацію

Позивачем у справі про дифамацію є фізична або юридична особа, чій честь, гідність або ділова репутація були принижені внаслідок поширення недостовірної інформації.

Відповідачем є особа, яка поширила недостовірну інформацію (автор, редакція медіа, власник онлайн-платформи тощо).

Національні суди враховують практику ЄСПЛ при визначенні розміру компенсації моральної шкоди, завданої дифамацією.

12.4. Звільнення від відповідальності у справах про дифамацію

Щодо поширення інформації з обмеженим доступом стосовно особи існує один виняток, який звільняє журналіста та засіб масової інформації від відповідальності, – це суспільна важливість інформації. Стаття 29 Закону України “Про інформацію” визначає:

“Стаття 29. Поширення суспільно необхідної інформації”

- 1. Інформація з обмеженим доступом може бути поширена, якщо вона є суспільно необхідною, тобто є предметом суспільного інтересу, і право громадськості знати цю інформацію переважає потенційну шкоду від її поширення.*
- 2. Предметом суспільного інтересу вважається інформація, яка свідчить про загрозу державному суверенітету, територіальній цілісності України; забезпечує реалізацію конституційних прав, свобод і обов'язків; свідчить про можливість порушення прав людини, введення громадськості в оману, шкідливі екологічні та інші негативні наслідки діяльності (бездіяльності) фізичних або юридичних осіб тощо”.*

Також законодавство України звільняє від відповідальності за висловлювання оціночних суджень, якщо тільки такі судження не є образою, висловленою в брутальній і принизливій формі. Частинами першою і другою статті 30 Закону України “Про інформацію” передбачено:

“1. Ніхто не може бути притягнутий до відповідальності за висловлення оціночних суджень.

- 2. Оціночними судженнями, за винятком наклепу, є висловлювання, які не містять фактичних даних, критика, оцінка дій, а також висловлювання, що не можуть бути витлумачені як такі, що містять фактичні дані, зокрема з огляду на характер використання мовностилістичних*

засобів (вживання гіпербол, алегорій, сатири). Оціночні судження не підлягають спростуванню та доведенню їх правдивості.

Якщо особа вважає, що оціночні судження або думки принижують її гідність, честь чи ділову репутацію, а також інші особисті немайнові права, вона вправі скористатися наданим їй законодавством правом на відповідь, а також на власне тлумачення справи в тому самому засобі масової інформації з метою обґрунтування безпідставності поширених суджень, надавши їм іншу оцінку. Якщо суб'єктивну думку висловлено в брутальній, принизливій чи непристойній формі, що принижує гідність, честь чи ділову репутацію, на особу, яка таким чином та в такий спосіб висловила думку або оцінку, може бути покладено обов'язок відшкодувати завдану моральну шкоду”.

Тож підбиваючи підсумок, можна зазначити, що для забезпечення журналіста і засобу масової інформації від позовів про компенсацію моральної шкоди за поширення недостовірної інформації або інформації з обмеженим доступом, варто ретельно перевіряти інформацію, зокрема використовуючи декілька різних джерел, мати докази її отримання і не поширювати персональних даних про особу.

Ніхто не може бути притягнутий до відповідальності за висловлення оціночних суджень.

Оціночними судженнями є висловлювання, які не містять фактичних даних, критика, оцінка дій, і вони не підлягають спростуванню та доведенню їх правдивості.

Законодавством передбачені підстави для звільнення від відповідальності, наприклад, якщо інформація була одержана від інформаційних агентств, або є дослівним відтворенням офіційних повідомлень чи публічних виступів посадових осіб.

У 2026 році планується реєстрація законопроекту про протидію SLAPP-позовам (стратегічним позовам проти участі громадськості), що має посилити захист журналістів та активістів від необґрунтованого судового тиску.

ЛЕКЦІЯ 13. ПРИНЦИПИ І СУТЬ РЕКЛАМИ

ПЛАН

- 13.1. Поняття реклами та її різновиди.
- 13.2. Загальні вимоги до реклами.
- 13.3. Обмеження щодо окремих видів товарів та послуг.
- 13.4. Реклама і діти.
- 13.5. Контроль і відповідальність за порушення законодавства про рекламу.

13.1. Поняття реклами та її різновиди

Закон України «Про рекламу» (далі- Закон) визначає засади рекламної діяльності в Україні, регулює відносини, що виникають у процесі виробництва, розповсюдження та споживання реклами.

Наведемо деякі визначення термінів зі ст. 1 Закону:

Внутрішня реклама - реклама, що розміщується всередині будинків, споруд, у тому числі в кінотеатрах і театрах під час, до і після демонстрації кінофільмів та вистав, концертів, а також під час спортивних заходів та спортивних змагань, що проводяться у закритих приміщеннях, крім місць торгівлі (у тому числі буфетів, кіосків, яток), в яких може розміщуватися інформація про товари, що безпосередньо в цих місцях продаються;

Дискримінаційна реклама - реклама, що містить чи використовує твердження та/або зображення, які є дискримінаційними за ознакою раси, кольору шкіри, політичних, релігійних та інших переконань, статі, віку, інвалідності, етнічного чи соціального походження, громадянства, сімейного чи майнового стану, місця проживання, за мовною або іншими ознаками стосовно особи та/або групи осіб;

Заходи рекламного характеру - заходи з розповсюдження реклами, які передбачають безоплатне поширення зразків товарів, що рекламуються, та/або їх обмін споживачам однієї кількості чи одного виду товарів, що рекламуються, на інший;

Зовнішня реклама - реклама, що розміщується на спеціальних тимчасових і стаціонарних конструкціях - рекламоносійх, розташованих на відкритій місцевості, а також на зовнішніх поверхнях будинків, споруд, на елементах вуличного обладнання, над проїжджою частиною вулиць і доріг;

Недобросовісна реклама - реклама, що 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;

Порівняльна реклама - реклама, що містить порівняння з іншими особами та/або товарами (діяльністю) іншої особи, прямо чи опосередковано ідентифікує конкурента або товари чи послуги, що пропонуються конкурентом;

Прихована реклама - інформація про особу, ідею та/або товар, розповсюджена за грошову чи іншу винагороду у програмі аудіального чи аудіовізуального медіа, матеріалах в іншому медіа, за допомогою інших рекламних засобів, якщо така інформація слугує рекламним цілям і може ввести в оману споживачів реклами щодо справжньої мети таких програм чи інших матеріалів;

Реклама - інформація про особу, ідею та/або товар, розповсюджена за грошову чи іншу винагороду або з метою самореклами в будь-якій формі та в будь-який спосіб і призначена, щоб сформувати або підтримати у прямий (пряма реклама, телепродаж) або непрямий (спонсорство, розміщення товару (продакт-плейсмент) спосіб обізнаність споживачів реклами та їхній інтерес щодо таких особи, ідеї та/або товару;

Реклама на транспорті - реклама, що розміщується на території підприємств транспорту загального користування, метрополітену, зовнішній та внутрішній поверхнях транспортних засобів та споруд підприємств транспорту загального користування і метрополітену;

Рекламний ролик - форма розповсюдження реклами, що становить сюжетно завершений аудіальний, візуальний або аудіовізуальний твір;

Рекламні засоби - засоби, що використовуються для доведення реклами до споживачів реклами;

Соціальна реклама - вид реклами, що охоплює суспільно корисну інформацію, спрямовану на розвиток особистості та суспільства, на популяризацію загальнолюдських цінностей, здорового способу життя, інклюзивного суспільства, на охорону природи, збереження енергоресурсів, профілактику правопорушень, на забезпечення державного суверенітету, безпеки та оборони, патріотичного виховання, освіти, науки, культури, фізичної культури, спорту, історії тощо, розповсюдження якої не має на меті отримання прибутку та/або не спонукає виборців голосувати за або проти певного суб'єкта виборчого процесу. До

соціальної реклами може відноситися інформація про висвітлення державних програм, спрямованих на захист державності, громадського порядку, підвищення обороноздатності держави тощо.

Основними принципами реклами є: законність, точність, достовірність, використання форм та засобів, які не завдають споживачеві реклами шкоди.

Реклама не повинна підривати довіру суспільства до реклами та повинна відповідати принципам добросовісної конкуренції.

Реклама не повинна містити інформації або зображень, які порушують етичні, гуманістичні, моральні норми, нехтують правилами пристойності.

Реклама повинна враховувати особливу чутливість дітей і не завдавати їм шкоди.

13.2. Загальні вимоги до реклами

Основними принципами реклами є законність, точність, достовірність та безпечність для споживача.

Реклама повинна бути ідентифікована як реклама, бути достовірною та не вводити в оману.

Дотримання принципів добросовісної конкуренції є обов'язковим.

Основний текст реклами має бути державною мовою.

Заборається реклама, що містить елементи жорстокості, насильства, порнографії, цинізму або принижує честь та гідність людини.

Рекламодавці - резиденти України не мають права замовляти розповсюдження реклами, якщо відповідно до законодавства України провадження видів діяльності або виробництво чи обіг товарів, що рекламуються, вимагають наявності відповідного дозволу або ліцензії, але у відповідних реєстрах, що ведуться органами ліцензування та дозвільними органами, відсутні відомості про видачу відповідної ліцензії чи дозволу особі, що провадить діяльність, виробнику товарів чи особі, яка здійснює їх реалізацію.

Рекламодавці - нерезиденти України не мають права замовляти розповсюдження реклами, якщо відповідно до законодавства держави, в якій вони здійснюють свою діяльність,

провадження видів діяльності або виробництво чи обіг товарів, що рекламуються, вимагають наявності відповідного дозволу чи ліцензії, але у такого рекламодавця відсутній дозвіл або ліцензія, видані у державі здійснення діяльності.

Рекламодавцем не може бути резидент держави, визнаної Верховною Радою України державою-агресором (державою-окупантом).

Рекламодавець самостійно несе відповідальність за наявність у нього ліцензій та/або дозволів, необхідних згідно із законодавством держави, на території якої здійснюється діяльність, виробництво чи реалізація товарів.

Реклама про проведення конкурсів, лотерей, розіграшів призів, заходів рекламного характеру тощо повинна містити інформацію про строки та місце проведення таких заходів, а також зазначення джерела інформації, з якого можна дізнатися про умови та місце проведення таких заходів. В аудіальних медіа така реклама повинна містити зазначення джерела інформації, з якого можна дізнатися про умови, строки та місце проведення таких заходів.

Розміщення реклами в мережі Інтернет на веб-сайті, інтернет-адреса (доменне ім'я, уніфікований локатор ресурсу (URL) або адреса інтернет-протоколу) якого відповідно до відомостей Всесвітньої організації інтелектуальної власності включена від України до національного переліку веб-сайтів, що викликають занепокоєння щодо дотримання прав інтелектуальної власності (далі - національний перелік), забороняється.

Реклама має бути чітко відокремлена від іншої інформації, незалежно від форм чи способів розповсюдження, таким чином, щоб її можна було ідентифікувати як рекламу.

Рекламні ролики (рекламні блоки) у лінійних аудіальних та аудіовізуальних медіа повинні бути чітко відокремлені від інших програм на початку і наприкінці рекламного блоку за допомогою звукових, візуальних, комбінованих засобів, титрів або коментарів ведучих з використанням слова "реклама".

Реклама в інших медіа повинна бути чітко відокремлена від іншої інформації з використанням слова "реклама".

Інформаційний, авторський чи редакційний матеріал, в якому привертається увага до конкретної особи чи товару, який формує або підтримує обізнаність та інтерес глядачів (слухачів, читачів, користувачів) щодо цих особи чи товару та який

розповсюджується за грошову чи іншу винагороду, повинен ідентифікуватися як реклама з дотриманням вимог цього Закону з використанням слова "реклама".

Логотип лінійного аудіовізуального медіа (позивні лінійного аудіального медіа) не є рекламою, крім випадків розповсюдження реклами такого лінійного аудіального чи аудіовізуального медіа в інших медіа або за допомогою інших рекламних засобів.

Прихована реклама забороняється.

Вивіска чи табличка з інформацією про зареєстроване найменування особи, комерційне (фірмове) найменування, торговельну марку, що правомірно використовується цією особою, належать цій особі, вид її діяльності (якщо це не впливає із зареєстрованого найменування особи), час роботи, що розміщена на внутрішній поверхні власного чи наданого у користування особі приміщення, на зовнішній поверхні будинку чи споруди не вище першого поверху або на поверсі, на якому розміщено власне чи надане у користування особі приміщення, біля входу до такого приміщення, не вважається рекламою.

Недобросовісна реклама забороняється.

Порівняльна реклама може містити зображення, посилання на товар, торговельні марки чи інші позначення, під якими випускається товар, з яким здійснюється порівняння, комерційне (фірмове) найменування конкурента, діяльність чи товар якого порівнюються.

Використання порівняльної реклами дозволяється у разі, якщо:

- 1) реклама не містить визначених законодавством про захист прав споживачів ознак нечесної підприємницької практики;
- 2) реклама порівнює однорідні (подібні) товари, які задовольняють одні й ті самі потреби або мають однакове призначення, чи порівнює діяльність, що охоплюється однією сферою чи одним видом діяльності;
- 3) реклама об'єктивно порівнює одну або кілька суттєвих, співставних та репрезентативних характеристик однорідного (подібного) товару, діяльності, в тому числі ціну, інформація про які може вплинути на рішення споживача при здійсненні вибору;
- 4) реклама не дискредитує, не містить неправдивої інформації про якість однорідних (подібних) товарів інших виробників або

продавців, не дискредитує діяльність чи становище інших осіб, репутацію торговельних марок, комерційних (фірмових) найменувань, інші особливості конкурентів або зазначення місць походження товару;

5) щодо товару із зазначенням (простим або кваліфікованим) походження порівняння здійснюється щодо товару з аналогічним зазначенням;

6) реклама не створює змішування між рекламодавцем і конкурентом, між товарами, торговельними марками, комерційним (фірмовим) найменуванням та іншими позначеннями рекламодавця та конкурентів;

7) товар конкурента, захищений торговельною маркою або комерційним найменуванням, не зображено способом імітації.

Реклама послуг, що надаються з використанням електронних комунікацій, при розповсюдженні її в рекламних засобах має містити інформацію про платне чи безоплатне використання споживачем електронних комунікацій (у тому числі зазначеного в рекламі номера) при отриманні рекламованої послуги.

Забороняється використовувати для розповсюдження реклами номери телефонів системи екстреної допомоги населенню за єдиним телефонним номером 112, Національної поліції України, швидкої медичної допомоги, пожежної охорони та інших аварійних служб.

Розміщення зовнішньої реклами у населених пунктах проводиться на підставі дозволів, що надаються виконавчими органами сільських, селищних, міських рад, а поза межами населених пунктів - на підставі дозволів, що надаються обласними державними адміністраціями, а на території Автономної Республіки Крим - Радою міністрів Автономної Республіки Крим, в порядку, встановленому цими органами на підставі типових правил, що затверджуються Кабінетом Міністрів України.

Під час видачі дозволів на розміщення зовнішньої реклами втручання у форму та зміст зовнішньої реклами забороняється.

Розміщення зовнішньої реклами у межах смуги відведення автомобільних доріг здійснюється відповідно до цього Закону на підставі зазначених дозволів, які оформляються за участю центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері дорожнього господарства та управління

автомобільними дорогами, або їх власників та центрального органу виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері безпеки дорожнього руху.

Зовнішня реклама на територіях, будинках та спорудах розміщується за згодою їх власників або уповноважених ними органів (осіб).

Стягнення плати за видачу дозволів забороняється.

Зовнішня реклама повинна відповідати таким вимогам: розміщуватись із дотриманням вимог техніки безпеки та із забезпеченням видимості дорожніх знаків, світлофорів, перехресть, пішохідних переходів, зупинок транспорту загального користування та не відтворювати зображення дорожніх знаків; освітлення зовнішньої реклами не повинно засліплювати учасників дорожнього руху, а також не повинно освітлювати квартири житлових будинків;

фундаменти наземної зовнішньої реклами, що виступають над поверхнею землі, можуть бути декоративно оформлені;

опори наземної зовнішньої реклами, що розташована вздовж проїжджої частини вулиць і доріг, повинні мати вертикальну дорожню розмітку, нанесену світлоповертаючими матеріалами, заввишки до 2 метрів від поверхні землі;

нижній край зовнішньої реклами, що розміщується над проїжджою частиною, у тому числі на мостах, естакадах тощо, повинен розташовуватися на висоті не менше ніж 5 метрів від поверхні дорожнього покриття;

у місцях, де проїжджа частина вулиці межує з цоколями будівель або огорожами, зовнішня реклама може розміщуватися в одну з фасадів будівель або огорожами лінію.

Забороняється розташовувати засоби зовнішньої реклами:

на пішохідних доріжках та алеях;

у населених пунктах на висоті менш ніж 5 метрів від поверхні дорожнього покриття, якщо їх рекламна поверхня виступає за межі краю проїжджої частини;

поза населеними пунктами на відстані менш ніж 5 метрів від краю проїжджої частини.

Розміщення зовнішньої реклами на пам'ятках національного або місцевого значення та в межах зон охорони цих пам'яток, історичних ареалів населених місць здійснюється відповідно до цього Закону на підставі дозволів, які оформляються

за участю органів виконавчої влади, визначених Законом України "Про охорону культурної спадщини".

Перелік обмежень та заборон щодо розміщення зовнішньої реклами, встановлений цим Законом, є вичерпним.

Розміщення внутрішньої реклами погоджується лише з власником місця її розташування або з уповноваженою ним особою. При погодженні розміщення внутрішньої реклами втручання у форму та зміст реклами забороняється.

Забороняється розміщення внутрішньої реклами у приміщеннях державних органів та органів місцевого самоврядування, дошкільних навчальних закладах, середніх загальноосвітніх школах та спеціалізованих загальноосвітніх закладах освіти.

Розміщення реклами на транспорті погоджується лише з власниками об'єктів транспорту або уповноваженими ними органами (особами). При погодженні розміщення реклами на транспорті втручання у форму та зміст реклами забороняється.

Забороняється розміщення на транспортних засобах: реклами, яка повторює чи імітує кольорографічні схеми спеціальних та оперативних транспортних засобів; реклами із нанесенням світлоповертаючих матеріалів; реклами, яка супроводжується звуковими чи світловими сигналами.

Забороняється розміщувати рекламу на скляних (прозорих) поверхнях транспортних засобів, за винятком випадків, коли для цього використовуються матеріали, які забезпечують безперешкодний огляд з салону транспортного засобу.

Забороняється розповсюдження реклами через радіотрансляційні або інші звукові мережі сповіщення пасажирів у транспортних засобах громадського користування, на станціях метрополітену, вокзалах, в портах та аеропортах, за винятком розповсюдження соціальної реклами.

Забороняється переривати для реклами демонстрацію художніх і документальних фільмів у кінотеатрах, відеосалонах та інших місцях, де здійснюється публічний показ кіно-, відео-, слайдфільмів.

13.3. Обмеження щодо окремих видів товарів та послуг У рекламі забороняється:

- 1) поширювати інформацію щодо товарів, виробництво, обіг чи ввезення на митну територію України яких заборонено законом;
- 2) наводити твердження та/або зображення, які є дискримінаційними та/або розпалюють ненависть, ворожнечу чи жорстокість до окремих осіб чи груп осіб за ознакою походження людини, її соціального чи майнового стану, віку, расової, етнічної чи національної належності, статі, сексуальної орієнтації, освіти, інвалідності, політичних поглядів, ставлення до релігії, за мовною ознакою, родом і характером занять, місцем проживання, за іншими ознаками, а також такими, що дискредитують товари інших осіб;
- 3) надавати відомості або закликати до дій, які можуть спричинити порушення законодавства, завдають чи можуть завдати шкоди здоров'ю або життю людини та/або довкіллю, а також спонукають до нехтування засобами безпеки;
- 4) використовувати засоби і технології, які справляють вплив на підсвідомість споживачів реклами;
- 5) наводити твердження, дискримінаційні стосовно осіб, які не користуються рекламованим товаром;
- 6) використовувати або імітувати зображення Державного Герба України, Державного Прапора України, звучання Державного Гімну України, зображення державних символів іноземних держав та міжнародних організацій, міжнародних об'єднань, якщо такі використання або імітація пропагують неповагу до них або вводять споживачів в оману;
- 7) використовувати офіційні назви державних органів, органів місцевого самоврядування, міжнародних організацій, міжнародних об'єднань, крім випадків, якщо:
згадування в рекламі відповідного органу, організації чи об'єднання є вимогою закону;
орган, організація чи об'єднання є рекламодавцем відповідної реклами чи таке використання відбувається з його дозволу чи на його замовлення;
таке використання передбачено законодавством України про авторське право та суміжні права;
- 8) рекламувати товари, які підлягають обов'язковій сертифікації, товари, для виробництва чи реалізації яких необхідна наявність спеціального дозволу, ліцензії, у разі відсутності у виробника чи особи, що реалізує товари, відповідного сертифіката, дозволу, ліцензії;

9) використовувати зображення або ім'я фізичної особи без її згоди, наданої в письмовій (електронній) формі, або згоди інших осіб, отриманої у порядку, передбаченому законодавством. Згода на використання зображення фізичної особи не вимагається, якщо фізична особа позувала чи виконувала роль для створення реклами за грошову або іншу винагороду та/або брала участь у створенні (зйомках) аудіовізуального твору, програми, її зображення використовується в рекламі (анонсі) такого аудіовізуального твору, програми, і рекламодавець має обсяг прав інтелектуальної власності на таку рекламу, достатній для обраного виду її розповсюдження. Вимога отримання згоди фізичної особи не поширюється на показ у рекламі грошових знаків із зображенням на них фізичних осіб;

10) імітувати або копіювати текст, зображення, музичні чи звукові ефекти, що використовуються в рекламі інших товарів, якщо інше не передбачено законами України у сфері інтелектуальної власності;

11) рекламувати послуги, пов'язані з концертною, гастрольною, гастрольно-концертною, конкурсною, фестивальною діяльністю, без інформації про використання чи невикористання фонограм виконавцями музичних творів. Така інформація повинна займати на афішах, інших рекламних засобах щодо конкретної послуги не менше 5 відсотків загальної площі, обсягу всієї реклами;

12) розповсюджувати рекламу (включаючи анонси кіно- і телефільмів), що містить елементи жорстокості, насильства, порнографії, цинізму, приниження людської честі та гідності. Анонси фільмів, що мають обмеження щодо глядацької аудиторії, розміщуються лише у час, відведений для показу таких фільмів;

13) розповсюджувати рекламу про спорудження об'єкта житлового будівництва з використанням недержавних коштів, залучених від фізичних та юридичних осіб, у тому числі в управлінні:

без наявності у замовника будівництва права власності або користування земельною ділянкою, на якій споруджується об'єкт, що рекламується;

без наявності у замовника будівництва права на виконання будівельних робіт на конкретному об'єкті, що рекламується, отриманого відповідно до Закону України "Про регулювання містобудівної діяльності";

без наявності у суб'єкта господарювання, що здійснює будівництво об'єктів, які за класом наслідків (відповідальності) належать до об'єктів із середніми (СС2) та значними (СС3) наслідками, ліцензії на провадження господарської діяльності з будівництва відповідних об'єктів;

якщо залучення коштів фізичних та юридичних осіб (у тому числі в управлінні) для спорудження таких об'єктів здійснюється без дотримання вимог Закону України "Про гарантування речових прав на об'єкти нерухомого майна, які будуть споруджені в майбутньому";

без розміщення на веб-сайті замовника будівництва, девелопера будівництва (за наявності), управителя фонду фінансування будівництва (за наявності) інформації, визначеної Законом України "Про гарантування речових прав на об'єкти нерухомого майна, які будуть споруджені в майбутньому" (у разі продажу житлових приміщень);

14) рекламувати послуги з ворожіння та гадання;

15) наводити твердження та/або зображення щодо інтелектуальної, фізичної, соціальної чи іншої переваги однієї статі над іншою та/або щодо стереотипних ролей чоловіка та жінки, що пропагують принизливе та зневажливе ставлення; принижувати гідність людини за ознакою статі; демонструвати насильство за ознакою статі; використовувати зображення тіла людини (частини тіла) виключно як сексуального об'єкта з метою привернення уваги споживача та/або посилення (слова, звуки, зображення) на сексуальні стосунки, що не стосуються рекламованого продукту чи способу його споживання. Ця вимога не поширюється на соціальну рекламу, спрямовану на засудження відповідних явищ.

13.4. Реклама і діти

Забороняється реклама:

з використанням зображень дітей, які споживають або використовують продукцію, призначену тільки для дорослих чи заборонену законом для придбання або споживання дітьми;

з інформацією, яка може підірвати авторитет батьків, опікунів, піклувальників, інших законних представників дитини, педагогів та довіру до них дітей;

з вміщенням закликів до дітей придбати продукцію або звернутися до третіх осіб з проханням зробити покупку;

з використанням зображень (включно з графічними) застосування справжньої або іграшкової вогнепальної зброї, вибухових пристроїв, крім соціальної реклами, яка охоплює суспільно корисну інформацію, спрямовану на профілактику правопорушень, забезпечення державного суверенітету, безпеки та оборони, популяризацію патріотичного виховання.

13.5. Контроль і відповідальність за порушення законодавства про рекламу

Контроль за дотриманням законодавства про рекламу в Україні здійснює система уповноважених державних органів, а відповідальність за порушення несуть **рекламодавці, виробники та розповсюджувачі реклами.**

Органи державного контролю

Контроль у сфері реклами розподілено між кількома державними органами залежно від виду та змісту реклами:

- **Держпродспоживслужба (Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів):** Є основним органом, що здійснює державний контроль за дотриманням більшості вимог законодавства про рекламу, зокрема щодо захисту прав споживачів, недобросовісної реклами, реклами про вакансії, а також антиютюнового законодавства.
- **Антимонопольний комітет України (АМКУ):** Контролює дотримання законодавства про захист від недобросовісної конкуренції, зокрема в частині неправомірної порівняльної реклами та іншої реклами, що може спотворити конкуренцію.
- **Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення:** Здійснює нагляд за дотриманням законодавства про рекламу на телебаченні та радіо.
- **Національна комісія з цінних паперів та фондового ринку (НКЦПФР):** Контролює рекламу цінних паперів та послуг на фондовому ринку.

Відповідальність за порушення

Суб'єкти рекламної діяльності (рекламодавці, виробники, розповсюджувачі) несуть фінансову відповідальність за порушення, передбачену Законом України «Про рекламу».

Основні види санкцій:

1. Штрафи:

1. **Загальний розмір:** Штрафи накладаються у розмірі п'ятикратної вартості розповсюдженої реклами.
2. **Якщо вартість неможливо встановити:** Штраф може становити до 300 неоподатковуваних мінімумів доходів громадян (5100 грн).
3. **Повторне порушення:** Вчинення порушення повторно протягом року тягне за собою накладення штрафу у **подвійному** від попереднього розмірі.
4. **Особливі види реклами:** За порушення вимог до реклами азартних ігор, тютюну, алкоголю або вакансій можуть застосовуватися специфічні, часто значно вищі штрафи.

2. Публічне спростування:

1. У разі визнання реклами недобросовісною або неправомірною порівняльною рекламою, порушник зобов'язаний здійснити її **публічне спростування**.

3. Відшкодування шкоди:

1. Закон не обмежує права споживачів реклами, яким було завдано шкоди недобросовісною рекламою, на звернення до суду для відшкодування збитків відповідно до законодавства України. Рішення органів контролю про накладення штрафів можуть бути оскаржені до суду. Порядок накладення штрафів регулюється окремою Постановою Кабінету Міністрів України.

ЛЕКЦІЯ 14. РЕКЛАМА В РІЗНИХ ТИПАХ МЕДІА

ПЛАН

- 14.1. Особливості розміщення реклами на телебаченні, радіо, у пресі, інших медіа.
- 14.2. Соціальна реклама.
- 14.3. Контроль і відповідальність за порушення законодавства про рекламу.

Тема 14. Реклама в різних типах медіа

Рекламні ролики, телепродаж в аудіальних та аудіовізуальних медіа

У лінійних аудіовізуальних медіа у кожному проміжку часу між 6 годиною та 18 годиною і між 18 годиною та 24 годиною час,

відведений для розміщення рекламних роликів і телепродажу, не може перевищувати 20 відсотків.

Обсяг реклами у лінійних аудіальних та нелінійних аудіовізуальних медіа визначається відповідними суб'єктами у сфері медіа самостійно.

У лінійних та нелінійних аудіальних та аудіовізуальних медіа рекламні ролики та телепродаж розміщуються у перервах між програмами.

Рекламні ролики та телепродаж можуть розміщуватися під час трансляції програми таким чином, щоб не завдати шкоди цілісності та змісту програми та правам її правовласників, за умови дотримання вимог, передбачених частиною четвертою цієї статті.

Переривання з метою розміщення рекламних роликів та телепродажу трансляції пленарних засідань Верховної Ради України, засідань Верховної Ради Автономної Республіки Крим, офіційних державних заходів і церемоній, виступів Президента України, Голови Верховної Ради України, Прем'єр-міністра України, Голови Конституційного Суду України, Голови Верховного Суду, народних депутатів України, членів Кабінету Міністрів України, а також трансляції релігійних служб (релігійних обрядів) забороняється.

У лінійних та нелінійних аудіальних та аудіовізуальних медіа рекламні ролики та телепродаж можуть розміщуватися під час трансляції програм, які складаються з автономних частин, або спортивних подій у перервах між їх частинами.

Під час трансляції спортивних подій допускається розміщення окремих рекламних роликів та окремих сюжетів телепродажу поза рекламними блоками. Розміщення окремих рекламних роликів та окремих сюжетів телепродажу поза рекламними блоками в інших програмах може здійснюватися лише у виняткових випадках.

Трансляція фільмів (крім серіалів та документальних фільмів) та програм новин може перериватися з метою розміщення рекламних роликів та телепродажу не більше одного разу кожні 30 хвилин.

Трансляція дитячих програм може перериватися з метою розміщення рекламних роликів не більше одного разу кожні 30 хвилин, за умови що тривалість дитячої програми перевищує 30

хвилин. Переривання дитячих програм з метою розміщення телепродажу забороняється.

Для цілей цієї статті не вважається рекламою:

- 1) оприлюднення, виголошення у програмі аудіального чи аудіовізуального медіа імені, найменування спонсора, комерційного (фірмового) найменування, найменування товару, торговельних марок, інших об'єктів права інтелектуальної власності спонсора;
- 2) розміщення товару (продакт-плейсмент);
- 3) соціальна реклама;
- 4) анонси власних програм лінійного аудіального чи аудіовізуального медіа (самореклама), оголошення відповідного суб'єкта у сфері медіа про товари та послуги, безпосередньо пов'язані з такими програмами, а також анонси програм та аудіовізуальних медіа-сервісів, що надаються афілійованими особами відповідного лінійного аудіального чи аудіовізуального медіа;
- 5) нейтральні кадри між редакційними матеріалами і рекламними блоками чи телепродажем, а також між окремими рекламними роликами чи сюжетами телепродажу.

Відповідальність за дотримання порядку розміщення та розповсюдження рекламних роликів та телепродажу в аудіальних та аудіовізуальних медіа несе відповідний суб'єкт у сфері медіа.

Ведучим, дикторам та іншим учасникам інформаційних та інформаційно-аналітичних програм забороняється наводити споживчі властивості товару та/або вказувати банківські рахунки, контактні телефони, місцезнаходження виробника товару, ціну товару.

Трансляція (ретрансляція) рекламних роликів та телепродажу, які містяться у програмах аудіальних чи аудіовізуальних медіа, що транслюються (ретранслюються) на територію України, дозволяється лише у разі, якщо за трансляцію (ретрансляцію) таких рекламних роликів та телепродажу сплачено юридичній особі України, незалежно від способу здійснення такої трансляції (ретрансляції). Положення цієї частини не застосовуються до реклами, яка розповсюджується офіційними мовами Європейського Союзу юридичною особою, яка має місцезнаходження в одній чи кількох державах - членах Європейського Союзу.

Забороняється розміщення провайдером аудіовізуальних сервісів реклами у програмах аудіальних чи аудіовізуальних медіа, якщо це не передбачено договором між провайдером аудіовізуального сервісу та відповідним лінійним аудіальним чи аудіовізуальним медіа.

Забороняється розміщення провайдером аудіовізуальних сервісів реклами у програмах іноземних аудіальних чи аудіовізуальних медіа.

Положення цієї частини не застосовуються до реклами, яка розповсюджується офіційними мовами Європейського Союзу юридичною особою, яка має місцезнаходження в одній чи кількох державах - членах Європейського Союзу.

Суб'єктам у сфері аудіальних та аудіовізуальних медіа забороняється обробляти зібрані чи іншим чином отримані персональні дані дітей з такою комерційною метою як прямий маркетинг та профілювання, включаючи поведінково орієнтовану рекламу.

Реклама у друкованих медіа

Обсяг реклами у друкованих медіа визначається відповідними суб'єктами у сфері друкованих медіа самостійно. Суб'єкти у сфері друкованих медіа, що розповсюджують друковані медіа за передплатою, зобов'язані в умовах передплати зазначити кількість реклами в загальному обсязі видання.

Реклама в онлайн-медіа

Обсяг реклами в онлайн-медіа визначається відповідними суб'єктами у сфері онлайн-медіа самостійно.

Реклама на платформах спільного доступу до відео та платформах спільного доступу до інформації

Обсяг реклами на платформах спільного доступу до відео та платформах спільного доступу до інформації визначається провайдерами відповідних платформ самостійно.

На рекламу на платформах спільного доступу до відео та платформах спільного доступу до інформації, якщо така реклама демонструється особам, які перебувають на території України, поширюються вимоги цього Закону, законодавства України про захист від недобросовісної конкуренції, про захист прав споживачів та інших законів України. Дія положень цієї частини не поширюється на рекламу, яка розповсюджується на платформах спільного доступу до відео та платформах спільного доступу до

інформації офіційними мовами Європейського Союзу юридичною особою, яка має місцезнаходження в одній чи кількох державах - членах Європейського Союзу.

Провайдер платформи спільного доступу до відео зобов'язаний забезпечити наявність на такій платформі технічної можливості для позначення (ідентифікації) програми чи користувацького відео як таких, що містять рекламу, особою (користувачем), яка (який) їх розповсюджує шляхом завантаження на платформу.

Особа (користувач), яка (який) розповсюджує програму чи користувацьке відео, що містять рекламу, шляхом завантаження на платформу спільного доступу до відео, зобов'язана (зобов'язаний) у момент завантаження ідентифікувати (позначити) відповідні програму чи відео як такі, що містять рекламу.

На підставі такої ідентифікації або у разі самостійного виявлення провайдером реклами у програмі або користувацькому відео провайдер платформи спільного доступу до відео повинен повідомляти споживача про те, що програма чи користувацьке відео містить рекламу.

Особа (користувач), яка (який) розповсюджує користувацький контент, що містить рекламу, через платформу спільного доступу до інформації, зобов'язана (зобов'язаний) у момент створення або завантаження ідентифікувати (позначити) цей користувацький контент як такий, що містить рекламу.

Відповідно до статті 3⁻¹ цього Закону органи саморегулювання шляхом прийняття відповідних кодексів (правил) визначають вимоги до розміщення всіх форм реклами на платформах спільного доступу до відео та платформах спільного доступу до інформації.

У разі якщо користувацький контент чи посилання на нього поширюється за грошову чи іншу винагороду або матеріальне заохочення (у формі грошових коштів, безоплатного отримання будь-яких товарів, робіт, послуг, знижок тощо), за умови що такий контент містить інформацію про особу та/або товар і призначений сформулювати або підтримати обізнаність споживачів реклами та їхній інтерес щодо таких особи та/або товару, такий користувацький контент чи посилання на нього вважається рекламою. При поширенні користувацького контенту або посилання на нього рекламодавець повинен дотримуватися

законодавства про інтелектуальну власність, цього Закону та інших законів України.

Провайдерам платформ спільного доступу до відео та платформ спільного доступу до інформації забороняється обробляти зібрані чи в інший спосіб отримані персональні дані дітей з такою комерційною метою, як прямий маркетинг та профілювання, включаючи поведінково орієнтовану рекламу.

Реклама з використанням електронних комунікацій

На рекламу з використанням електронних комунікацій (включаючи електронну пошту, сервіси обміну повідомленнями, пошукові сервіси, веб-сайти та веб-сторінки юридичних і фізичних осіб у мережі Інтернет, чат-боти, автоматичні повідомлення, комунікацію з використанням телефонних номерів, сервісів, що використовують технології доповненої та віртуальної реальності, та будь-яких інших інформаційних (цифрових) технологій), яка розповсюджується та споживається на території України, поширюються вимоги цього Закону, законодавства України про захист від недобросовісної конкуренції та інших законів України.

Розповсюдження реклами у формі спаму, у тому числі здійснення масових дзвінків з використанням будь-яких технологій комунікацій без попередньої письмової згоди споживача, у тому числі в електронній формі, забороняється. Розповсюдження реклами з використанням номерів телефонів чи інших мережевих ідентифікаторів споживача може здійснюватися лише за наявності попередньої письмової згоди такого споживача, у тому числі в електронній формі, та якщо споживач отримує можливість безоплатно у будь-який час у простій і зрозумілій формі відмовитися від використання своїх даних, у тому числі від отримання реклами з використанням номерів телефонів чи інших мережевих ідентифікаторів споживача.

Контроль за дотриманням цієї заборони здійснює центральний орган виконавчої влади, що реалізує державну політику у сфері державного контролю за додержанням законодавства про захист прав споживачів.

14.2. Соціальна реклама

Соціальна реклама в Україні регулюється Законом України «Про рекламу», зокрема **статтею 12** цього Закону. Вона займає особливе місце в законодавстві, оскільки її мета принципово відрізняється від комерційної реклами.

Визначення та мета соціальної реклами

Згідно із Законом, **соціальна реклама** — це інформація будь-якого виду, розповсюджена в будь-якій формі, яка спрямована на досягнення **суспільно корисних цілей**, популяризацію загальнолюдських цінностей, розповсюдження якої **не має на меті отримання матеріального прибутку**.

Основна мета соціальної реклами — не продаж товару чи послуги, а формування нових соціальних цінностей, зміна поведінкових моделей суспільства, привернення уваги до актуальних проблем (наприклад, боротьба зі СНІДом, дотримання правил дорожнього руху, охорона довкілля, підтримка ЗСУ).

Вимоги до змісту соціальної реклами

Закон встановлює чіткі обмеження щодо змісту соціальної реклами, щоб вона залишалася некомерційною:

- **Заборона згадування товару/бренду:** Соціальна реклама не повинна містити посилань на конкретний товар, торговельну марку, виробника товару, об'єкти права інтелектуальної власності, що належать виробнику товару або рекламодавцю соціальної реклами.
- **Виняток для національних фільмів та меценатів:** Дозволяється згадувати інформацію про меценатів або спонсорів соціальної реклами, а також інформацію про національні фільми.
- **Відсутність політичної чи комерційної мети:** Зміст має бути нейтральним у комерційному чи політичному сенсі.

Рекламодавці та фінансування

- **Рекламодавцем** соціальної реклами може бути будь-яка особа: державні органи, органи місцевого самоврядування, громадські організації, благодійні фонди, фізичні особи.
- **Фінансування** здійснюється замовниками (рекламодавцями) самостійно або за рахунок коштів державного чи місцевих бюджетів, благодійних внесків.

Розповсюдження та обов'язки медіа

Закон стимулює розповсюдження соціальної реклами, зокрема зобов'язуючи медіа сприяти її поширенню. Розповсюджувачі реклами (власники ЗМІ, рекламних площ) зобов'язані розміщувати соціальну рекламу, надану відповідними державними органами чи громадськими організаціями.

14.3. Контроль і відповідальність за порушення законодавства про рекламу

Контроль за дотриманням законодавства про рекламу здійснюють різні державні органи:

Антимонопольний комітет України контролює дотримання вимог щодо добросовісної конкуренції в рекламі.

Державна служба України з питань безпеки харчових продуктів та захисту споживачів (Держпродспоживслужба) контролює захист прав споживачів реклами.

Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення контролює рекламу в медіа, що підпадають під її юрисдикцію (телебачення, радіо, онлайн-медіа).

Відповідальність за порушення включає:

Штрафи, розмір яких може сягати п'ятикратної вартості розповсюдженої реклами.

Примусове спростування недостовірної або неправомірної реклами. Інші види відповідальності (цивільна, адміністративна, кримінальна), якщо порушення містить ознаки відповідного правопорушення.

ПЕРЕЛІК ПИТАНЬ ДО ЕКЗАМЕНУ

1. Інформаційна сфера як об'єкт правового регулювання.
2. Поняття медіаправа.
3. Джерела медіаправа.
4. Суб'єкти медіаправа.
5. Міжнародно-правові джерела регулювання діяльності засобів масової інформації: їх еволюція та різновиди.
6. Основні міжнародні документи, що регулюють діяльність ЗМІ в Україні:
 7. Загальна декларація прав людини, Міжнародний пакт про громадянські і політичні права, Європейська Конвенція з прав людини та їх значення в забезпеченні права на свободу висловлювань та інформацію.
 8. Європейська Конвенція Про свободу вираження поглядів та інформації.
 9. Європейська конвенція про транскордонне телебачення.
 10. Декларація про свободу комунікацій в Інтернеті.
 11. Директива «Телебачення без кордонів».
 12. Свобода вираження поглядів у практиці Європейського суду з прав людини.
 13. Найбільш яскраві судові справи за участі української сторони у практиці Європейського суду з прав людини та їх вплив на національну медіа-практику.
 14. Конституційно-правові засади журналістської діяльності в Україні.
 15. Публічна інформація: міжнародні стандарти та український досвід.
 16. Забезпечення доступу до інформації, його різновиди та гарантії.
 17. Публічна інформація, обов'язкова для оприлюднення розпорядниками публічної інформації.
 18. Запит на інформацію: поняття, форми подання, особливості розгляду та надання відповіді.
 19. Режими доступу до інформації: відкрита інформація та інформація з обмеженим доступом.
 20. Відкрита інформація: характерні особливості та приклади.
 21. Конфіденційна інформація.
 22. Інформація про особу (персональні дані).

23. Службова інформація.
24. Таємна інформація. Державна таємниця.
25. Обмеження доступу до інформації. Трискладовий тест.
26. Відповідальність за розголошення інформації з обмеженим доступом та звільнення журналістів від відповідальності.
27. Відповідальність посадових та службових осіб за порушення права на доступ до інформації.
28. Поняття захисту журналістських джерел.
29. Міжнародно-правовий захист журналістських джерел інформації.
30. Гарантії захисту журналістських джерел в українському законодавстві.
31. Поняття дифамації та особливості інтерпретації в національному правовому полі.
32. Дифамаційний делікт, його складові.
33. Сторони у справах про дифамацію.
34. Звільнення від відповідальності у справах про дифамацію: оціночні судження та добросовісність журналіста.
35. Поняття та правові основи діяльності друкованих ЗМІ.
36. Умови та порядок державної реєстрації друкованих ЗМІ.
37. Правовий захист журналістів. Законодавчо визначені права та обов'язки журналіста.
38. Роздержавлення друкованих ЗМІ.
39. Правові засади функціонування телерадіомовлення в Україні.
40. Структура національного телебачення і радіомовлення України.
41. Початок та припинення мовлення. Вимоги до змісту програм.
42. Ліцензування телерадіомовлення.
43. Захист суспільної моралі: система класифікації фільмів та візуальні позначки на телебаченні.
44. Історія започаткування і розвитку суспільного мовлення.
45. Забезпечення незалежності суспільного мовлення.
46. Механізми фінансування суспільного мовлення.
47. Особливості та специфіка становлення суспільного мовлення в Україні.

48. Мережа інтернет як домінантна сфера сучасної інформаційної діяльності.
49. Правове регулювання онлайн-медіа в Україні.
50. Авторське право в Інтернеті.
51. Відповідальність за неправомірне поширення інформації в Інтернеті.
52. Поняття реклами, її різновиди та функції.
53. Загальні вимоги до реклами.
54. Особливості розміщення реклами на телебаченні, радіо та в пресі.
55. Обмеження щодо окремих видів товарів та послуг.
56. Реклама і діти.
57. Контроль і відповідальність за порушення у сфері реклами.
58. Поняття та еволюція розвитку авторського права.
59. Об'єкти та суб'єкти авторського права.
60. Виникнення авторського права та реєстрація.
61. Особисті немайнові і майнові права авторів.
62. Вільне використання творів.
63. Дотримання авторських прав в Інтернеті.
64. Суміжні права, їх особливості та різновиди.
65. Відповідальність за порушення авторських та суміжних прав.
66. Діяльність мас-медіа у призмі висвітлення особистого та сімейного життя особи.
67. Нормативно-правові засади проведення зйомок та поширення зображень особи.
68. Згода особи на зйомку та можливість її відкликання.
69. Особливості ведення прихованої зйомки при підготовці інформаційних матеріалів.
70. Доступ до судових засідань та зйомка у судовому процесі.

Список використаних та рекомендованих джерел

1. Еннан Р. Є. Медіаправо. Навчально-методичний посібник для здобувачів вищої освіти за першим (бакалаврським) рівнем спеціальності «Журналістика». Одеса: НУ "ОЮА", 2020. 50 с.
2. Інформаційне право України: навчальний посібник. Львів: Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. 416 с.
3. Яценко В.А. Предмет і метод інформаційного права в сучасних дискусіях. Інформація і право. № 4(43)/2022. 2022. С. 50-58.
4. Уткіна М. С. Інформаційне право (у схемах і таблицях): навчальний посібник. – Суми: Сумський державний університет, 2022. 221 с.
5. Кодацька Н. О., Філатов В. В. Медіаправо: навчальний посібник. Дніпро: УМСФ. 2024. 93 с. медіа.
6. Гулаткан С. Регулювання діяльності медіа в умовах збройної агресії за новим законом про URL : <https://imi.torings/regulyuvannya-diyalnosti-media-v-umovah-zbrojno.org.ua/yiagmoni> 92 resiyizano vum-zakonom-pro-media-i50562.
7. Баконіна О. Роз'яснення щодо впровадження Закону «Про медіа». URL : https://jurliga.ligazakon.net/news/218586_rozyasennya-shchodo-vprovadzhenня-zakonu-pro-media.
8. Загоруй І.С., Воронько О.І. Методичні вказівки до виконання контрольних робіт з дисципліни «Медіаправо та медіабезпека» (для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти заочної (дистанційної) форми навчання) спеціальності 061 «Журналістика»). Київ: Вид-во СНУ ім. В. Даля, 2024. 46 с.
9. Гудзь Л.В. Напрями вдосконалення стандартів роботи ЗМІ під час виборчого процесу в Україні із врахуванням досвіду провідних європейських країн. Том 1 № 79 (2023): Науковий вісник Ужгородського Національного Університету, 2023. Серія Право. С.133-137.
10. Гузій І., Грудень А. Розвиток цифрової грамотності майбутніх журналістів як предмет науково-педагогічних досліджень. Академічні <https://academy-vision.org/index.php/av/article/view/549>. візії. 2023. №22. URL:
11. Ісаєнко Є. Г. Вплив Закону України «Про медіа» на кримінально-правову охорону професійної діяльності журналістів. Київський часопис права. 2023. № 1. С. 276-281.

12. Кабанов О., Заярний О., Мироненко В. Довідник із громадянських (особистих), політичних та інших прав людини в умовах воєнного стану. Київ : ГО «Платформа прав людини», 2022. 185 с.

13. Камінська Н. В., Гультай М.М., Титко А.В. Особливості відповідальності за порушення права на інформацію, безпеки журналістів. Філософські та методологічні проблеми права. 2021. № 1 (21). С.84-91.

14. Ковалів М. В., Єсімов С. С., Ярема О. Г. Інформаційне право України : навчальний посібник. Львів : Львівський державний університет внутрішніх справ, 2022. 416.

15. Красноступ Г.М. Правове регулювання професійної діяльності журналістів та інших медіа-учасників в Україні. Інформація і право. 2023. №4 (47). С. 72-83.

16. Нашинець-Наумова А.Ю. Інформаційне право: навчальний посібник. Київ: Київ. ун-т ім. Б. Грінченка, 2020. 136 с.

17. Пономаренко О. М. Дифамація: як правильно обрати ефективний спосіб захисту? (На підставі аналізу практики ЄСПЛ та Верховного суду). Права та основоположні свободи людини у контексті євроінтеграції України : круглий стіл до Дня юриста, 4 жовт. 2023 р. Харків, 2023. С. 52-56.

18. Правові норми журналістики України: навч. посіб. / З. В. Галаджун, М.В. Колеснікова. Київ: Видавець ФОП Піча Ю.В., 2021. 248 с.

19. Рассохіна А.М. Особливості правового регулювання онлайн-медіа: зарубіжний досвід. Юридичний науковий електронний журнал. 2021. № 10. С.612- 615. Допоміжна

20. Про суспільні медіа України: Закон України від 17.04.2014 року / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18#Text> 04.09.2025). (дата звернення: 04.09.2025).

21. Про доступ до публічної інформації: Закон України від 13.01.2011 року / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2939-17#Text> 04.09.2025). (дата звернення: 04.09.2025).

22. Про захист персональних даних: Закон України від 01.06.2010 року / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2297-17#Text> 04.09.2025). (дата звернення: 04.09.2025).

23. Про медіа: Закон України від 13 грудня 2022 року / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 04.09.2025).

24. Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста: Закон України від 23 вересня 1997 року № 540/97-ВР / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 04.09.2025).

25. Про видавничу справу: Закон України від 5 червня 1997 року / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/318/97-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 04.09.2025).

26. Про рекламу: Закон України від 03.07.1996 року / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 04.09.2025).

27. Про інформацію: Закон України від 02.10.1992 року / Верховна Рада України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12#Text> (дата звернення: 04.09.2025).

28. Mykhailo Baimuratov, Boris Kofman, Denis Bobrovnik, Serhii Zytzyk, Tetiana Hrekul-Kovalyk. The law and technology: a study on the impact of modern digital technologies on the legal system and its regulation. *Lex Humana*. v. 15, n. 4. 2023. pp. 144-165. <https://seer.ucp.br/seer/index.php/LexHumana/article/view/2716>.

29. Ludmila Stasiuk, Oleksandr Stasiuk, Yurii Husiev, Iryna Revutska, Oleh Koretskyi, Viktoriia Anishchuk, Ihor Bylytsia, Serhii Zytzyk, Nataliya Shcherbyuk. Modern problems of the general theory of human rights: Ukrainian context. *AD ALTA*. Issue 2. Special 13/02-XXXVII. 2023. pp. 141-144. https://www.magnanimitas.cz/ADALTA/130237/papers/A_23.pdf.

30. Аніщук В.В., Зицик С.Г. Іт-право в Україні: історико-правовий аналіз розвитку. *Науковий вісник Ужгородського Національного Університету. Серія ПРАВО*. Випуск 87. Частина 2. Ужгород, 2025. С. 262-266. DOI <https://doi.org/10.24144/2307-3322.2025.87.2.39>.

31. Зицик С. Г. Правове регулювання інформації з обмеженим доступом. *Юридичний науковий електронний журнал*.

<https://doi.org/10.32782/2524-0374/2023-5/54>. електронний 2023. №5. С. 220-223. DOI

32. Зицик С. Г. Правове регулювання підприємницької діяльності в Україні. Юридичний науковий журнал. <https://doi.org/10.32782/2524-0374/2022-12/41>. 2022. №12.

33. Кодацька Н. О., Філатов В. В. Медіаправо : навчальний посібник. Дніпро : УМСФ. 2024. 93 с.

Медіаправо. Конспект лекцій для здобувачів першого (бакалаврського) рівня вищої освіти освітньої програми «Медіакомунікації та PR» галузі знань «С Соціальні науки, журналістика, інформація» спеціальності «С7 Журналістика» денної та заочної форм навчання / уклад. С.Г. Зицик. Луцьк. ЛНТУ, 2026 с. 181

Комп'ютерний набір
Редактор

С.Г. Зицик
С.Г. Зицик

Підп. до друку «__» _____ 2026 р.
Формат 60x84/16. Папір офс.
Гарн. Таймс. Ум. друк. арк. __
Тираж 50 прим.

Відділ іміджу та промоцій
Луцького національного технічного університету
43018, м. Луцьк, вул. Львівська, 75
Друк – ВІП ЛНТУ