**ВИСНОВОК**

**на проект Закону України**

**«Про внесення зміни до** **розділу V «Прикінцеві положення» Закону України «Про рекламу» щодо соціальної реклами, спрямованої на запобігання поширенню на території України гострої респіраторної**

**хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2»**

У законопроекті пропонується внести зміни до розділу V «Прикінцеві положення» Закону України «Про рекламу» з метою збільшення обсягу безкоштовної соціальної реклами, спрямованої на запобігання виникненню і поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19) на період здійснення заходів боротьби з гострою респіраторною хворобою COVID-19 (п. 1 пояснювальної записки). Проект Закону розроблено на виконання пп. 3.2 п. 3 постанови Верховної Ради України від 20.10.2020 № 937-IX «Про заходи протидії поширенню коронавірусної хвороби (COVID-19) та захисту всіх систем життєдіяльності країни від негативних наслідків пандемії та нових біологічних загроз» (п. 2 пояснювальної записки).

Законопроект на момент підготовки висновку не включений до Плану законопроектної роботи Верховної Ради України на 2021 рік, затвердженого постановою Верховної Ради України від 02.02.2021 № 1165-ІХ.

Головне управління, проаналізувавши поданий законопроект, вважає за доцільне висловити щодо його змісту наступні зауваження.

Звертаємо увагу на те, що деякі положення законопроекту не відповідають принципу правової визначеності. Відповідно до правової позиції Конституційного Суду України принцип правової визначеності вимагає чіткості, *зрозумілості й однозначності* правових норм, зокрема, їх *передбачуваності* (прогнозованості) та стабільності (абз. 6 п. 2.1 мотивувальної частини Рішення Великої палати Конституційного Суду України від 20.12.2017 № 2-р/2017), що в деяких новелах законопроекту не простежується.

Європейським судом з прав людини також неодноразово підкреслювалося, що закони мають відповідати встановленому Конвенцією про захист прав людини і основоположних свобод стандарту, який вимагає достатньо чіткого формулювання правових норм у тексті нормативно-правових актів. Зокрема, «закон має бути доступним для зацікавлених осіб та сформульованим з достатньою точністю для того, щоб надати їм можливість регулювати свою поведінку аби бути здатними – за потреби, за відповідної консультації – передбачати тією мірою, що є розумною за відповідних обставин, наслідки, які може потягнути за собою його дія» (рішення по справі «Вєренцов проти України» (Заява № 20372/11))[[1]](#footnote-1).

Зокрема, виникають запитання з приводу змін до розділу V «Прикінцеві положення» Закону України «Про рекламу» (далі – Закон), якими пропонується встановити, що «тимчасово, на період дії карантину, установленого Кабінетом Міністрів України з метою запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, засоби масової інформації — розповсюджувачі реклами, діяльність яких повністю або частково фінансується з державного або місцевих бюджетів, зобов’язані *додатково до обсягу соціальної реклами, визначеного частиною четвертою статті 12 цього Закону*, розміщувати соціальну рекламу державних органів та органів місцевого самоврядування, громадських об’єднань, спрямовану на запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, *пріоритетно* і безкоштовно *в обсязі, визначеному частиною четвертою статті 12 цього Закону*».

*По-перше*, відповідно до чинних положень ч. 4 ст. 12 Закону засоби масової інформації - розповсюджувачі реклами, діяльність яких повністю або частково фінансується з державного або місцевих бюджетів, зобов'язані розміщувати соціальну рекламу державних органів та органів місцевого самоврядування, громадських організацій безкоштовно *в обсязі не менше 5 відсотків ефірного часу, друкованої площі, відведених для реклами*.

У запропонованій новелі з однієї сторони передбачається, що зазначена реклама розповсюджується «*додатково до обсягу соціальної реклами, визначеного частиною четвертою статті 12 цього Закону»* (тобто понад 5 відсотків ефірного часу, друкованої площі, відведених для реклами). В іншому ж місці вказується, що така реклама поширюється «*в обсязі, визначеному частиною четвертою статті 12 цього Закону*».

З метою усунення неоднозначного розуміння запропонованої редакції правової норми, виглядає за доцільне уточнити конкретні обсяги соціальної реклами державних органів та органів місцевого самоврядування, громадських об’єднань, спрямованої на запобігання поширенню на території України гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2, та співвідношення обсягу такої реклами з обсягом соціальної реклами, передбаченої в ч. 4 ст. 12 Закону.

*По-друге*, в процесі правозастосування запропонованих змін до Закону, у разі їх прийняття, можуть виникнути складнощі внаслідок недостатньо визначених положень стосовно *пріоритетності* розміщення зазначеної реклами, що доцільно уточнити.

Перший заступник керівника

Головного управління С. Гудзинський

Вик.: В. Грицак

1. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/974\_945#Text [↑](#footnote-ref-1)