### Реферат на тему:

**Законодательство Украины относительно рекламы**

**1. Закон Украины "О рекламе"**

Закон "О рекламе" (в 1996 г.) регулирует правовые отношения, которые возникают в процессе создания и распространения рекламы в Украине. Действие данного закона не распространяется на правоотношения, связанные с информацией о социальных событиях, деятельности политических партий, религиозных и общественных организаций, предназначенной для их поддержки.

Если международными обязательствами Украины установлены другие правила, чем те, которые предусмотрены законодательством Украины о рекламе, применяются правила за международными обязательствами.

Закон определяет такие понятия в сфере рекламной деятельности:

• реклама — специальная информация о лицах или продукции, которая распространяется в любой форме и в любой способ с целью прямого или опосредствованного получения выгоды;

• лицо — любое физическое или юридическое лицо;

• продукция — товары, работа, услуги, ценные бумаги;

• рекламодатель — лицо, которое является заказчиком рекламы для ее производства и (или) распространения;

• производитель рекламы — лицо, которое полностью или частично осуществляет производство рекламы;

• распространитель рекламы — лицо, которое осуществляет распространение рекламы любыми средствами;

• потребитель рекламы — любое лицо или группа лиц, на которых направлена реклама;

• рекламные средства — средства, которые используются для доведения рекламы до потребителя в любой форме и в любой способ;

• спонсор — лицо, которое с целью популяризации своего имени (названия), торговой марки материально поддерживает любую деятельность без получения выгоды.

Основными принципами деятельности в сфере рекламы является соблюдение всеми субъектами рекламной деятельности законности, точности, достоверности рекламы, использования государственной и других языков согласно законодательству Украины, использования форм и средств, которые не наносят потребителю морального, физического или психического вреда. Реклама должна быть четко отделена от другой информации так, чтобы ее (независимо от форм или средств распространения) можно было идентифицировать как рекламу. Реклама на телевидении и радио должна быть четко отделена от других программ с помощью аудіо- и відеозасобів или комментариев ведучих. Любой информационный, авторский или редакционный материал, который целеустремленно обращает внимание потребителей на конкретную марку (модель, артикул) продукции или на ее производителя для формирования интереса к продукции и содействию ее реализации, а также содержит выходные данные (реквизиты) лица, которое производит и распространяет отмеченную продукцию, считается рекламой и подлежит всем рекламным правилам.

Законом запрещена недобросовестная реклама, то есть рекламу, которая содержит неточные или недостоверные данные, двусмысленности, преувеличения, умалчивания, нарушения требований, предусмотренных законодательством Украины, которая вводит или может ввести в заблуждение потребителей, нанести вред отдельным личностям или государству. Не считается недобросовестной реклама, что использует психологические средства и специальные эффекты с целью привлечь внимание, вызывать доброжелательный смех или другие позитивные эмоции.

Законом запрещено:

1. Распространять сведения о продукции, производство или реализация которой запрещенные законодательством Украины.

2. Прибегать к дискриминационным утверждениям за признаками происхождения, социального и имущественного состояния, расовой и национальной принадлежности, пола, образования, языка, вероисповедания, характера занятий, местожительства и других обстоятельств.

Запрещается также сравнивать и дискредитировать продукцию других фирм (лиц) (вообще сравнительная реклама в Украине запрещена, а вот в США это разрешено).

3. Подавать сведения или призывать к действиям, которые противоречат действующему законодательству, наносят или могут нанести вред окружающей среде, здоровью или жизни людей, а также побуждают к пренебрежению средствами безопасности.

4. Использовать средства и технологии, которые непосредственно влияют на подсознание потребителя.

5. Прибегать к утверждениям, обидчивым для лиц, которые не пользуются продукцией, которая рекламируется.

6. Использовать или имитировать изображение Государственного герба, Государственного флага и звучания Государственного гимна Украины, изображения государственных символов других государств и международных организаций, а также официальные названия государственных органов Украины, кроме случаев, предусмотренных законодательством.

7. Рекламировать продукцию, которая подлежит обязательной сертификации, или продукцию, производство или реализация которой нуждаются в специальном разрешении (лицензии), при отсутствии таких.

8. Вмещать изображение любого физического лица или использовать ее имя без ее согласия.

9. Имитировать (копировать или наследовать) художественное решение, текст, изображение, музыкальные или звуковые эффекты, которые используются в рекламе другой продукции, если другое не предусмотрено законодательством Украины об авторском праве и смежных правах.

10. Использовать бесплатные номера телефонов милиции, скорой медицинской помощи, пожарной охраны и других аналогичных служб для рекламы.

11. Ведущие, дикторы и другие участники радиопередачи теле за пределами рекламного времени не имеют право специально демонстрировать товары или продукцию или характеризовать их потребительские качества как прямо, так и опосредствовано (с помощью одежды, оформление телестудии, изображения и тому подобное). Телерадиопрацивникам запрещается маскировать рекламу под информацию, в частности называть реквизиты производителя продукции или услуг (адрес, контактный телефон, счет), сообщать коммерческие признаки товара или услуг.

12. Размещать внешнюю рекламу методом окрашивания, наклеивания на поверхностях элементов уличного оборудования, зданий и сооружений, если другое не предусмотрено соглашением с их владельцами; на пешеходных дорожках, аллеях с уничтожением зеленых насаждений; размещать внешнюю рекламу в помещениях органов власти, дошкольных заведений образования, средних общеобразовательных школ и специальных общеобразовательных заведений (это правило не распространяется на социальную рекламную информацию); в (на) зданиях и сооружениях, которые имеют историко-культурную ценность.

13. Распространять рекламу через радиотрансляционных или другие звуковые сети оповещения пассажиров в транспортных средствах общественного пользования, на станциях метрополитена, вокзалах, портах, аэропортах (за исключением социальной рекламной информации).

14. Приостанавливать для показа рекламы демонстрацию художественных и документальных фильмов в кинотеатрах, видеосалонах и других заведениях, где осуществляется публичный показ кіно-, відео-, слайдовых фильмов.

15. Реклама не должна содержать описаний или изображений несовершеннолетних в опасных ситуациях или при обстоятельствах, что в случае их имитации могут нанести вред несовершеннолетнему или другим лицам, а также информации, которая способствует легкомысленному отношению несовершеннолетних к опасным для здоровья и жизни ситуаций.

16. Запрещается реклама с использованием изображений несовершеннолетних, которые потребляют или используют продукцию, предназначенную только для взрослых или запрещенную для приобретения (потребление) несовершеннолетними, а также реклама, ориентированная на легковерие или отсутствие опыта в несовершеннолетних, реклама с использованием изображений настоящего или игрушечного оружия, звуковой имитацией стрельбы и тому подобное.

Закон Украины "О рекламе" в третьем разделе рассматривает особенности рекламирования некоторых видов продукции, в частности лекарственных средств, табачных изделий, алкогольных напитков, оружия, рекламирование услуг, связанных с привлечением средств населения, ценных бумаг, а также порядок рекламирования снижения цен на продукцию (распродажа), рекламирование тех видов предпринимательской деятельности, которые нуждаются в специальном разрешении.

Да, реклама лекарственных средств для детей и несовершеннолетних осуществляется только с разрешения Министерства здравоохранения Украины; запрещается реклама лечебных сеансов, других аналогичных мероприятий с использованием гипноза и других методов психического и биоэнергетического влияния без разрешения того же министерства; запрещается вмещать в рекламе сведения, которые могут производить впечатление, что при использовании рекламируемых лекарств медицинская консультация со специалистами не является обязательной, а лечебный эффект абсолютно гарантированно; запрещается также рекламировать лекарства под видом продуктов питания, косметических или других широко используемых продуктов.

Реклама табачных изделий должна информировать о содержании вредных для здоровья веществ и их количестве и в любых случаях реклама табачных изделий и алкогольных напитков должна обязательно сопровождаться предупреждениям о вреде тютюнокуріння и употребление алкоголя. Кроме того, согласно действующему законодательству реклама табачных изделий и алкогольных напитков:

1) запрещается на телевидении и на радио;

2) запрещается на упаковках любой продукции и в печатных изданиях, которые предназначены для лиц, которым не исполнилось 18 лет, а также в рассчитанных на названные лица частях других печатных изданий;

3) запрещается на первых и последних страницах газет, на обложках журналов и других периодических изданий;

4) не может изображать лица, популярные среди молодежи до 18 годов;

5) запрещается привлечение к такой рекламе фотомоделей, которым не исполнилось 25 лет;

6) не может содержать изображения процесса курения или другого потребления табачных изделий и алкогольных напитков;

7) не может содержать прямых или опосредствованных утверждений, что курение или употребление алкоголя является важным фактором достижения жизненного успеха;

8) не может поощрять к избыточному употреблению алкогольные напитки или курение или негативно расценивать факт отказа от употребления табачных изделий и алкогольных напитков;

9) не может изображать медицинских работников или людей, которые имеют вид таких;

10) запрещается любое бесплатное распространение образцов табачных изделий и алкогольных напитков; спонсирование любых мероприятий, предназначенных для лиц до 18 годов, если при этом используется название или изображение табачных изделий или алкогольных напитков; распространение или продажа товаров (футболок, головных уборов, продуктов питания и тому подобное) с использованием названия и товарного знака табачных изделий и алкогольных напитков лицам, которые не достигли 18-летнего возраста. По закону "О рекламе" порядок рекламирования боевого оружия, вооружений и военной техники, а также оружию, которое в соответствии с законодательством Украины может находиться в собственности физических лиц, устанавливается Кабинетом Министров Украины, а реклама оружия осуществляется только в специализированных изданиях, а также непосредственно в помещениях торговых заведений (предприятий), которые реализуют оружие или на соответствующих выставках (мероприятиях).

В рекламе услуг, связанных с привлечением средств населения, продажей ценных бумаг, запрещается сообщать размеры ожидаемых дивидендов, а также информацию о будущих прибылях, кроме фактически выплаченных не меньше, чем за один год.

Реклама о снижении цен на продукцию (распродажа) должна содержать сведения о месте, дать начала и окончания распродажи, а также процентное соотношение скидки к предыдущей цене товара.

Кроме того, законом обусловлены такие нормы и правила рекламирование в Украине:

• рекламодатель обязан по требованию производителя или распространителя рекламы дать документальные подтверждения достоверности информации;

• рекламирование услуг, связанных с привлечением средств населения (банковских, страховых и тому подобное) и продажей ценных бумаг или рекламированием лиц, которые осуществляют такую деятельность, возможно лишь при наличии у таких лиц соответствующей лицензии или другого разрешения; такая реклама обязательно должна подавать наименование органа, который выдал лицензию или специальное разрешение, и ее (его) номер (кроме случаев, когда рекламируются только логотип фирмы или название юридического лица);

• лица, которые осуществляют на безоплатной основе деятельность из производства и распространения социальной рекламной информации, в том числе и за счет собственных средств, пользуются льготами, предусмотренными законодательством для благотворительной деятельности; распространители реклама, деятельность которой полностью или частично финансируется из государственного бюджета, обязана размещать социальную рекламную информацию государственных органов бесплатно в объеме не менее 5 % эфирного времени (печатной площади), предоставленного для рекламы;

• время рекламному вещание не может превышать 9 минут на каждый час вещание для телерадиоорганизаций любой формы собственности (не распространяется на специализированные рекламные каналы вещание);

• запрещается перерывать с целью размещение рекламы трансляции сессий Верховной Рады Украины, Верховной Рады Автономной Республики Крым, трансляцию официальных государственных мероприятий и церемоний, выступления Президента Украины, Председателя Верховной Рады Украины

Премьер-министра Украины, Председателя Конституционного Суда Украины, народных депутатов, членов правительства Украины. Трансляция концертно-зрелищных и спортивных программ длительностью свыше 45 минут может быть приостановлена для рекламы только один раз по каждому полному 45-минутному промежутку времени. Не могут быть переривані также кіно- и телефильмы. Реклама размешивается или перед их началом, или по завершении. Телепередачи длительностью свыше 10 минут не могут совмещаться с рекламной информацией без согласования с владельцем авторского права на конкретную передачу. Запрещается реклама в передачах, рассчитанных на детскую (до 14 годов) аудиторию;

• реклама с помощью телексной и факсимильной связи при отсутствии специального запроса получателя запрещается, кроме одноразовой рассылки рекламы объемом не больше одной печатной страницы по одному адресу в часовом интервале с 21 часа до 7 часа по местному времени;

• реклама услуги, которая предоставляется с использованием местной, междугородной или международной телефонной связи, при распространении ее в рекламных средствах должен содержать точную информацию о платном или бесплатном характере услуги, ее содержании, вековых и других ограничениях, установленных действующим законодательством и производителем услуги относительно круга ее потребителей, стоимость одной минуты пользования услугой в соответствующем регионе.

Эта информация должна быть напечатана шрифтом, размер (кегль) которого не меньше половины кегля шрифта, что им набран номер телефона, который используется для предоставления рекламной услуги;

• реклама табачных изделий и алкогольных напитков не может размещаться ближе, чем за 200 метров от территории детских дошкольных заведений, средних общеобразовательных школ и других заведений образования, в которых учатся деть в возрасте до 18 годов;

• рекламодатели табачных изделий и алкогольных напитков обязаны направить на производство социальной рекламной информации относительно вреда курения и употребления алкоголя не менее пяти процентов средств, потраченных на распространение ими в пределах Украины рекламы табачных изделий или алкогольных напитков;

• реклама тех видов предпринимательской деятельности, которые согласно законодательству Украины нуждаются в специальном разрешении, повинна содержать ссылку на номер лицензии и наименования органа, что ее выдал.

Ответственность за нарушение Закона Украины "О рекламе" наступает, когда:

• распространяется реклама, запрещенная действующим законодательством;

• нарушен порядок изготовления и распространения рекламы;

• недодержаны требования законодательства относительно содержания и достоверности рекламы.

Закон Украины "О рекламе" предусматривает штрафование субъектов предпринимательской деятельности:

• при распространении рекламы на продукцию, производство или реализация которой запрещенные законодательством Украины, — в размере пятикратной стоимости распространения такой рекламы;

• при распространении рекламы, запрещенной действующим законодательством, — в размере четырехкратной стоимости распространения такой рекламы;

• при нарушении порядка изготовления и распространения рекламы — в размере четырехкратной стоимости распространения такой рекламы;

• при несоблюдении требований законодательства относительно содержания и достоверности рекламы — в размере пятикратной стоимости распространения такой рекламы;

• публичное опровержение недобросовестной рекламы осуществляется добровольно или по решению суда за счет винного лица. Опровержение осуществляется через то же рекламное средство с использованием того же пространства, времени, места и в том же порядке, в котором осуществлялась недобросовестная реклама.

**2. Закон Украины "О защите от недобросовестной конкуренции"**

Частично рекламирование регулируется также Законом Украины "О защите от недобросовестной конкуренции", принятым Верховной Радой Украины 7 июня в 1996 г.

Раздел 2 данного Закона "Неправомерное использование деловой репутации хозяйственного субъекта (предпринимателя)" содержит статьи, которые касаются рекламы, в частности ст. 4 "Неправомерное использование чужих обозначений, рекламных материалов, упаковки", в. 5 "Неправомерное использование товара другого производителя", ст. 6 "Копирования внешнего вида изделия", ст. 7 "Сравнительная реклама".

Да, ст. 4 Закона определяет, что неправомерным является использование без разрешения уполномоченной на то лица чужого имени, фирменного наименования или товарных знаков, а также заимствования оформления упаковки товаров, названий литературных, художественных произведений или периодических изданий, названий мест происхождения товаров, если это может привести к путанице относительно деятельности другого субъекта ведения (предпринимателя) хозяйства, которое имеет приоритет на их использование. Однако использование в фирменном наименовании собственного имени физического лица не считается неправомерным, когда к собственному имени добавляется любой объясняющий элемент, который предотвращает такую путаницу.

Статья 5 определяет понятие неправомерного использования товара другого производителя, то есть введение в хозяйственное обращение под собственной маркой (названием) товара другого производителя с изменением или снятием марки (названия) этого производителя без разрешения уполномоченной на то лица.

В ст. 6 рассматривается понятие о копировании внешнего вида изделия, то есть о воссоздании внешнего вида изделия другого субъекта ведения (предпринимателя) хозяйства и введения его в хозяйственное обращение без однозначного указания на производителя оригинала и производителя копии. Но не признается неправомерным копирование внешнего вида изделия или его частей, если такое копирование предопределенно сугубо функциональным применением изделия. Действие этой статьи не распространяется на объекты интеллектуальной собственности, которые подлежат специальной охране.

Статья 7 объясняет определение сравнительной рекламы, то есть такой, которая содержит сравнение с товарами, работами, услугами или деятельностью другого субъекта ведения хозяйства (предпринимателя).

Такая реклама вообще запрещается, но не признается неправомерным сравнение, если приведены сведения о товарах, работы, услуги подтверждены фактическими данными, являются достоверными, объективными, полезными для информирования потребителей.

Раздел 6 закона определяет правовые принципы защиты от недобросовестной конкуренции:

• дела о недобросовестной конкуренции рассматриваются Анти-монопольним комитетом Украины и его территориальными отделениями (ст. 27);

• лица, права которых нарушены действиями, квалифицированными данным законом как недобросовестная конкуренция, могут в течение шести месяцев

со дня, когда они узнали или могли узнать о нарушении, обратиться к Антимонопольному комитету Украины, его территориальных отделений с заявлением о защите своих прав (ст. 28).

Рассмотрев дело, Антимонопольный комитет Украины, его территориальные отделения выдают распоряжение о:

а) запрещение лицу, в действиях которого видятся признаки нарушения (ответчику), совершать определенные действия;

б) наложение ареста на имущество или средства, которые принадлежат ответчику.

Распоряжение можно обжаловать в суде или арбитражном суде в пятнадцатьдневной срок из дня получения ответчиком его копии.

В случае признания судорог (арбитражным судом) отсутствия в действиях ответчика фактов правонарушения он имеет право на возмещение убытков, нанесенных ему неправомерным решением Антимонопольного комитета (его отделений) в порядке, определенном гражданским законодательством Украины (ст. 29).

**3. Закон Украины "Об охране прав на знаки для товаров и услуг"**

Закон введен в строй 1 июля в 1994 г. согласно Постановлению Верховной Рады Украины № 3771-12. Он регулирует отношения, которые возникают в связи с приобретением и осуществлением собственности на основной элемент брендингу — торговую марку, знаки для товаров и услуг.

Согласно ст. 5 Закона правовая охрана предоставляется торговому знаку, который не противореччит общественным интересам, принципам гуманности и морали и на который не распространяются основания для отказа в предоставлении правовой охраны.

Объектом знака могут быть словесные, изображающие, объемные и другие обозначения и их комбинации, выполненные в любом цвете или сочетании цветов.

Право на знак удостоверяется соответствующим свидетельством.

Срок действия свидетельства составляет 10 лет от даты представления заявки к Государственному комитету Украины по вопросам интеллектуальной собственности (Госпатент Украины). Госпатент Украины продолжает действие свидетельства за ходатайством владельца, поданным в течение последнего года действия свидетельства, каждый раз на 10 лет.

Приоритет на получение свидетельства имеет заявитель (юридическое или физическое лицо), заявка которого имеет более раннюю дату представления.

Согласно ст. 6 Закона не могут получить правовую охрану знаки для товаров или услуг, которые изображают или воспроизводят:

• государственные символы и эмблемы, официальные названия государств, сокращенные или полные наименования международных межправительственных организаций, официальные контрольные и пробирные клейма, печати награды на другие государственные отличия;

• знаки, которые являются обманчивыми или такими, которые могут ввести в заблуждение относительно товара, услуги или лица, которое производит товар или предоставляет услугу; является общеупотребительными символами и сроками;

• знаки, которые являются тождественными или похожими настолько, что их можно спутать со знаками, которые были уже зарегистрированы или заявлены на регистрацию в Украине на имя другого лица для однородных товаров и услуг;

• промышленные образцы, права на которых принадлежат в Украине другим лицам; названия известных в Украине произведений науки, литературы и искусства и их фрагменты без согласия владельцев авторского права; фамилии, имена, псевдонимы, портреты, факсимиле известных в Украине лиц без их согласия.

Согласно ст. 16 свидетельство предоставляет его владельцу исключительное право пользоваться и распоряжаться знаком по своему усмотрению. Использованием знака признается применение его на товарах, на упаковке товаров, в рекламе, на вывесках, во время демонстрации экспонатов на выставках, в проспектах, буклетах, на бланках и другой документации, связанной с введением отмеченных товаров или услуг в хозяйственную деятельность.

Владелец свидетельства может передать на основании договора право собственности на знак любому лицу, которое становится правопреемником владельца свидетельства.

На основании лицензионного договора владелец свидетельства имеет право предоставить разрешение на использование знака (например, при составлении соглашения о франчайзинге).

Иностранные граждане имеют уровни с гражданами Украины права, предусмотренные Законом в соответствии с международными договорами Украины или на основе принципа взаимности.

Закон определяет порядок получения свидетельства, права и обязанности владельца свидетельства, порядок прекращения действия свидетельства и признания его недействительным.

Статья 20 Закона определяет, что любое посягательство на права владельца свидетельства, предусмотрен в. 16, считается нарушением прав владельца свидетельства, которое предусматривает ответственность согласно действующему законодательству Украины. Владелец свидетельства имеет право требовать устранения из товара знака или обозначения, похожего с ним настолько, что их можно спутать, или уничтожения изготовленных изображений знака. В ст. 21 "Право повторной регистрации" отмечается, что никто другой, кроме прежнего владельца свидетельства, не имеет право на повторную регистрацию знака в течение трех лет после прекращения действия свидетельства согласно ст. 18 Закона.

**4. Законодательство Украины, которое опосредствовано, касается рекламы**

Рекламная деятельность в Украине в известной мере регламентируется также законами об информации и средствах массовой информации. В приведенных дальше выдержках из данных законов содержатся их соответствующие законодательные положения относительно рекламы и рекламной деятельности.

**4.1. Закон Украины "Об информации"**

Закон введен в строй 6 апреля в 2000 г. № 1642-ІП. Он закрепляет право граждан Украины на информацию, закладывает правовые основы информационной деятельности. Основываясь на Декларации о государственном суверенитете Украины и Акте провозглашения независимости Украины. Закон утверждает информационный суверенитет Украины и определяет правовые формы международного сотрудничества в сфере информации.

Под информацией данный Закон объясняет документируемые или публично объявлены сведения о событиях и явлениях, которые происходят в обществе, государстве и окружающей естественной среде. Закон устанавливает общие правовые основы получения, использования, распространения и хранения информации, закрепляет право личности на информацию во всех сферах общественной и государственной жизни Украины, а также систему информации, ее источника, определяет статус участников информационных отношений, регулирует доступ к информации и обеспечивает ее охрану, защищает лицо и общество от неправдивой информации.

Действие данного Закона распространяется на информационные отношения, которые возникают во всех сферах жизни и деятельности общества и государства при получении, использовании, распространении и хранении информации. Рекламная информация также подпадает под действие Закона.

Раздел И ст. 5 Закона устанавливает основные принципы информационных отношений:

• гарантированность права на информацию;

• открытость, доступность информации та свобода ее обмена;

• объективность, достоверность информации;

• полнота и точность информации;

• законность получения, использования, распространения и хранения информации.

Согласно ст. 6, Государственная информационная политика — это совокупность основных направлений и способов деятельности государства относительно получения, использования, распространения и хранения информации.

Субъектами информационных отношений (ст. 7) считаются:

• граждане Украины;

• юридические лица;

• государство.

Субъектами информационных отношений по закону этим могут быть также другие государства, их граждане и юридические лица, международные организации и лица без гражданства.

Объектами информационных отношений является документируемая или публично объявляемая информация о событиях и явлениях в сфере политики, экономики, культуры, здравоохранения, а также в социальной, экологической, международной и других сферах (ст. 8).

Все граждане Украины, юридические лица и государственные органы имеют право на информацию, которая предусматривает возможность свободного получения, использования, распространения и хранения сведений, необходимых им для реализации ими своих прав, свобод и законных интересов, осуществления заданий и функций.

Реализация права на информацию гражданами, юридическими лицами и государством не должна нарушать общественные, политические, экономические, социальные, духовные, экологические и другие права, свободы и законные интересы других граждан, прав и интересов юридических лиц.

Каждому гражданину обеспечивается свободный доступ к информации, которая касается его лично, кроме случаев, предусмотренных законами Украины.

Право на информацию обеспечивается (ст. 10):

• обязанностью органов государственной власти, а также органов местного и регионального самоуправления информировать о своей деятельности и принято решения;

• созданием в государственных органах специальных информационных служб или систем, которые обеспечивали бы в установленном порядке доступ к информации;

• свободным доступом субъектов информационных отношений к статистическим данным, архивным, библиотечных и музейных фондов; ограничения этого доступа предопределяются лишь спецификой ценностей и особенными условиями их сохранность, которая определяется законодательством;

• созданием механизма осуществления права на информацию;

• осуществлением государственного контроля за сдержкой законодательства об информации;

• установлением ответственности за нарушение законодательства об информации.

Язык информации определяется Законом "О языках в Украине", другими законодательными актами Украины в этой отрасли, международными договорами и соглашениями, ратифицированными Украиной.

Раздел II Закона определяет информационную деятельность как совокупность действий, направленных на удовольствие информационных потребностей граждан, юридических лиц и государства.

С целью удовлетворения этих потребностей органы государственной власти и органы местного и регионального самоуправления создают информационные службы, системы, сети, базы и банки данные.

Согласно ст. 13 Закона, основными направлениями информационной деятельности политический, экономический, социальный, духовный, экологический, научно-технический, международный но др.

Государство гарантирует свободу информационной деятельности в этих направлениях всем гражданам и юридическим лицам в пределах их прав и свобод, функций и полномочий.

В ст. 14 определяется, что основными видами информационной деятельности является получение, использование, распространение и хранение информации.

В разделе III Закона объясняются отрасли, виды, источники информации и режим доступа к ней. Согласно ст. 17 отрасли інформації— это совокупность документируемых или публично объявленных сведений об относительно самостоятельные сферы жизни и деятельности общества и государства. Основными отраслями информации политическая, экономическая, духовная, научно-техническая, социальная, экологическая, международная.

В ст. 18 определяются основные виды информации:

• статистическая информация;

• массовая информация;

• информация о деятельности государственных органов власти и органов местного и регионального самоуправления;

• правовая информация;

• информация о лице;

• информация справочно-энциклопедического характера;

• социологическая информация.

Распространение рекламы осуществляется массовой информацией и ее средствами (ст. 20).

Массовая информация — это публично распространяемая печатная и аудиовизуальная информация. Печатными средствами массовой информации являются периодические печатные издания — газеты, журналы, бюллетени и тому подобное и разовые издания с определенным тиражом. К аудиовизуальным средствам массовой информации принадлежат радиовещания, телевидение, кино, звукозапись, видеозапись и тому подобное.

Источниками информации (ст. 26) предусмотрены или установлены Законом носители информации: документы и другие носители информации, которые являют собой материальные объекты, которые хранят информацию, а также сообщение средств массовой информации, публичные выступления.

Доступ к открытой информации (ст. 29) обеспечивается путем:

• систематической публикации ее в официальных печатных изданиях (бюллетенях, сборниках);

• распространение ее средствами массовой коммуникации;

• непосредственного ее предоставления заинтересованным гражданам, государственным органам и юридическим лицам.

Порядок и условия предоставления гражданам, государственным органам, юридическим лицам и представителям общественности сведений за запросами устанавливаются данным Законом или договорами, если предоставление информации осуществляется на договорной основе.

Подавляющим правом на получение информации пользуются граждане, которым эта информация необходима для выполнения своих профессиональных обязанностей (например, для проведения маркетинговых исследований).

Статьей 38 устанавливается право собственности на информацию — урегулированы законом общественные отношения относительно владения, пользования и распоряжения информацией.

Информация (в том числе и рекламная) является объектом права собственности граждан, организаций (юридических лиц) и государства. Информация может быть объектом права собственности как в полном объеме, так и объектом лишь владения, пользования или распоряжения.

Владелец информации относительно объектов своей собственности имеет право осуществлять любые законные действия. Основаниями возникновения права собственности на информацию считаются:

• создание информации своими силами и за свой счет;

• договор на создание информации;

• договор, который содержит условия перехода права собственности на информацию к другому лицу.

Информация, созданная несколькими гражданами или юридическими лицами, является коллективной собственностью ее творцов. Порядок и правила пользование такой собственностью определяются договорами, заключенными между совладельцами.

Информация, созданная организациями (юридическими лицами) или приобретенная ими другим законным способом, является собственностью этих организаций.

Информация, созданная на средства государственного бюджета, является государственной собственностью. Информация, созданная на правах индивидуальной собственности, может быть государственной собственностью в случае передачи ее на хранение в соответствующие банки данных, фонды или архивы на договорной основе.

Информационная продукция и информационные услуги граждан и юридических лиц, которые занимаются информационной деятельностью, могут быть объектами товарных отношений, которые регулируются действующим гражданским и другим законодательством (ст. 39).

Информационная продукция — это материализован результат информационной деятельности, предназначенный для удовлетворения информационных потребностей граждан, государственных органов, предприятий, учреждений и организаций (ст. 40).

Информационная услуга — это осуществление в определенной законом форме информационной деятельности относительно доведения информационной продукции до потребителей с целью удовлетворения их информационных потребностей (ст. 41).

Участниками информационных отношений являются граждане, юридические лица или государство, которые приобретают предусмотренные законом права и обязанности в процессе информационной деятельности. Основными участниками этих отношений являются авторы, потребители, распространители, хранители (охранники) информации (ст. 42).

Право на информацию охраняется законом. Государство гарантирует всем участникам информационных отношений уровни права и возможности доступа к информации. Никто не может ограничивать право личности в выборе форм и источников получения информации, за исключением случаев, предусмотренных законом. Субъект права на информацию может требовать устранения любых нарушений его права.

Запрещается исключение печатных изданий, экспонатов, информационных банков, документов из архивных, библиотечных, музейных фондов и уничтожения их из идеологических или политических соображений (ст. 45).

Нарушение законодательства Украины об информации предусматривает дисциплинарную, гражданско-правовую, административную или криминальную ответственность согласно законодательству Украины (ст. 47).

Отвечает за нарушение законодательство об информации лица, виновное в совершении таких нарушений:

• необоснован отказ от предоставления соответствующей информации;

• предоставление информации, которая не отвечает действительности;

• несвоевременное предоставление информации;

• преднамеренное укрывательство информации;

• принуждение к распространению или препятствию распространению или безосновательный отказ от распространения определенной информации;

• распространения сведений, которые не отвечают действительности, позорят честь и достоинство лица;

• использование и распространение информации относительно личной жизни гражданина без его согласия лицом, которое является владельцем соответствующей информации в результате выполнения своих служебных обязанностей;

• разглашение государственной или другой тайны, которая охраняется законом, лицом, которое должно охранять эту тайну;

• нарушение порядка хранения информации;

• преднамеренное уничтожение информации;

• необосновано отнесение отдельных видов информации к категории сведений с ограниченным доступом.

Реклама во внешнеэкономической деятельности должна учитывать требования раздела VI Закона Украины "Международная информационная деятельность, сотрудничество с другими государственными и международными организациями в отрасли информации".

Международная информационная деятельность (ст. 50) заключается в обеспечении граждан, государственных органов, предприятий, учреждений и организаций официальной документируемой или публично объявляемой информацией о внешнеполитической деятельности Украины, о событиях и явлениях в других странах, а также в целеустремленном распространении за пределами Украины государственными органами и объединениями граждан, средствами массовой информации и гражданами всесторонней информации об Украине.

Граждане Украины имеют право на свободный и беспрепятственный доступ к информации через зарубежные источники, включая прямому телевизионному вещание, радиовещанию и прессе.

Международное сотрудничество в отрасли информации по вопросам, которые представляют взаимный интерес, осуществляется на основе международных договоров, заключенных Украиной и юридическими лицами, которые занимаются информационной деятельностью.

Государственные органы и другие юридические лица, которые занимаются информационной деятельностью, могут непосредственно осуществлять внешнеэкономическую деятельность в собственных интересах, а также в интересах индивидуальных и коллективных потребителей, которых они обслуживают и которым гарантируют получение зарубежной информации (ст. 51).

Экспорт и импорт информационной продукции (услуг) осуществляются согласно законодательству Украины о внешнеэкономической деятельности.

**4.2. Закон Украины "Об издательском деле" (от 4.06.97 № 318/97-ВР)**

Данный Закон определяет общие принципы издательского дела, регулирует порядок организации и издательской деятельности, распространения издательской продукции, условия взаимоотношений и функционирования субъектов издательского дела.

Согласно Конституции Украины, данный Закон должен содействовать национально-культурному развитию украинского народа, граждан Украины всех национальностей, утверждению их духовности и морали, доступа членов общества к общечеловеческим ценностям, защите прав и интересов авторов, издателей, изготовителей, распространителей и потребителей издательской продукции.

Статья 2 Закона определяет, что издательское дело — это сфера общественных отношений, которые совмещают в себе организационно творческую и производственно-хозяйственную деятельность юридических и физических лиц, занятых созданием, изготовлением и распространением издательской продукции. К составляющим издательского дела принадлежат:

• издательская деятельность — совокупность организационных, творческих, производственных мероприятий, направленных на подготовку и выпуск в мир издательской продукции;

• изготовление издательской продукции — производственно-технологический процесс воссоздания определенным тиражом издательского оригинала полиграфическими или другими техническими средствами (в том числе и рекламной продукции);

• распространение издательской продукции — доведение издательской продукции до потребителя как через торговую сеть, так и другими способами.

Издательское дело направлено на:

• удовлетворение потребностей лица, общества, государства в издательской продукции и получения прибыли от этого вида деятельности;

• создание возможностей для самого выявления граждан как авторов независимо от расы, цвета кожи, политических, религиозных и других убеждений, пола, этнического и социального происхождения, имущественного состояния, местожительства, языковых или других признаков;

• обеспечение права на свободу мысли и слова, на свободное высказывание своих взглядов и убеждений;

• содействие культурному развитию украинского народа путем увеличения общего количества тиражей, объемов и расширения тематического направления украинского книгоиздания;

• обеспечение доступа украинского общества к общечеловеческим ценностям путем перевода государственным языком лучших достижений мировой литературы, науки и тому подобное, налаживание сотрудничества с иностранными издательствами, украинской диаспорой, заключение соответствующих международных соглашений;

• осуществление книгоиздания русским языком для обеспечения культурных потребностей российского населения в Украине с учетом импорта печатной продукции;

• осуществление книгоиздания языками других национальных меньшинств в Украине;

• увеличение количества изданий иностранными языками, которые распространяли бы в мире знание об Украине;

• укрепление материально-технической базы издательско-полиграфического комплекса и сети распространения издательской продукции. Согласно ст. 8 данного Закона по издательскому делу язык используется в соответствии со ст. 10 Конституции Украины, Закона Украины "О языках в Украине" и другими законодательными актами Украины. Рекламная информация осуществляется только украинским языком.

Вся печатная продукция, предназначенная для служебного и ужиткового пользование (бланки, формы, квитанции, билеты, удостоверения, дипломы и тому подобное), которое распространяется через государственные предприятия, учреждения и организации, издается на государственном языке.

Государство поощряет подготовку, изготовление и распространение печатных изданий государственным языком и языками национальных меньшинств, которые проживают в Украине.

Заказчиками любой издательской продукции могут быть: граждане Украины, иностранцы и лица без гражданства, которые находятся в Украине на законных основаниях, юридические лица Украины и других государств (ст. 17).

От заказчиков — авторов (соавторов), распорядителей (співупоряд-ників), переводчиков — могут приниматься заказ издателем на редакционно-издательское прорабатывание, изготовление и выпуск в мир:

• произведений общественно-политического, рекламного, справочного, учебного, научного, технического или прикладного характера;

• выступлений, лекций, речей, докладов, проповедей;

• музыкальных произведений с текстом и без текста; драматичных, музыкально драматичных произведений;

• произведений изобразительного искусства; фотографий, иллюстраций, карт, планов, эскизов;

• переводов, обработок, аннотаций, резюме, оглядел, инсценизируют, других переработок произведений и обработок фольклора (производных произведений) без причинения вреда охране оригинальных произведений, на основе которых создаются производные произведения;

• сборников произведений, антологий, энциклопедий, сборников обычных данных, включая базы данные, других составных произведений при условии, что они являются результатом творческого труда, проведенного относительно отбора и расположения материалов без причинения вреда охране произведений, которые к ним входят;

• других произведений (произведений, выданных за собственные средства, средства меценатов, спонсоров, за счет благотворительных и других фондов и тому подобное). Условия выполнения заказа на издательскую продукцию, права и

обязанности сторон определяются договорами между автором (соавторами) или лицом, которому принадлежит право собственности на объект заказа, заказчиком, издателем, изготовителем и распространителем, заключенными в соответствии с законодательством.

Изготовителем издательской продукции (в том числе заказ на изготовление полиграфической рекламной продукции) может быть полиграфическое предприятие, другое юридическое лицо любой формы собственности, граждане Украины, иностранцы и лица без гражданства, которые находятся в Украине на законных основаниях, или юридические лица другого государства, которые имеют в своем распоряжении средства полиграфического производства или копировально множительную технику (ст. 21).

Изготовитель издательской продукции отвечает согласно законодательству перед заказчиком за точное воссоздание издательского ори-

гіналу, соблюдение требований относительно качества выполнения каждого экземпляра издания в заказанном тираже, государственных и межгосударственных стандартов, технических условий и других нормативных документов.

Изготовитель не имеет право без разрешения заказчика передавать кому-либо, кроме случаев, предусмотренных законодательством, изготовленный тираж издания или его часть, издательские оригиналы, макеты, фото или печатные формы.

Изготовление без разрешения заказчика дополнительного тиража издания не допускается.

При размещении заказа на изготовление рекламной продукции необходимо иметь в виду, что, согласно ст. 23, каждый экземпляр издания должен содержать исходные сведения:

• сведения об авторах и других лицах, которые принимали участие в создании издания;

• название (основную, параллельную, ключевую, альтернативную) издания;

• выпускные данные (номер и дату выдачи документа о внесении издателя в Государственный реестр, объем издания, тираж и тому подобное);

• классификационные индексы;

• международные стандартные номера;

• знак охраны авторского права. Исходные сведения оформляет издатель.

Все книжные издания в Украине, независимо от языка основного текста, должны иметь обязательную аннотацию и исходные библиографические сведения государственным языком. Исключением могут быть только издание иностранными языками, предназначенные для распространения за рубежом или среди иностранцев.

Выход в свет издания без обязательных для него исходных сведений не допускается.

По издательскому делу запрещается (ст. 28):

• изготовлять или распространять продукцию, которая содержит информацию, отнесенную к недобросовестной рекламе, рекламу с использованием шаржирования государственных символов Украины (Государственного герба, Государственного флага, Государственного гимна) в любом виде;

• обнародовать информацию, данные, сведения, рекламировать товары, услуги, которые могут нанести вред гражданам, предприятиям, учреждениям, организациям или государству;

• изготовлять или распространять издательскую продукцию порнографического характера и такую, которая пропагандирует культ насилия и жестокости;

• изготовлять или распространять издательскую продукцию, которая проповедует религиозные вероучения, которые угрожают жизни, здоровью, морали граждан, нарушают их права и свободы или призывают к нарушению общественного порядка;

• реализовывать издательскую продукцию без разрешения ее владельца (совладельцев), кроме случаев, предусмотренных законодательством. Субъекты издательской деятельности не имеют право разглашать

данных, которые составляют государственную или другую тайну, которая охраняется законодательством.

Нарушение требований относительно сдержки стандартов, норм и правил предусматривает установленную законодательством ответственность.

4.3. Закон Украины "О печатных средствах массовой информации (прессу) в Украине" (с изменениями и дополнениями, внесенными Законами Украины от 11 ноября в 1993 г. № 3582-ХІІ, от 14 февраля 1997р. № 70/97-ВР)

Данный Закон создает правовые основы деятельности печатных средств массовой информации (прессы) в Украине, устанавливает государственные гарантии их свободы согласно Конституции Украины, Закону Украины "Об информации" и другим актам действующего законодательства и признанным Украиной международно-правовым документам.

Согласно ст. 1 Закона под печатными средствами массовой информации (прессой) в Украине понимают периодические и такие, которые продолжаются, издания, которые выходят под постоянным названием, с периодичностью один и больше номеров (выпусков) на протяжении года на основании свидетельства о государственной регистрации.

Приложения к печатным средствам массовой информации в виде изданий газетного и журнального типа являются отдельными периодическими и такими, которые продолжаются, печатными изданиями и подлежат регистрации на общих основаниях.

Отмеченные в частях первой и второй этой статьи Закона печатные издания могут включать в свой состав другие носители информации (пластинки, дискеты, магнитофонные и видеокассеты и тому подобное), распространение которых не запрещено действующим законодательством Украины. Печатное средство массовой информации считается выданным, если он подписан к выходу в свет и видрукований любым тиражом. Сфера распространения печатного средства массовой информации не ограничивается.

Деятельность печатных средств массовой информации — это сбор, творение, редактирование, подготовка информации к печати и изданию печатных средств массовой информации с целью ее распространения среди читателей (ст. 6).

Деятельность печатных средств массовой информации в сфере производства и распространения рекламы осуществляется по закону Украины "О рекламе".

Изготовлен издателем тираж отдельного выпуска издания, подписанный главным редактором к печати, является продукцией печатного средства массовой информации (ст. 29).

Субъект предпринимательской деятельности, который продает, посылает за подпиской или иным способом распространяет выданный тираж периодического и такого, которое продолжается, издание, является распространителем продукции печатного средства массовой информации. Делать препятствия распространителю в осуществлении его деятельности на законных основаниях запрещается (ст. ЗО).

Международная деятельность печатных средств массовой информации и сотрудничество в этой сфере осуществляются на основе международных договоров, заключенных Украиной, Закона Украины "Об информации", данного Закона и других актов действующего законодательства Украины. Редакции, журналисты и их профессиональные объединения принимают участие в международном сотрудничестве в сфере деятельности печатных средств массовой информации на основе договоров с гражданами и организациями других государств, а также с международными организациями (ст. 38).

Статья 39 определяет порядок распространения в Украине зарубежных печатных средств массовой информации. Для распространения зарубежного печатного средства массовой информации в Украине необходимо получить разрешение соответствующего государственного органа, если порядок распространения не установлен международным договором.

Международными договорами регулируются также порядок изготовления продукции зарубежных печатных средств массовой информации, а также их распространение в Украине.

**4.4. Закон Украины "О телевидении и радиовещании"**

(с изменениями и дополнениями, внесенными Законами Украины в течение 1995-2000pp.)

Данный Закон, по закону Украины "Об информации", регулирует деятельность телерадиоорганизаций на территории Украины, определяет правовые, экономические, социальные, организационные условия их функционирования

направленные на реализацию свободы слова, прав граждан на получение полной, достоверной и оперативной информации, на открытое и свободное обсуждение общественных вопросов.

Основные принципы деятельности телерадиоорганизаций определяются ст. 2 Закона. Телерадиоорганизации Украины в своей деятельности реализуют принципы объективности, достоверности информации, компетентности, гарантирования права каждого гражданина на доступ к информации, свободное высказывание своих взглядов и мыслей, обеспечения идеологического и политического плюрализма, соблюдения телерадіо-працівниками профессиональной этики и общечеловеческих норм морали.

Телерадиоорганизации не имеют право в своих программах призывать к насильственному изменению или свержению существующего государственного и общественного строя, нарушения территориальной целостности Украины, вести пропаганду войны, насилия и жестокости, разжигания расовой, национальной, религиозной вражды, распространять порнографию или другую информацию, которая взрывает общественную мораль или подстрекает к правонарушениям, унижает честь и достоинство человека.

С целью защиты интересов национального телерадіовиробництва и направления инвестиций на развитие национальной базы телевидения и радиовещания не менее 50 процентов от общего объема вещание каждой Телерадиоорганизации должны составлять передачи (фильмы), изготовленные непосредственно данной телерадиоорганизацией или другими юридическими лицами, которые действуют в Украине (ст. 8).

Не допускается трансляция в эфирных сетях Украины рекламной продукции, за распространение которой не оплачены Телерадиоорганизации.

Законом четко определенно порядок трансляции телерадиорекламы.

Статья 30. Реклама.

Реклама в передачах и программах должна четко отличаться и отмежевываться от других элементов данной передачи или программы.

Время вещание, отведенное на рекламу, не может превышать 15 процентов на каждый час вещание для телерадиоорганизаций любой формы собственности. Это положение не распространяется на специализированные рекламные каналы вещание.

Трансляции концертно-зрелищных и спортивных программ длительностью больше 45 минут могут быть прерваны для рекламы только один раз по полному 45-минутному промежутку времени. Не могут перерываться кіно- и телефильмы. Реклама может быть размещена перед их началом или по завершении. Телепередачи длительностью свыше 10 минут не могут совмещаться с рекламной информацией без согласования с владельцем авторского права.

Ведущие, дикторы и другие участники радиопередачи теле, за пределами времени, которое отведено на рекламу, не имеют право специально демонстрировать товары или продукцию или характеризовать их потребительские качества как прямо, так и побочное (с помощью одежды, внешнего оформления, изображения и тому подобное).

Телерадиопрацивникам запрещается заниматься рекламой под видом информации: указывать реквизиты производителя продукции или услуг, адрес, контактный телефон, счет, коммерческие признаки товара или услуг.

Ответственность за включение к программе, передачи рекламы с низкими художественными или техническими качествами несет телерадіооргані-зація, а за достоверность рекламы — рекламодатель.

Рекламная деятельность на каналах общественного телерадиовещания запрещается, за исключением специально отмеченных в программе коммерческих презентаций, объем трансляции которых не может превышать три процента вещание на сутки.

Предельные размеры расценок за рекламу, которая распространяется через общенациональные и общественные каналы вещание, устанавливаются Национальным советом Украины по вопросам телевидения и радиовещания по согласованию с Министерством финансов Украины.

Статьей 31 введено запрещение и ограничение рекламы.

• Запрещается перерывать с целью размещение рекламы трансляции сессий Верховной Рады Украины, Верховной Рады Автономной Республики Крым, официальных государственных мероприятий и церемоний, выступлений Президента Украины, Председателя Верховной Рады Украины, Премьер-министра Украины, Председателя Конституционного Суда Украины, народных депутатов Украины, членов Правительства Украины.

• Не допускаются рекламно-агитационные передачи политического содержания в день проведения выборов и референдумов.

• Запрещается реклама табачных изделий и алкогольных напитков. Реклама лечебных сеансов, других аналогичных мероприятий с использованием гипноза и других методов психического или биоэнергетического влияния может осуществляться с разрешения Министерства здравоохранения Украины. Реклама лекарственных средств, изделий медицинского назначения, методов профилактики, диагностики и лечения осуществляется по закону Украины "О рекламе".

• Реклама не должна содержать в тексте и изображении то, которое может нанести духовный, моральный или психический вред молодежи и детям.

• Запрещается реклама в передачах, рассчитанных на детскую (до 14 годов) аудиторию.

Рекламодатели должны знать, что согласно ст. 35 телерадіооргані-зації обязанные хранить текстовые материалы передач в течение одного года после их выпуска и вести журнал регистрации передач, которые идут без предыдущей записи (прямой эфир), в которой фиксируются: тема передачи, дата, время ее начала и окончания, фамилии авторов, ведущих и других участников. Журнал регистрации передач, которые идут в прямой трансляции, сохраняется на протяжении года со дня последней записи в нем.

Передачи, записанные в полном объеме на магнитную пленку, могут быть размагничены по окончании десятидневного срока со времени последней трансляции, если в этот срок не поступило заявление об опровержении сведений, которые в них содержатся.

В случае возникновения спора они размагничиваются лишь после его решения (принятие судебного решения, заключения мирового соглашения и тому подобное).

Порядок, критерии отбора, сроки и условия долгосрочного хранения радиопередач теле, которые составляют историческую, художественную культурную или другую ценность, определяются действующим законодательством Украины.

Статья 40 Закона предусматривает защиту прав телезрителей, радиослушателей. По закону телезрители и радиослушатели имеют право:

• принимать для индивидуального пользования все программы государственных, негосударственных, а также зарубежных телерадиоорганизаций;

• обращаться к телерадиоорганизации, ее основателям, Национального совета с замечаниями и предложениями относительно содержания и технического качества программ и получать ответ непосредственно в передачах или в письменном виде;

• своевременно получать расписание вещание телерадиоорганизаций;

• опровергать распространенные телерадиоорганизацией данные, что не отвечают действительности или унижают честь и достоинство граждан. Согласно ст. 41 передачи (фильмы), которые могут нанести вред

физическому, психическому, моральному развитию несовершеннолетних, запрещаются.

Не допускается без согласия родителей или лиц, что их заменяют, распространять информацию о несовершеннолетних, которые совершили преступление, о преступлениях, совершенных относительно несовершеннолетних, а также о самоубийстве несовершеннолетних, если такая информация позволяет идентифицировать лицо несовершеннолетнего.

Не допускается демонстрирование на каналах вещание фильмов, которые имеют ограничение зрительской аудитории, без обязательного попередження об этих ограничениях в программах телепередач и перед демонстрированием этих фильмов. Эфирное время демонстрирования фильмов, которые имеют ограничение зрительской аудитории, определяется условиями их демонстрирования в соответствии с государственным удостоверением на право распространения и демонстрирования фильмов.

Особенное внимание Закон уделяет недопустимости перекручивания информации (ст. 42). Лицо, у которого берут интервью, или лицо, которое предоставило информацию для телерадиоорганизации, имеет право требовать в письменной форме пересмотра или прослушивания готового материала перед его трансляцией, а в случае несогласия — исключения материала из передачи.

Споры в связи с нарушением норм, изложенных в ст. 42, рассматриваются судом.

Телерадиоорганизация обязана предоставлять гражданам или представителям организаций, интересам которых причинено вреда распространенной информацией, возможность ответа, опровержения или собственного толкования обстоятельств дела (ст. 43).

В случае распространения в радиопередаче теле сведений, которые унижают честь и достоинство граждан или не отвечают действительности, они должны быть по просьбе заинтересованных лиц в месячный срок опровергнутые телерадиоорганизацией, которая распространила эти сведения. Содержание и время опровержения определяются по соглашению заинтересованных сторон.

Споры о реализации отмеченных прав рассматриваются судом.

Статья 47 Закона предусматривает возмещение морального вреда, причиненного гражданину в результате распространения телерадиоорганизацией данных, которые не отвечают действительности, унижают честь и достоинство гражданина или наносят ему другой неимущественный вред, компенсируется по решению суда этой телерадиоорганизацией, а также винными должностными лицами и гражданами. Размер возмещения морального (неимущественной) вреда в денежном выражении определяется судом.

4.5. Закон Украины "О защите информации в автоматизированных системах" (от 5.07.94 М80/94-вр)

Целью данного Закона является установление основ регуляции правовых отношений относительно защиты информации в автоматизированных системах при условии соблюдения права собственности граждан Украины и юридических лиц на информацию и права доступа к ней, права владельца информации на ее защиту, а также установленного действующим законодательством ограничения на доступ к информации. Действие Закона распространяется на любую информацию, которая обрабатывается в автоматизированных системах.

Статья 1 Закона определяет, что автоматизирована система (А С) — это система, которая осуществляет автоматизированную обработку данных и в состав которой входят технические средства их обработки (средства вычислительной техники и связи), а также методы и процедуры, программное обеспечение; информация в АС — совокупность всех данных и программ, которые используются в АС независимо от средства их физического и логического представления.

Действие Закона обеспечивает защиту информации осуществлениям проведения организационно технических мероприятий и соблюдениям правовых норм для предотвращения причинения вреда интересам владельца информации или АС, а также предотвращение несанкционированного доступа к информации.

Особенно важным является выполнение требований Закона о применении средств интерактивного маркетинга и рекламы в Internet. Объектами защиты является информация, которая обрабатывается в АС, права владельцев этой информации и владельцев АС, права пользователя. Защите подлежит любая информация в АС, необходимость защиты которой определяется ее владельцем или действующим законодательством (ст. 2).

Доступ к информации, которая сохраняется, обрабатывается и передается в АС, осуществляется лишь согласно правилам разграничения доступа, установленным владельцем информации или уполномоченным им лицом. Без разрешения владельца доступ к информации, которая обрабатывается в АС, осуществляется лишь в случаях, предусмотренных действующим законодательством (ст. 6).

Согласно ст. 10 Закона защита информации в АС обеспечивается путем:

• соблюдение субъектами правовых отношений норм, требований и правил организационного и технического характера относительно защиты обрабатываемой информации;

• использование средств вычислительной техники, программного обеспечения, средств связи и АС в целом, средств защиты информации, которые отвечают установленным требованиям относительно защиты информации (имеют соответствующий сертификат);

• проверки соответствия средств вычислительной техники, программного обеспечения, средств связи и АС в целом установленным требованиям относительно защиты информации (сертификация средств вычислительной техники, средств связи и АС);

• осуществление контроля относительно защиты информации.

Лица, виноваты в нарушении порядка и правил защиты обрабатываемой в АС информации, несут дисциплинарную, административную, криминальную или материальную ответственность согласно действующему законодательству Украины.

Жаль, причиненная субъектам отношений в результате незаконного создания препятствий для доступа к информации, истоку или потере информации в АС, возмещается лицами, которые признаны виноваты в этом (ст. 17, 18).

**4.6. Защита авторских прав в рекламе**

Согласно ст. 4 Закона Украины "О рекламе", реклама является предметом авторского права, защита которого осуществляется в соответствии с требованиями действующего законодательства.

Закон Украины "Об авторском праве и смежных правах" (последняя редакция с изменениями, внесенными согласно законам № 75/95-ВР от 28.02.95 № 13, ст. 85 № 998-XIV № 998-14 от 16.07.99 №41, ст. 373) охраняет личные (неимущественные) и имущественные права авторов и их правопреемников, связанные с созданием и использованием произведений науки, литературы и искусства (авторское право), и права исполнителей, производителей фонограмм и организаций вещание (смежные права).

Статья 5 определяет, что Законом охраняются произведения в отрасли науки, литературы и искусства (в том числе и авторские рекламные работы. — Авт.), а именно:

• литературные письменные произведения беллетристического, научного, технического или практического характера (книги, брошюры, статьи, компьютерные программы и тому подобное);

• выступления, лекции, речи, проповеди и другие устные произведения;

• музыкальные произведения с текстом и без текста;

• драматичные, музыкально драматичные произведения, пантомимы;

• хореографические произведения для сценического показа;

• аудиовизуальные произведения;

• скульптуры, картины, рисунки, гравюры, литографии и другие произведения изобразительного искусства;

• произведения архитектуры;

• фотографии;

• произведения прикладного искусства, если они не охраняются специальным законом о промышленной собственности;

• иллюстрации, карты, планы, эскизы, пластичные произведения, которые касаются географии, геологии, топографии, архитектуры и других отраслей науки;

• сборники произведений, сборники обработок фольклора, энциклопедии и антологии, сборники обычных данных, включая базы данные, другие составляющие произведений при условии, что они являются результатом творческого труда по отбору, координации или упорядочиванию содержания без причинения вреда охране произведений, которые входят к ним;

• тексты переводов для дублирования, озвучения, субтитрования украинской и другими языками иностранных аудиовизуальных произведений кинематографии.

Законом охраняются как обнародованные, так и необнародованные произведения в отрасли науки, литературы и искусства независимо от их назначения, жанра, ценности, объема, цели (образование, информация, реклама, пропаганда, развлечения и тому подобное), а также способа воссоздания, выраженные в устной, письменной или любой другой форме.

Лицо, которое имеет авторский правый, для извещения о своих правах может использовать знак охраны авторского права, который вмещается на каждом экземпляре произведения и состоит из латинской буквы С в кругу, — ©, имени (наименование) лица, которое имеет авторский правый, и года первой публикации произведения.

Лицо, которое имеет авторский правый или любую исключительную право-можність на произведение, для свидетельства об авторстве на обнародованный или необнародовано произведение, о факте и дате опубликования произведения или о договорах, которые задевают права автора на произведение, в любое время в течение срока охраны авторского права может его зарегистрировать в официальных государственных реестрах.

О регистрации прав автора выдается свидетельство. При возникновении спора регистрация признается судом как юридическая презумпция авторства, то есть считается действительной, если в судебном порядке не будет доказано другое.

Статья 11 Закона определяет, что первичным субъектом, которому принадлежит авторское право, является автор. Автором считается лицо, отмеченное как автор на экземпляре обнародованного произведения, на рукописи или на оригинале произведения искусства, если в судебном порядке не будет доказано другое.

Соавторами являются лица, общим творческим трудом которых создано произведение. Отношения между соавторами определяются соглашением, заключенным между ними. Право опубликования и другого использования произведения принадлежит в одинаковой степени всем соавторам. Один соавтор не может без достаточных оснований отказать другим в разрешении на опубликование, другое использование или изменение произведения. В случае нарушения общего авторского права каждый соавтор может доводить свое право в судебном порядке (ст. 12).

Статья 24 определяет, что срок охраны прав авторов, что предоставляется данным Законом, действует в течение всей жизни автора и 50 лет после его смерти. Для произведений, обнародованных анонимно или под псевдонимом, срок охраны заканчивается через 50 лет после того, как произведение было обнародовано.

Особенно важно значение в телерадиорекламе имеет ст. 31 Закона, которая определяет порядок охраны смежных прав исполнителей, производителей фонограмм и организаций вещание. Охрана смежных прав осуществляется без вреда охране произведений авторским правом.

Производители фонограмм и организации вещание должны соблюдать права авторов и исполнителей. Организации вещание должны соблюдать права производителей фонограмм, авторов и исполнителей.

Критерии для предоставления охраны смежных прав (ст. 32):

1. Права исполнителей охраняются по закону этим, если:

• выполнение впервые мало место на территории Украины;

• выполнение зафиксировано на фонограмме, которая охраняется согласно этой статье;

• выполнение, не зафиксированное на фонограмме, включено в передачу организации вещание, которое охраняется согласно этой статье. Согласно ст. 33:

1. Исполнителям принадлежит исключительное право позволять или запрещать публичное сообщение их выполнений, фиксацию на материальном носителе ранее незафиксированного выполнения и передачу в эфир и по проводам их выполнений, а также воспроизводить, распространять способом первой продажи или другой передачи в собственность или владение или способом аренды или проката фонограмм, на которых зафиксировано их выполнение, независимо от первой продажи или другой передачи в собственность или владение.

2. Исключительные права исполнителей могут передаваться другим лицам на основании договора, в котором определяются способ использования выполнений, размер и порядок выплаты вознаграждения, срок действия договора и использования выполнений и тому подобное.

4. В том случае, когда выполнение используется в аудиовизуальном произведении, считается, что исполнитель передает организации, которая осуществляет производство аудиовизуального произведения, или продюсеру все имущественные права на выполнение, если другое не установлено договором.

Статья 35 определяет права организаций телерадиовещания — распространителей рекламы.

1. Организации вещание должны исключительный правый позволять или запрещать публичное извещение своих программ путем их ретрансляции, фиксации на материальном носителе, воссоздание своих передач, извещения в эфир и по проводам, публичного извещения передач в местах с платным входом, а также запрещать распространение на территории Украины или из территории Украины сигнала, который несет программы, распространяющим органом, для которого этот сигнал из спутника не назначался.

2. Организациям вещание принадлежит право на получение вознаграждения за любое использование их передач.

Согласно ст. 37 допускается без согласия производителей фонограмм (в том числе и рекламных аудиовидеороликов. — Авт.), опубликованных с коммерческой целью, и исполнителей, записанных на таких фонограммах, но с выплатой вознаграждения:

• публичное выполнение фонограммы;

• извещение фонограммы в эфир;

• извещение фонограммы по проводам.

Размер вознаграждения и условия ее выплаты определяются соглашением между пользователем фонограммы или объединением таких пользователей, с одной стороны, и организациями, которые управляют правами производителей фонограмм и исполнителей, с другой стороны. Размер вознаграждения устанавливается за каждый вид использования фонограммы.

Раздел V Закона определяет порядок защиты авторского права и смежных прав.

В ст. 41 отмечается:

1. Воссоздание, распространение и другое использование, а также ввоз в Украину без разрешения лиц, которые имеют авторский правый и смежные права, экземпляров произведений, фонограмм, программ вещание является нарушением авторского права и смежных прав, что дает основания для судебной защиты.

2. Экземпляры произведений, фонограмм, изготовленных и распространенных с нарушением авторского права и смежных прав, есть контра-фактними.

3. Ввоз на территорию Украины экземпляров произведений и фонограмм, которые охраняются на территории Украины по закону этим,, из государства, в котором эти произведения и фонограммы не охранялись или перестали охраняться, признается нарушением авторского права и смежных прав.

Статья 44 Закона определяет порядок возмещения убытков за нарушение авторского права и смежных прав.

1. Лица, которые имеют авторский правый и смежные права, могут требовать возмещения убытков, нанесенных им в результате нарушения авторского права и смежных прав, включая упущену выгоду; исключение и направление на их пользу прибылей нарушителя, полученных им в результате нарушения авторского права и смежных прав, вместо возмещения убытков; выплаты компенсации, которая определяется судом.

2. Кроме возмещения убытков, взыскания прибылей суд, арбитражный суд за нарушение авторского права или смежных прав стягивает штраф в размере 10 процентов от суммы, присужденной судом в интересах истца. Сумма штрафов направляется в установленном законодательством порядке к соответствующим бюджетам.

3. Нарушитель авторского права и смежных прав обязан возместить лицам, которые имеют авторский правый и смежные права, моральный вред в размере, который определяется судом.

Предлагаемый труд является конспективным изложением теоретических основ и практического опыта рекламной деятельности за рубежом — фундаментальных отечественных научных исследований в этой области пока еще нет. Современная реклама является обязательным атрибутом рынка, она обеспечивает связь между производством и потреблением невозможный, ее становление и развитие как системы независимого бизнеса для экономики Украины — одна из актуальных проблем, потому решать ее нужно на современном уровне.

Теория и практика рекламы — не набор догм, а побуждение к действию. Нужно учиться и творчески осмысливать изученное. Как молвил Тарас Шевченко:

"Учитеся, читайте, И чужому научайтесь, И своего не чуждайтесь".

К сожалению, рекламная деятельность в Украиниаж никак не отвечает положением классической теории рекламы — у нас еще нет рекламистов уровня Девида Огилви или Лео Бернетта, нет и мощной рекламной инфраструктуры.

Однако мы имеем почти все объективные условия и субъективные факторы для того, чтобы подняться к мировому уровню в сфере рекламы: соответствующий интеллект, современное образование, мощную науку, стойкий менталитет и национальную элиту, которая формируется и призванная сыграть роль катализатора общественного прогресса.

Рекламисты — часть элиты, которая активно участвует в формировании новой экономики и рыночных отношений. Рынок не может существовать без рекламы. Уровень развития рекламы определяет, насколько успешно мы продвигаемся по пути экономических превращений. На украинском рынке разворачивается острая конкурентная борьба, а потому рекламное дело нуждается в более глубоких знаниях и профессионализме. В настоящее время нужны не рекламисты-ремесленники, а рекламисты соответствующего профессионального уровня, которые умеют творчески мыслить, создавать новые и адаптировать имеющиеся методы рекламы к украинской реальности, рекламисты, которые победят рекламу памперсов и создадут современную эффективную украинскую рекламу. Таких специалистов нужно готовить.

Не за горами создания в Украине специализированных учебных заведений — институтов рекламы (кстати, у наших северных соседей, в

Москве, их два), научно-исследовательских заведений и мощных рекламных агентств.

Предлагаемый конспект лекций является лишь небольшим кирпичиком к фундаменту, на котором строится современная украинская реклам