

## НАПРЯМ 4. ГОСПОДАРСЬКЕ ПРАВО, ГОСПОДАРСЬКО-ПРОЦЕСУАЛЬНЕ ПРАВО

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-292-3-17>

### ДО ПИТАННЯ ПРО НОВЕЛИ МЕДІЙНОГО ЗАКОНОДАВСТВА

**Похиленко І. С.**

*кандидат юридичних наук, доцент,  
доцент кафедри політичних наук і права*

*Київського національного університету будівництва і архітектури  
м. Київ, Україна*

Однією з вимог вступу України до ЄС було прийняття Закону «Про медіа», (далі – Закон). Тому, 13 грудня 2022 року Верховна Рада ухвалила законопроект №2693-д «Про медіа» в цілому у другому читанні. За це рішення проголосувало 299 народних депутатів. Слід відмітити, що це був довгий і тернистий шлях, адже *законопроект «Про медіа» готували з 2012, саме тоді відбувались перші спроби адаптувати Директиву про аудіовізуальні послуги, а, власне, закон про медіа у тому вигляді, як він є, почали напрацьовувати з 2019 року, а набувати чинності різні його частини мають від березня 2023 до січня 2031 року.*

*Цей Закон має свої переваги та недоліки. До основних переваг, на думку О. Бурмагіна [1] – члена Нацради з питань телебачення та радіомовлення, одного з розробників Закону слід віднести:*

**«Конвергенція».** Бо у світі давно почався процес зближення різних медіа, медіа почали застосовувати конвергентні технології і відповідно в усьому світі почало змінюватись регулювання, коли світові регулятори починають мати конвергентний характер.

**«Недискримінація».** Завдяки цьому закону контентні обмеження будуть стосуватись всіх типів і видів медіа. Бо це неправильно, якщо одні медіа знаходяться в полі зору регулятора, а інші існують поза регулюванням (наприклад, в аспекті мови ворожнечі).

**«Співрегулювання».** Інститут співрегулювання дозволяє співпрацю індустрії та регулятора і спільне прописання певних обмежень та правил гри.

**«Директива ЄС «Про аудіовізуальні послуги».** Закон втілює вимоги до України, як країни з статусом кандидата на вступ до ЄС. Так,

ще треба ухвалити закон про рекламу. Так, мало ухвалити закон, аби «отримати галочку» про виконання цього пункту, треба його ще адекватно імплементувати, бо ЄС ще десь півроку буде моніторити практику реалізації закону і лише тоді винесе рішення, чи виконані вимоги в цій частині.

«**Інформаційна безпека**». Логіка закону передбачає ефективні дії і механізми протидії державі-окупанту.

«**Цифровізація**». Запровадження е-кабінету зробить комунікацію між регулятором та суб'єктами ринку швидкою, сучасною, простою і досить оперативною.

Безумовно, Закон покращує та спрощує регулювання для аудіовізуальних медіа, зокрема в частині спрощення ліцензування та реєстрації, посилює регулятора, який набуває повноважень щодо притягнення до відповідальності усіх типів медіа за поширення протиправного контенту. Також запроваджується система співрегулювання, яке може звести втручання в контент медіа до мінімуму.

Проте, має Закон і недоліки, серед яких **М. Княжицький [2]**, народний депутат України IX скликання, член партії «Європейська Солідарність», Голова підкомітету з питань культурної політики Комітету Верховної Ради України з питань гуманітарної та інформаційної політики виділяє наступні:

1) втручання в політичні питання, зокрема, зміна підходу до формування і використання Переліку осіб, які становлять загрозу національній безпеці, до питань застосування санкцій за порушення законодавства про мову тощо;

2) надто широке коло онлайн медіа, на яких поширюватиметься закон;

3) відсутність чіткої, збалансованої та вільної від політичного свавілля процедури анулювання ліцензій/ заборони поширення медіа, можливість застосування санкцій незалежно від наявності вини тощо.

Підсумовуючи викладене, можна прийти до висновків, що Закон «Про медіа» – дуже неоднозначний, оскільки порушує багато важливих тем для нашого медіапростору, як то оновлення законодавства з метою відповідності його Європейським стандартам, спроба ввести обмеження, пов'язані зі збройною агресією, «онлайн-медіа», мовні квоти й більш прозора Нацрада, уточнення статусу журналістів тощо. Проте, цей документ містить ряд недоліків – застарілість, неясність та непотрібна масштабність. У спробі охопити все не врахували низку суперечливих деталей та контекст, у якому живе держава. Як наслідок, попри всі очевидні переваги цього акту, у ньому є низка прогалин, що ускладнюють процес діяльності медіа.

## Література:

1. Зміни для комунальних трк, новації співрегулювання та фінансування закону «Про медіа»: що варто врахувати. URL: <https://www.ppl.org.ua/zmini-dlya-komunalnix-trk-novaci%d1%97-spivregulyuvannya-ta-finansuvannya-zakonu-pro-media-shho-varto-vrahuvati.html> (дата звернення: 17.02.2023).
2. Законопроект «Про медіа»: необхідність, якість, вірогідність. URL: <https://www.ppl.org.ua/zakonoprojekt-pro-media-neobxidnist-yakist-virogidnist.html> (дата звернення: 17.02.2023).

DOI <https://doi.org/10.36059/978-966-397-292-3-18>

## ПІДПРИЄМСТВА В УКРАЇНІ: ПРАВО НА ЖИТТЯ

**Радзівілюк В. В.**

*доктор юридичних наук, професор,  
професор кафедри економічного права та економічного судочинства  
навчально-наукового інституту права  
Київського національного університету імені Тараса Шевченка  
м. Київ, Україна*

Інститут підприємства є центральною, основною частиною системи господарського (комерційного, торгового, економічного) права як в Україні, так і в зарубіжних країнах

Підприємство як явище правового порядку стало відомо усьому світу завдяки прийняттю у 1807 році Французького Комерційного Кодексу, котрим уперше був введений зазначений інститут. Саме це поклало початок бурхливого розвитку епохи підприємств у всьому світі.

Введене Французьким Комерційним Кодексом 1807 року правова регламентація підприємства склала фундамент на якому в подальшому відбулось формування підприємства як соціально-економічного і правового інституту.

Вироблений французькими законодавцями на початку ХІХ інститут підприємства перейшов до законодавства країн – представників всіх правових сімей світу, зазнаючи лише збагачення та вдосконалення.

Крім того слід мати на увазі ту обставину, що після виходу Французького Комерційного Кодексу 1807 р. (починаючи з 19 сторіччя до цього часу) безліч законодавчих приписів у законодавстві усіх країн світу адресується не тільки фізичним особам – комерсантам, не лише