

уточнень, переробок та усунення прогалин. До угод про розподіл продукції як різновиду договорів концесії за недостатнього правового врегулювання цілком можливе застосування концесійного законодавства.

Література

1. Про угоди про розподіл продукції [Текст] : Закон України від 14.09.1999 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 44. – Ст. 391.
2. Конституція України [Текст] // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 141.
3. Григоров О. Договір концесії: проблеми юридичної кваліфікації [Текст] / О. Григоров // Економіка. Фінанси. Право. – 1999. – № 10. – С. 22–24.
4. Про концесії [Текст] : Закон України від 16.07.1999 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1999. – № 41. – С. 372.
5. Сосна С. А. Концессионные соглашения: теория и практика [Текст] / С. А. Сосна. – М. : Нестор Академик Паблишерз, 2002. – 256 с.
6. Сосна С. А. Комментарий к Федеральному закону “О соглашениях о разделе продукции” [Текст] / С. А. Сосна. – М. : Юристъ, 1997. – 186 с.
7. Конопляник А. А. Государство и инвестор: об искусстве договариваться [Текст] / А. А. Конопляник, М. А. Субботин. – М. : ЭПИцентр ; Х. : Фолио, 1996. – Ч. 1. – 128 с.
8. Коморний О. Правова природа угод про розподіл продукції [Текст] / О. Коморний // Право України. – 2002. – № 4. – С. 43–46.
9. Инвестиционный кодекс Республики Беларусь [Электронный ресурс]. – Режим доступа : www.minsk.by/law/invest.html
10. Хозяйственное право [Текст] : учебник / под ред. акад. В. К. Мамутова. – К. : Юринком Интер, 2002. – 912 с.



УДК 070+654.197+347.19

Ю. О. Легеза, кандидат юридичних наук, доцент
кафедри цивільного права та процесу
Дніпропетровського державного університету
внутрішніх справ

ЗАСІБ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК ЮРИДИЧНА ОСОБА

Статтю присвячено визначенню юридичного статусу засобу масової інформації в Україні. У контексті здійсненого дослідження систематизуються особливості засобу масової інформації в цивільних правовідносинах.

Статья посвящена определению юридического статуса средства массовой информации в Украине. В контексте проведенного в статье исследования систематизированы особенности средства массовой информации в гражданских правоотношениях.

The article is dedicated to determination and research of the legal status of the mass media in Ukraine. In the given context the article carries out consistent and systematic analyses of the legal regulation of mass media in civil relations.

Ключові слова. Засіб масової інформації, правовий статус, цивільні правовідносини, відповідальність.

© Ю. О. Легеза, 2009

Вступ. Визначення ролі та значення ЗМІ в цивільних правовідносинах неможливе без з'ясування особливостей їх правосуб'єктності як складової правового статусу юридичної особи. Особливості історичного шляху, державного устрою, національних традицій, економічної та правової систем відповідно видозмінюють механізми юридичного регулювання діяльності ЗМІ в кожній окремо взятій країні.

У цілому дослідженню діяльності ЗМІ присвячено значну кількість праць у різних сферах науки: філософії, соціології, політології, історії, психології та ін. За останні роки накопичено великий емпіричний матеріал. Проте слід зазначити, що автори публікацій з цієї проблеми, такі як І. Аристова, В. Афанасьєв, Б. Бессонов, Б. Борев, Г. Вачнадзе, Б. Грушин, І. Дзялошинський, Є. Додін, Є. Дугін, В. Єгоров, В. Комаровський, В. Король, С. Легуша, М. Новіков, Д. Ольшанський, А. Панарін, Л. Петрова, С. Рогачов, А. Суханов та інші, розглядають засоби масової інформації не стільки як складову загальнополітичного процесу та державного життя суспільства, скільки як її ілюстративну частину.

Постановка завдання. Для визначення загальної правосуб'єктності ЗМІ, на наш погляд, доцільно: 1) проаналізувати положення чинних нормативно-правових актів, що регламентують правовий статус ЗМІ в Україні; 2) з'ясувати суть поняття "правовий статус ЗМІ в Україні"; 3) подати пропозиції з удосконалення чинного законодавства, що регламентує правовий статус ЗМІ в Україні.

Результати дослідження. Передусім проблеми правової регламентації ЗМІ залежать від державного адміністративно-правового устрою. Звичайно, що для федеративних держав більшого значення набуває розмежування компетенції між органами влади федерації та її суб'єктів, у тому числі у сфері масової інформації. Наприклад, у Німеччині в першу чергу саме землям належить право приймати закони, що регулюють діяльність ЗМІ та визначають їх правовий статус. Федеральний парламент може встановлювати лише загальний правовий статус ЗМІ, однак цю можливість він так ніколи і не використав [1]. У Канаді розмежування повноважень та юрисдикції між центром і провінціями ще складніше визначити з урахуванням тривалої конституційної кризи [2]. Унітарні держави, серед них і Україна, навпаки, значною мірою вільні від цих проблем.

Таким чином, конституційні положення визначають основні напрямки та склад, структурують законодавчу базу України у сфері регулювання організації діяльності ЗМІ та права громадян на інформацію, яку нині становлять, окрім Конституції України, спеціальні закони, підзаконні акти, окремі норми інших галузей законодавства.

Проте наявна законодавча регламентація діяльності засобів масової інформації прямо не визначає правовий статус ЗМІ як суб'єктів державно-політичного та суспільного життя країни. Ситуація ускладнюється й тим, що не визначено доцільність регламентації правового статусу засобу масової інформації як юридичної особи. Цивільне вчення про юридичну особу не дозволяє однозначно розглядати засіб масової інформації як юридичну особу. Наведемо погляди про юридичну фікцію щодо існування ЗМІ у правовому полі суспільства.

Так, якщо під друкованими ЗМІ розуміти періодичні й такі, що продовжуються, видання, які виходять під постійною назвою з періодичністю один і більше номерів (випусків) протягом року на підставі свідоцтва про державну реєстрацію [3], то фактично ЗМІ представляються редакціями періодичного друку, теле- та радіомовлення (інформаційними агентствами, іншими установами, що здійснюють випуск масової інформації). Слід підкреслити, що, говорячи про сутність діяльності ЗМІ, законодавець говорить про представництво редакції в правовідносинах, які виникають з приводу об'єкта права, а саме масової інформації. Інститут представництва – це інститут цивільного права, а тому за відсутності спеціальних указівок законодавця стосовно специфіки відносин представництва між ЗМІ та його редакцією до них слід застосовувати загальні правила, що закріплені в цивільному законо-

давстві України. Проте в цивільному праві відносини представництва можуть виникати тільки між особами (фізичними або юридичними) – представником та особою, інтереси якої представляються представником. Звідси маємо, що не тільки редакції, але й власне ЗМІ повинні визнаватися особами, тобто суб'єктами цивільних прав.

Однак очевидно, що жодна газета, телепрограма, радіопрограма не є фізичною чи юридичною особою, а лише “періодичною формою публічного поширення масової інформації” [2, 175]. М. А. Федотов, аналізуючи російське законодавство, зазначає, що ЗМІ за загальним правилом не може розглядатися як суб'єкт права; винятком із цього правила є інформаційні агентства, на які поширюється статус редакції, видавця, розповсюджувача та правовий режим засобу масової інформації (ст. 23 Закону РФ “Про ЗМІ”). Якщо не розглядати ЗМІ чи його редакцію як юридичну особу чи представника, а тому і як суб'єкт права, то постає питання про можливість дотримання думки про те, що ЗМІ (його редакція), є об'єктом права. Чи можна зарахувати ЗМІ до такого об'єкта правовідносин, як інформація? Масова інформація – це різновид інформації, проте ЗМІ – не власне інформація, це форма її періодичного поширення. У цьому аспекті доречно фрагментарно розглянути інший різновид об'єктів цивільного права, в якому принципове значення має саме форма, яка власне й підлягає правовій охороні. Йдеться про авторські та суміжні права.

Ст. 3 Закону України “Про авторське право та суміжні права” [4] визначає сферу дії авторського права. Цікаве визначення сфери дії авторських прав, наведене в ст. 6 Закону Російської Федерації “Про авторські та суміжні права”: “твори, що існують у будь-якій об'єктивній формі”. Так само й засоби масової інформації фігурують у законодавстві як форма. За українським законодавством ЗМІ не визначаються безпосередньо самостійними суб'єктами авторського права (ст. 7 Закону України “Про авторське право та суміжні права”), на відміну від російського. Саме такий аналіз російського законодавства дозволив М. А. Федотову зробити висновок, що ЗМІ можуть інтерпретуватися як об'єкти права *sui generis*, сконструйований як юридична фікція. Відповідно до класичного визначення Г. Ф. Дормидонтова, під юридичною фікцією слід розуміти “прийом мислення, що полягає у припущенні визнання існуючим свідомо неіснуючого та навпаки” [5]. До того ж усі минулі та майбутні випуски тієї чи іншої газети, телепрограми або радіопередачі поєднуються передусім назвою даного ЗМІ. Постійність назви особливо підкреслюється змістом норм в ст. 2 Закону РФ “Про засоби масової інформації”, визначенням понять “періодичне друковане видання” та “радіо- і телепрограма”. Звідси можна говорити про зв'язок ЗМІ як об'єкта права з таким самостійним об'єктом права, як засоби індивідуалізації юридичної особи, його продукції, виконуваних робіт або послуг (фірмове найменування, товарний знак, знак обслуговування тощо). Однак засіб масової інформації не тотожний засобу індивідуалізації, тобто власній назві, оскільки ЗМІ містить увесь обсяг виключних прав, які пов'язані з його змістом, що набуває певної форми та є результатом інтелектуальної діяльності редакції.

Саме виходячи з наведених аргументів, М. А. Федотов наводить тезу, що ЗМІ за своєю правовою природою є “результатом інтелектуальної діяльності, котрий має назву як індивідуальну ознаку та форму періодичного друкованого видання, радіо-, теле-, відеопрограми, кінохронікальної програми або іншу форму періодичного поширення масової інформації” [2, 177].

Наведений підхід, за яким ЗМІ розглядається як об'єкт, а не як суб'єкт права, порушує питання про юридичну відповідальність. Правовий статус особи (фізичної чи юридичної) передбачає зобов'язання нести правову відповідальність у разі порушення законності, прав особи в процесі своєї діяльності [6]. У випадку порушення честі й гідності громадян та організацій, що відбувається внаслідок публікації ЗМІ певної інформації, відповідальність покладається не на ЗМІ безпосередньо чи його редакцію, а на його засновників. Існують випадки, коли ані редакція ЗМІ, ані його засновник не несе юридичної відповідальності,

наприклад за якість товарів і послуг, інформація про які подається на правах реклами (ст. 27 Закону України “Про рекламу”) [7], тощо.

Набуття правового статусу засобом масової інформації проходить через стадії його заснування і реєстрації.

Перша стадія – заснування ЗМІ, що відбувається за волевиявленням правомочної фізичної чи юридичної особи. Характерною особливістю заснування відомчого засобу масової інформації є наявність спеціальної особи засновника – Міністерства внутрішніх справ України або його управління у відповідних державних адміністративно-територіальних одиницях. За відсутності спеціальних норм, що регламентують заснування відомчого ЗМІ, необхідно керуватися загальними правилами заснування ЗМІ, встановленими законами України “Про друковані ЗМІ (пресу) в Україні” та “Про телебачення та радіомовлення” [8]. Засновників відомчого ЗМІ може бути декілька. Так, у заснуванні ЗМІ можуть брати участь, окрім МВС України, інші юридичні чи фізичні особи.

Відповідно до положень ст. 13 Закону України “Про телебачення та радіомовлення” передбачається спеціальний порядок заснування національної телекомпанії та радіокомпанії. Так, “рішення про заснування Національної телекомпанії України та Національної радіокомпанії України приймаються спільно Верховною Радою України та Президентом України. Фінансування Національної телекомпанії України та Національної радіокомпанії України фіксується окремим рядком у Державному бюджеті України”. У цьому ракурсі доречно врахувати й передбачити порядок заснування відомчої телекомпанії та радіокомпанії як засобів масової інформації держави.

Пропонується ввести таку норму: “Рішення про заснування відомчої телекомпанії та радіокомпанії приймається відповідним міністерством чи відомством. Фінансування відомчої телекомпанії та радіокомпанії здійснюється як за рахунок коштів Державного бюджету, так і за рахунок коштів власного надходження”.

Відповідно до норм ст. 8 Закону України “Про друковані ЗМІ (пресу) в Україні” серед осіб, що мають право на заснування друкованого засобу масової інформації, не передбачено органи державної влади, виділяються лише юридичні особи України та інших держав. На наш погляд, доцільно окремо виділити право органу державної влади: парламенту, міністерства, відомства, суду тощо – на заснування власного друкованого видання з наданням йому статусу “відомчого”.

Відносини співзасновництва друкованого видання регламентуються ст. 9 Закону України “Про друковані ЗМІ (пресу) в Україні” та відповідними нормами відомчих актів. У разі наявності співзасновників необхідне укладення установчого договору, в якому визначаються права та обов’язки співзасновників, відповідальність, порядок, умови та юридичні наслідки зміни складу співзасновників, процедура вирішення суперечок між ними. Також в установчому договорі визначається предмет договору. Наприклад, в установчому договорі про заснування періодичного друкованого видання – відомчого журналу “Міліція України” як предмет договору визначається угода про спільне видання цього журналу Міністерством внутрішніх справ України та Державним спеціалізованим комерційним ощадним банком України, а також основні показники журналу (формат, обсяг, періодичність, сфера розповсюдження, мінімальний тираж, мова, форма друку видання).

Особливу увагу необхідно приділити змісту права власності на організацію, що здійснює випуск ЗМІ, а також на його майно, це інформаційним законодавством не конкретизується. Але в цьому немає необхідності, оскільки в даному випадку застосовуються загальні правила Цивільного кодексу України. Власник має право на свій розсуд стосовно належної йому організації, яка випускає ЗМІ, виконувати будь-які дії, що не суперечать чинному законодавству.

Елементом правосуб’єктності юридичної особи є деліктоздатність. Важливість цієї проблеми полягає в тому, що “жодна інша спеціальна проблема цивільного права не здатна

такою мірою служити критерієм оцінки правильності тієї чи іншої теорії юридичної особи, як проблема цивільно-правової відповідальності” [9].

Відповідальності юридичних осіб в Україні присвячено дві норми. Згідно з установчими документами майно засобу масової інформації становлять основні фонди та оборотні кошти, а також цінності, вартість яких відображується в самостійному балансі юридичної особи (Редакції). Майно Редакції відомчого закладу масової інформації є державною власністю і закріплюється за нею на праві повного господарського володіння, а саме Редакція володіє, користується та розпоряджається зазначеним майном на свій розсуд, виконуючи щодо нього будь-які дії, котрі не суперечать чинному законодавству та установчим документам. Самостійна майнова відповідальність – важлива риса юридичної особи. Окремі автори вбачають у ній навіть головну ознаку [10]. За загальним правилом, засновники не несуть відповідальності за зобов'язаннями створених ними юридичних осіб. Таким чином досягається обмеження ризику засновника лише майном, закріпленим за юридичною особою.

У зв'язку з обмеженістю обсягу публікації поза нею лишаються питання організації роботи засобів масової інформації (скликання, порядок голосування, представництво, права учасників, оскарження рішень та ін.). Ці проблеми актуальні та нові для вітчизняної правової науки і потребують ґрунтовної теоретичної розробки.

Висновки. За прикладом більшості європейських країн, для зручності регламентації діяльності ЗМІ доцільно прийняти закон “Про засоби масової інформації”, що став би ґрунтом для подальшої розробки та прийняття Інформаційного кодексу, зокрема в тій його частині, що регламентує сферу масової інформації.

Отже, це лише незначна кількість проблем, що виникають у визначенні правового статусу засобу масової інформації в Україні, вирішення яких дозволить нашій державі вважатися рівноправним партнером у світовому інформаційному просторі.

Література

1. Борн З. Германское законодательство в области телевидения и радиовещания [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.russianmedia.de/German%20laws/television.htm>.
2. Федотов М. А. Право массовой информации в Российской Федерации [Текст] / М. А. Федотов. – М. : Междунар. отношения, 2002. – С. 22.
3. Про друковані ЗМІ (пресу) в Україні [Текст] : Закон України від 16.11.1992 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 1. – Ст. 1.
4. Про авторське право та суміжні права [Текст] : Закон України від 11.07.2001 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2001. – № 43. – Ст. 214.
5. Дормидонтов Г. Ф. Классификация явлений юридического быта, относимых к случаям применения фикций [Текст] / Г. Ф. Дормидонтов. – Казань, 1895. – С. 136.
6. Алексеев С. С. Общая теория права [Текст] / С. С. Алексеев. – М. : Юрид. лит-ра, 1982. – Т. 2. – С. 70.
7. Про рекламу [Текст] : Закон України від 03.07.1996 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 39. – Ст. 181.
8. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні [Текст] : Закон України від 16.11.1992 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 1. – Ст. 1; Про телебачення та радіомовлення [Текст] : Закон України від 21.12.1993 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 10. – Ст. 43.
9. Иоффе О. С. Ответственность по советскому гражданскому праву [Текст] / О. С. Иоффе. – Л. : Изд-во ЛГУ, 1955. – С. 63.
10. Богданов Е. В. Сущность и ответственность юридического лица [Текст] / Е. В. Богданов // Государство и право. – 1997. – № 10. – С. 97–101.