

ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ВИКОРИСТАННЯ НАЦІОНАЛЬНОЇ СИМВОЛІКИ В ПОЛІТИЧНІЙ РЕКЛАМІ

PECULIARITIES OF LEGAL REGULATION NATIONAL SYMBOLS USE IN POLITICAL ADVERTISING

Різник В.А., аспірантка кафедри інтелектуальної власності та інформаційного права
Київський національний університет імені Тараса Шевченка

Останнім часом інтерес до політичної реклами та її особливостей зростає. Є багато питань, які треба досліджувати, особливо коли ми говоримо про національну символіку. Ці символи України використовуються для представлення унікальності нації, відображення різних аспектів її культурного життя та історії. Багато останніх досліджень зосереджені на законодавстві інших країн, що дає можливість розширити наукову базу. Ця робота присвячена правому регулюванню використання національних символів під час виборчої кампанії та поза нею. Розвиток технологій призвів до збільшення зловживань використанням національної символіки в політичній рекламі, що є проблемою, оскільки може мати негативний вплив на національну свідомість. Щоб уникнути зловживань, слід чітко регламентувати використання державної символіки в різних сферах життя, особливо в політичній рекламі. Одним із найважливіших завдань цієї статті є дослідження різних сфер використання національної символіки в Україні. Врахування теоретичних напрацювань науковців та практичної діяльності дає змогу уникнути правових колізій у майбутньому. Ми ще не в змозі запропонувати повне наукове визначення політичної реклами та національної символіки та дати повні пояснення щодо їх використання. Відповідно до Конституції Україна має три державні символи, які потребують вивчення – Державний Прапор України, Державний Герб України та Державний Гімн України. Незважаючи на їх важливість, розробці єдиного правового механізму приділено мало уваги. Це дослідження є ефективним для вирішення ряду різноманітних завдань. У даній роботі показано основні протиріччя в законодавстві, а також зазначено шляхи їх вирішення. Використання національної символіки в політичній рекламі вимагає від науковців більш детального вивчення та унормування всіх супутніх процесів.

Ключові слова: Державний Прапор України, Державний Герб України, рекламна діяльність, виборчий процес, агітація.

Recently, there has been an increase of interest in political advertising and its peculiarities. There are a lot of issues, which must be investigated, especially when we are talking about national symbols. That symbols of Ukraine are used to represent unique about the nation, reflecting different aspects of its cultural life and history. Many recent studies have focused on legislation of other countries, which gives the opportunity to expand the scientific base. This paper focused on legal regulation during the election campaign and beyond. The development of technologies has led to increase of abuse using national symbols in political advertising, which is a problem, because it's can have a negative impact on a national consciousness. To avoid abuse, the use of state symbols in various spheres of life, especially in political advertising, should be clearly regulated. One of the most important tasks of this article is to study different fields of using national symbols in Ukraine. Taking into account the theoretical developments of scientists and practical activities make it possible to avoid legal conflicts in the future. We are not yet in a position to offer complete scientific definition for political advertising and national symbols and give full explanations for it usage. in accordance with the Constitution Ukraine has three national symbols, which need to be study – State Flag of Ukraine, State Emblem of Ukraine and National anthem of Ukraine. Despite the importance of it, little attention has been paid to development of a single legal mechanism. This method proved to be efficient for solving a number of various problems. In this paper demonstrated main contradictions in legislation and also pointed out ways to solve them. The use of national symbols in political advertising requires a more detailed study and normalization of all related processes from scientists.

Key words: State Flag of Ukraine, State Emblem of Ukraine, advertising activity, electoral process, agitation.

Однією з важливих сутностей права полягає в регулюючій функції суспільних відносин та встановлення меж дозволеної та прийнятної поведінки. Таким чином вбудовується певна система взаємовідносин, які є основою побудови громадянського суспільства. Оскільки суспільство має властивість до динаміки та трансформації поглядів, виникає необхідність постійно працювати над законодавчою базою для вдосконалення правового регулювання відносин. Врахування теоретичних розробок науковців та практичної діяльності дадуть в майбутньому можливість уникнути правових колізій. Рекламна діяльність не є виключенням. У зв'язку з постійним розвитком технологій та засобів комунікації з'являється потреба правового регулювання та законодавчого захисту суспільно важливих елементів. Використання національної символіки в політичній рекламі вимагає від науковців більш детального вивчення та унормування усіх пов'язаних процесів.

Слід зазначити, що національна символіка – це певні символи, які представляють та презентують країни та народи. До них можна віднести прапор, герб, символи релігії, тварини, рослини. В своїй сутності вони несуть певне смислове навантаження, яке в рекламній діяльності є важливим фактором для їх використання в якості дієвого інструменту. Початок війни Росії проти України 24 лютого 2022 року національну символіку вивів на зовсім новий рівень сприйняття.

Зокрема, найбільше відобразились у національній свідомості державні символи України. Сьогодні вони несуть

колективне уявлення про свободу, шану минулого, силу духу. Вони мають в собі певний орієнтир та світоглядну концепцію, виконують функцію спрямування до взаємодії для досягнення бажаного – перемоги та побудови світлого майбутнього. Для уникнення зловживання використання державних символів в різних сферах життя, особливо в політичній рекламі має бути чітко врегульованим. Саме тому на даному етапі розвитку громадянського суспільства виникає необхідність захисту державних символів на законодавчому рівні, адже саме право є основним механізмом охорони національних цінностей та переконань.

Оскільки Україна сьогодні активно працює над приведенням законодавства у відповідність до законодавства Європейського Союзу, слід звернути увагу на норми права, які регулюють політичну рекламу до моменту наступних виборів.

Недосконалість законодавства у цій сфері призводить до значних труднощів на практиці. Оскільки «політична реклама» й «реклама» тісно пов'язані, досить важко розмежувати два важливих процеси.

Закон України «Про вибори народних депутатів» визначає політичну рекламу як розміщення або поширення матеріалів передвиборної агітації за допомогою рекламних засобів. До політичної реклами належить також використання символіки або логотипів партій – суб'єктів виборчого процесу, а так само повідомлення про підтримку партією – суб'єктом виборчого процесу або кандидатом у депутати видовищних чи інших публіч-

них заходів або привернення уваги до участі у таких заходах партії – суб'єкта виборчого процесу чи певного кандидата у депутати. Реклама друкованих видань (газет, журналів, книг), інших товарів та послуг з використанням прізвищ чи зображень (портретів) кандидатів, назв чи символіки партій – суб'єктів виборчого процесу також є політичною рекламою [4]. Ключовим в даному випадку є той факт, що йдеться про виборчий процес, який визначається Центральною виборчою комісією і триває лише певний період, в той час, коли політична реклама існує й поза ним. Така подвійна природа дозволяє керуватись також і рекламним законодавством без врахування специфіки та політичної складової самої рекламної діяльності, яка пов'язана з формуванням певних уявлень про політичну партію чи окремого політика. Слушним є твердження В.Л. Мусіяки, що «будь-які об'єкти матеріального світу з допомогою яких до виборців доноситься інформація про особисті, ділові та професійні якості кандидатів у депутати, інформація про їх передвиборні програми, чи передвиборні програми політичних партій – суб'єктів виборчого процесу є рекламними засобами, а усі матеріали передвиборної агітації, поширені за їх допомогою – політична реклама» [2; 329].

Доступ до ЗМІ в період агітації (тобто в той час, коли відповідно до законодавства політична реклама існує) є окремою темою для дослідження, але слід наголосити, що саме інструменти поширення інформації, яку рекламують, є невід'ємною складовою громадянського суспільства та влади – майбутньої чи існуючої. В даному випадку слід налагодити законодавчо відокремлення інформації про публічну діяльність та політичну рекламу. Таким чином довіра громадян до існуючих ЗМІ буде зберігатись, а канали комунікації зможуть продовжувати виконувати свою основну функцію – інформування. Цікаву думку з цього приводу висловив А. Й. Магера. Зокрема, він зазначає, що політичною рекламою на телебаченні є саме короткий ролик з невеликою кількістю тексту та звертається до пафосу: «під політичною рекламою фактично мається на увазі матеріал, емоційно забарвлений за змістом і лаконічний за формою, який містить агітаційні гасла, символіку, логотипи тощо, тобто короткометражний рекламний ролик агітаційного змісту (в електронних ЗМІ)» [2; 33]. В даному твердженні йдеться саме про рекламу на телебаченні, зокрема про короткі ролики, а от вже розлогі інтерв'ю, відеофільми, сюжети не можуть підпадати під загальні обмеження.

Використання державної символіки в політичній рекламі має своє окреме юридичне підґрунтя. Статтею 20 Конституції України визначено, що Державними символами України є Державний Прапор України, Державний Герб України і Державний Гімн України. Проте деякі науковці більш широко визначають категорію державних символів. Так Г. Г. Арютюнян визначає їх як «історично складені розпізнавальні знаки держави, сформовані, як правило, в ході її історичного розвитку» [1]. Тобто за логікою автора можна говорити про те, що до них можна відносити також і такі символи, як національний одяг (вишиванка), історичні постаті та архітектурні пам'ятки. Однак слід в даному випадку зауважити, що відповідно до першого пункту резолютивної частини рішення Конституційного Суду України від 16 червня 2011 року № 6-рп/2011, даний перелік є вичерпним, а отже може бути розширений (доповнений) лише шляхом внесення відповідних змін до Конституції України.

Державний Прапор України згідно з Постановою ВРУ від 28 січня 1992 року № 2067-ХІІ є «національний прапор, що являє собою прямокутне полотнище, яке складається з двох рівних за шириною горизонтально розташованих смуг: верхньої – синього кольору, нижньої – жовтого

кольору, із співвідношенням ширини прапора до його довжини 2:3» [6].

Існує ряд нормативно-правових актів, в яких йдеться про використання Державного Прапора України. В Указі Президента «Про Державний протокол та Церемоніал України» є Положення, в якому йдеться про використання Державного Прапора в організації міжнародних офіційних заходів. Державний Прапор України підіймається під час зустрічі іноземної особи в аеропорту, а також вулицями міста Києва за маршрутом (зокрема, п. 2, п. 9 ст. 17). Почесна варта повинна вітати Державний Прапор уклонном голови (зокрема, п. 20, ст. 17). Прапорці України, наряду з прапорцями іноземної держави, котру представляє особа, встановлюються на головній машині (зокрема, п. 3 ст. 60) і т.д. [7].

В Наказі Міністерства освіти і науки України «Про затвердження Рекомендацій щодо порядку використання державної символіки в навчальних закладах України» є посилання на норми щодо поводження з державним прапором: заборона салютувати прапором, виставляти ушкоджений прапор, розміщувати на прапорі сторонні предмети. Державний прапор, відповідно до Рекомендацій, не повинен торкатися землі чи підлоги; зображення Державного прапора України забороняється використовувати на оголошеннях, рекламах, заставках тощо [8].

Також існує особливий порядок використання Державного Прапора України у Військово-Морських Силах України. Однак хоч ці нормативно-правові акти і дають певне уявлення про регламентацію використання Державного Прапора, проте вони не охоплюють повного спектру суспільних відносин, що створює прогалини, які мають негативні наслідки. Досі існує необхідність прийняття єдиного акту з єдиним правовим режимом використання Державного Прапора як символа українського народу.

Схожа ситуація в правовому полі склалася й щодо державного гербу. В Конституції України визначено, що Державний Герб України поділяється на великий та малий. Відповідно до Постанови Верховної Ради України «Про Державний герб України» малим Державним Гербом України є тризуб – Знак Княжої Держави Володимира Великого. Він має бути розміщеним на «печатках органів державної влади і державного управління, грошових знаках та знаках поштової оплати, службових посвідченнях, штампах, бланках державних установ» [5].

Великий герб, про який йдеться в Конституції, був передбачений нею з моменту її прийняття. Науковці стверджують, що тоді це було компромісне рішення, оскільки Тризуб (або малий герб) в якості основного тоді не підтримували комуністи. Тому було прийняте рішення згодом зробити Великий герб, до створення якого долучаться всі політичні сили. 24 серпня 2021 року Верховна Рада України ухвалила за основу законопроект про великий Державний герб України запропонований Президентом Володимиром Зеленським.

Загалом законодавство України забороняє використання державних символів у рекламі. Це також стосується й політичної реклами, однак ми часто спостерігаємо імітування державних символів під час рекламування – використання схожих кольорів, імітація гербу і так далі. Для уникнення зловживань такого характеру слід чітко дати визначення політичній рекламі, оскільки рекламування партії та особи часто відбувається поза виборчим процесом. Тобто слід розширити дане поняття та дати можливість науковцям більш детально описати дану проблематику в законодавчому полі. Крім цього необхідно унормувати нормативно-правові акти, які стосуються використання державних символів не лише під час офіційних заходів, адже наша ідентичність – це важлива складова побудови демократичного суспільства.

ЛІТЕРАТУРА

1. Арютюнян Г. Г. Конституційне право: енциклопедичний словник / Г. Г. Арютюнян, М. В. Сумкалай. М.: Норма, 2006. С. 434.
2. Магера А.Й. Окремі аспекти проведення передвиборної агітації та діяльності засобів масової інформації. *Вісник Центральної виборчої комісії України*. 2006. No 2. С. 32–37.
3. Науково-практичний коментар до Закону України «Про вибори народних депутатів України» / [Ф.В. Веніславський, О.В. Гончарук, В.П. Колісник, П.М. Любченко, В.М. Сущенко] ; під ред. В.Л. Мусяки. К.: Дрім Арт, 2012. 672 с.). 329 стор.
4. Про вибори народних депутатів України: Закон України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/4061-17#Text>
5. Про Державний герб України: Постанова Верховної Ради України від 19.02.1992 р. № 2137-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2137-12#Text>
6. Про Державний прапор України: Постанова Верховної Ради України від 28.01.1992 № 2067-XII. *Відомості Верховної Ради України* від 12.05.1992. № 19, Ст. 257. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2067-12#Text>
7. Про Державний Протокол та Церемоніал України: Указ Президента України; Положення від 22.08.2002 № 746/2002. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2067-12#Text>
8. Про затвердження Рекомендацій щодо порядку використання державної символіки в навчальних закладах України: МОН України; Наказ, Рекомендації від 07.09.2000 № 439. Інформаційний збірник Міністерства Освіти і науки України от 01.03.2001. № 5. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2067-12#Text>
9. Рішення КОНСТИТУЦІЙНОГО СУДУ УКРАЇНИ у справі за конституційним зверненням громадянина Костенка Юрія Івановича щодо офіційного тлумачення окремих положень підпунктів 1, 2 пункту 1 Закону України «Про внесення змін до Закону України «Про увічнення Перемоги у Великій Вітчизняній війні 1941-1945 років» щодо порядку офіційного використання копій Прапора Перемоги»/Справа № 1-23/2011/ Київ від 16 червня 2011 року № 6-рп/2011. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/v006p710-11#Text>