

УДК 366.63

ЦИМБАЛЮК В.С., кандидат юридичних наук, старший науковий співробітник,
здобувач наукового ступеня доктора юридичних наук,
в.о. завідувача відділом з проблем інформаційного права
Науково-дослідного центру правової інформатики
Національної академії правових наук України

МАС-МЕДІА ПРАВО В ІНФОРМАЦІЙНОМУ СУСПІЛЬСТВІ

***Анотація.** Щодо визначення сутності та змісту мас-медіа права в інформаційному суспільстві як підгалузі у спеціальній частині інформаційного права.*

***Аннотация.** Относительно определения сущности и содержания мас-медиа права в информационном обществе как подотрасли в специальной части информационного права.*

***Summary.** On the definition of the essence and content of mass media rights in the information society as a subsector in a special part of data protection law.*

***Ключові слова:** мас-медіа право, інформаційне право, інформаційне суспільство.*

У багатьох країнах світу активно йде формування інформаційного суспільства – суспільства, де кожен міг би створювати і накопичувати інформацію та знання, мати до них вільний доступ, користуватися і обмінюватися ними, повною мірою реалізувати свій потенціал, сприяючи особистому і суспільному розвитку та підвищуючи якість життя із застосуванням електронно-цифрових технологій та телекомунікацій. В нашій країні Основні засади розвитку інформаційного суспільства на 2007-2015 роки були затверджені Законом України від 09.11.07 р. № 537-V.

Одним із важливих аспектів реалізації мети і завдань становлення та розвитку інформаційного суспільства є різноманітні засоби масової інформації, мас-медіа. Вони, по суті, визначають зміст (контент) багатьох напрямів і видів інформаційної діяльності в суспільстві. Враховуючи важливість для нього мас-медіа, вони визначені і як складова правовідносин із відповідним відображенням у нормативно-правових актах: законах та підзаконних документах органів виконавчої і судової гілок влади. Зазначене дозволяє констатувати факт, що суспільні відносини щодо мас-медіа є предметом права у розумінні його як сфери суспільних відносин; як напряму наукових досліджень.

Критична маса інформації, знань, нормативно-правових актів дозволяє висловити позицію про формування в праві такого феномену, що можна умовно визначити як мас-медіа право – право про засоби масової інформації (далі – ЗМІ).

Актуальність проблематики щодо мас-медіа права має важливе значення як для правотворчості (зокрема, розробки проекту Кодексу України про інформацію), так і для правозастосування, а також для правової освіти та юридичної науки (зокрема, для розвитку теорії інформаційного права). Проблематиці, пов'язаній із формуванням цього права, присвячено ряд публікацій, серед них пропонується звернути увагу на праці таких дослідників, як Беляков К., Брижко В., Кузнецова О., Маер Т., Петрова Н., Погорелова І., Приступенко Т., Якубенко В. [1 – 9] та ін. Проте, дослідники мас-медіа права, розглядаючи окремі фрагменти правовідносин, регулювання діяльності ЗМІ, не приділили уваги визначенню його структури та місця в системі права, зокрема, як системи знань і як системи наукових досліджень.

Мета публікації – висвітлення окремих результатів науково-дослідної роботи за темою “Методологія кодифікації інформаційного законодавства” (РК УкрІНТЕІ № 0110U001020) у

Науково-дослідному центрі правової інформатики Національної академії правових наук України щодо визначення сутності та змісту мас-медіа права як підгалузі у спеціальній частині інформаційного права.

Вирішення завдань та обґрунтування отриманих результатів дослідження пропонується почати з визначення такої категорії, як “мас-медіа”. Ця категорія в Україні переважно широко застосовується у приватноправових відносинах та науковій і навчальній літературі. Різні автори пропонують різне розуміння цієї категорії. Враховуючи зазначене, пропонується онтологічний підхід до з’ясування її змісту. При цьому пропонується розділити її на дві змістовні складові: мас і медіа.

Складова “мас” – є скороченням від латинського слова “масовий” (чи “масові”, або “маса”), що відображає сутність безлічі, великої кількості, широкої аудиторії, такого, що розраховано на велику кількість людей, учасників суспільних відносин, інтелектуальної дії, поширення, зокрема повідомлень, як відомостей, даних, сигналів, кодів тощо у статусі інформації через комунікацію.

При цьому під інформацією пропонується розуміти результат аналітико-синтетичної чи евристичної інтелектуальної (розумової) діяльності певних суб’єктів суспільних відносин, об’єктивізованої із застосуванням певних технологій комунікації (звукових, зорових, знакових, образних, паперових, електричних, електронних тощо). Змістовно інформація є формою відображення змісту даних, відомостей і т.д. За сутністю інформація має суб’єктивні чинники: вона має ознаки цікавості, потрібності, значимості для певної групи людей. В той же час, певні дані, відомості, повідомлення тощо для іншої групи людей можуть бути шумом, а отже – не інформацією.

Під комунікацією пропонується розуміти спілкування, передачу інформації між людьми, у тому числі на великих відстанях (телекомунікацію).

Складова “медіа” – є похідним терміном з латинської мови, що відображає посередника, посередництво, зокрема в суспільних відносинах щодо передачі інформації.

На зазначених положеннях як методологічних пропонується визначення мас-медіа як масового посередництва ЗМІ у комунікації в суспільстві із застосуванням певних загальнодоступних технологій.

Під технологіями в інформаційних чи комунікаційних суспільних відносинах пропонується розуміти технічно зумовлені методи, способи створення (об’єктивізації), передачі, отримання та застосування інформації.

Мас-медіа право, його основний зміст пропонується визначити із загальних положень теорії права.

Мас-медіа право – це суспільні відносини, пов’язані із засобами (технологіями) інформації, розраховані на велику кількість людей у їх комунікації, у тому числі за контентом (змістом), на великі відстані (телекомунікації).

За сутністю мас-медіа право пов’язане з правовідносинами щодо інформації, діяльністю щодо її збору, обробки, передачі, доступу, отримання та застосування. Це дозволяє говорити про його належність до такої комплексної галузі права, як інформаційне право, права, що має основним (визначальним) своїм предметом (об’єктом) правовідносин – інформацію. З цього випливає питання щодо визначення статусу та місця мас-медіа права у структурі інформаційного права.

Методологія теорії сучасного інформаційного права базується на концепції визначення у ньому трьох частин: загальної, особливої та спеціальної. У загальній частині структуруються основні інститути (їх положення) щодо особливої та спеціальної частин. В особливій частині визначаються (інституціонуються) нормативи (норми) правил суспільних відносин за суб’єктною ознакою: права, обов’язки,

зобов'язання людини (особи, громадянина), суспільства, держави, міжнародного співтовариства в їх інформаційній сфері. Спеціальна частина інформаційного права на основі загальної та особливої його частин структурується за такою об'єктною ознакою, як напрями та види діяльності щодо інформації – інформаційної діяльності.

Серед цих видів діяльності, поряд із взаємопов'язаними між ними інформатизацією, телекомунікацією та інформаційною безпекою, значний масив норм правил поведінки займають правовідносини, пов'язані з мас-медіа. Інституціонально вони структуровані умовно за технологічною ознакою засобів, технікою їх об'єктивізації, зокрема: преса, друкування; радіомовлення, телебачення; кінематографія тощо. Це дозволяє на теоретико-правовому рівні вести мову про наявність ряду інститутів мас-медіа права: права про друковані ЗМІ (пресу), тісно пов'язаного з ним видавничого права; права радіо і телебачення (чи телерадіоправо); права кінематографії (кінематографічне право); права про інформаційні агентства.

З бурхливим розвитком Інтернету як засобу телекомунікації відмічається тенденція до інтеграції зазначених вище провідних інститутів мас-медіа права з Інтернетправом. Як комплексний інститут інформаційного права це можна умовно назвати Інтернет-мас-медіа право. Тобто спостерігається трансформація і конвергенція через електронні (комп'ютерні) засоби телекомунікації. Зазначені міркування дозволяють їх структурувати в систему у складі спеціальної частини інформаційного права. Але структуризація правовідносин все ж пропонується під умовною назвою саме “мас-медіа право”. При цьому створюється методологічна можливість агрегації до цього права певних норм правил поведінки в інформаційному просторі суспільства як підінститутів.

Всі підінститути мас-медіа права мають комплексні ознаки, що пов'язані з відповідними інститутами провідних галузей права: конституційного, адміністративного, цивільного та кримінального. Мас-медіа право та його підінститути також пов'язані з рядом комплексних галузей права: трудовим, господарським, фінансовим та іншими. Мас-медіа право через інституціональні ознаки має зв'язки із рядом спеціальних галузей права, зокрема: податковим, бюджетним та ін. Мас-медіа право має зв'язок з рядом міжгалузевих комплексних інститутів: правом інтелектуальної власності (у його складі – авторським правом та окремими інститутами промислової власності), рекламним правом та ін.

Спеціальні загальні суб'єкти мас-медіа права визначаються із спеціального статусу суб'єктів інформаційного права: інформанти – журналіст, репортер; редактор (головний редактор), редакція та інші; інформовані – читач, радіослухач, телеглядач та інші споживачі інформаційної продукції.

Основним предметом (об'єктом) правовідносин у мас-медіа праві пропонується вважати інформаційну продукцію ЗМІ.

З точки зору доктрини поділу права на приватне і публічне мас-медіа право має великий масив норм правил поведінки приватноправового і публічноправового змісту. На рівні публічного права мас-медіа право України має ряд системоутворювальних для його інститутів законодавчих актів. Серед них є такі закони України, як: “Про інформацію”, “Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні”, “Про телебачення і радіомовлення”, “Про інформаційні агентства”, “Про внесення змін і доповнень до положень законодавчих актів України, що стосуються захисту честі, гідності та ділової репутації громадян і організацій”, “Про Національну раду України з питань телебачення і радіомовлення”, “Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів”, “Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами

масової інформації”, “Про видавничу справу”, “Про професійних творчих працівників та творчі спілки”, “Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України” тощо.

Правовий аналіз мас-медіа законодавства дозволяє зробити висновок, що в ньому комплексно застосовуються методи публічного і приватного права: приписи, дозволи, заборони, визначення імперативних і диспозитивних норм, що є основним методом інформаційного права як комплексної галузі права.

Висновки.

1. Сучасне мас-медіа право України є підгалуззю у спеціальній частині інформаційного права, що визначається за об’єктною інституціональною ознакою: як міжгалузева комплексна інституція права; як інституція права у складі провідних (основних, базових) галузей права (конституційного, адміністративного, цивільного, кримінального); окремих комплексних галузей права (господарського, фінансового, трудового, екологічного тощо), а також окремих спеціальних галузей права (податкового, бюджетного, повітряного тощо).

2. Як підгалузь інформаційного права мас-медіа право може розглядатися в об’єктивному і суб’єктивному змісті:

в об’єктивному змісті – це складова сфери суспільних відносин щодо інформації із застосуванням певних технологій її реалізації;

у суб’єктивному змісті – це множина прав і обов’язків, що виникають при функціонуванні ЗМІ.

3. За сутністю мас-медіа право може розглядатися: як комплексна сфера суспільних інформаційних відносин; як комплексний напрям наукових досліджень у правознавстві; як навчальна дисципліна.

4. З точки зору теорії гіперсистем права сучасне мас-медіа право є великою, складною підсистемою, що активно, динамічно розвивається у складі системи інформаційного права у взаємозв’язку з іншими правовими підсистемами, їх інститутами та нормами права, що складають правила поведінки при формуванні та розвитку інформаційного суспільства України як сегмента глобального інформаційного суспільства, яке набуває ознак глобальної кіберцивілізації під впливом розвитку комп’ютерних технологій, зокрема й Інтернету.

Використана література

1. Беляков К.І. Інформатизація в Україні: проблеми організаційного, правового та наукового забезпечення : монографія / К.І. Беляков. – К. : КВЦ, 2008.

2. Брижко В.М. Методологічні та правові засади упорядкування інформаційних відносин : монографія / В.М. Брижко ; рецензенти : академік НАПрН України Тихий В.П., академік НАПрН України Сегай М.Я., д.ю.н., професор Арістова І.В., к.ю.н, доцент Яременко О.І. – К. : ТОВ “ПанТот”, 2009 р. – 415 с.

3. Кузнецова О.Д. Журналістська етика та етикет: основи теорії, методики, дослідження трансформації незалежних видань України, регулювання моральних порушень. – Л.: “Світ”, 1998.

4. Meyer T. Mediokratie / T. Meyer. – Suhrkamp, Frankfurt, 2001.

5. Петрова Н. Медіа-право / Н. Петрова, В. Якубенко – К., 2007. – 276 с.

6. Погорелова І. Медіакратія / І. Погорелова / “День”. – № 162. – (4 вересня 1999 р.).

7. Приступенко Т.О. Деякі аспекти правового регулювання засобів масової інформації України / Т.О. Приступенко // Наукові записки Інституту журналістики. – 2005. – Т. 12.

8. Роль ЗМІ в процесах державотворення. – К. : ЦВП, 1998.

9. Соціокультурні аспекти права на комунікацію. – К. : ЦВП, 1997.

10. Цимбалюк В.С. Інформаційне право (основи теорії і практики) : монографія. / В.С. Цимбалюк. – К. : “Освіта України”, 2010. – 388 с.

~~~~~ \* \* \* ~~~~~