

І н ф о р м а ц і й н е з а к о н о д а в с т в о

УДК 007:304:001

КРАСНОСТУП Г.М., кандидат юридичних наук, старший науковий співробітник,
НДІП НАПрН України

**ПЕРСПЕКТИВИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ
КОНВЕРГЕНТНИХ МЕДІА: СКЛАДНІСТЬ ПРАКТИЧНОГО
ЗАСТОСУВАННЯ РЕГУЛЯТОРНИХ МЕХАНІЗМІВ**

Анотація. Про правове регулювання суспільних відносин щодо конвергентних медіа та регуляторні механізми в інформаційній сфері.

Ключові слова: традиційні, нові, соціальні та конвергентні засоби масової інформації.

Аннотация. О правовом регулировании общественных отношений относительно конвергентных медиа и регуляторных механизмах в информационной сфере.

Ключевые слова: традиционные, новые, социальные и конвергентные средства массовой информации.

Summary. About the legal adjusting of public relations in relation to convergence media, as well as practical application of regulation mechanisms in an information sphere.

Keywords: information, traditional, new, social and convergence media.

Постановка проблеми. З моменту своєї появи засоби масової інформації стали найважливішим інструментом свободи вираження поглядів.

Останні дослідження та публікації фахівців у сфері інформаційного права, зокрема, О. Баранова, О. Вознесенської, Д. Дуцик, О. Ляхова, Л. Мудрак, Д. Проценко, О. Рачинська, Д. Тупчієнко Т. Шевченка свідчать, що вони зробили значний внесок у дослідження правового регулювання суспільних відносин щодо діяльності засобів масової інформації в мережі Інтернет. Разом з цим, більш глибокого дослідження потребує питання перспектив правового регулювання конвергентних медіа, а також формування та реалізації державної політики у цій сфері.

Метою статті є визначення сутності і змісту такого поняття як “засіб масової інформації”, його видів, розробка практичних рекомендацій щодо правового регулювання суспільних відносин стосовно діяльності конвергентних медіа.

Виклад основних положень. Майже третина громадян України є користувачами мережі Інтернет – за підрахунками Міжнародного союзу електрозв’язку їх кількість становить близько 15 млн. Громадяни України дедалі активніше опановують нові форми комунікацій, зокрема “соціальні медіа”: ними охоплено близько 7 – 8 млн. наших співвітчизників, тобто в Україні стрімко формується масова Інтернет-аудиторія та специфічне “мережеве” соціокультурне середовище, що за своїми основними параметрами буде подібним до таких у розвинених країнах [1].

Під час дослідження міжнародних принципів правового функціонування медіа Рачинська О. звертає увагу на підписану у 2011 році Спільну Декларацію про свободу висловлювання поглядів та Інтернет, підкресливши визначальну роль Інтернету в наданні права голосу мільярдам людей у світі, суттєвого розширення можливостей отримувати інформацію, зміцнення плюралізму та забезпечення звітності [2, с. 3].

Отже, політика стосовно засобів масової інформації має сповна враховувати ці аспекти у визначенні поняття “засіб масової інформації”.

Статтею 22 Закону України “Про інформацію” визначено поняття “засоби масової інформації”. Так, засоби масової інформації – це засоби, призначені для публічного поширення друкованої або аудіовізуальної інформації [3].

Засоби масової інформації (або *mass-media* – від лат. *mass* – “маса”, “чисельний” і *medius* – “середній”, “нейтральний”) – періодичні друковані видання та інші форми розповсюдження інформації серед необмеженого кола осіб, соціальних груп, держав з метою оперативного інформування їх про події і явища у світі, конкретній країні, певному регіоні, а також на виконання спеціальних соціальних функцій [4, с. 134].

Традиційні засоби масової інформації активно поширюють інформацію в мережі Інтернет.

Визначення поняття “нові медіа” (тобто, нові засоби масової інформації) є простим і складним одночасно.

Інтерактивне спілкування з користувачами не є обов’язковою умовою для визнання нових послуг зв’язку в якості засобу масової інформації або пов’язаною із засобами масової інформації діяльністю.

Телебачення вже давно співпрацює з глядачами у форматі громадської думки: дзвінки в студію, студійно-аудиторні дискусії, ігрові шоу, вікторини, ток-шоу та подібне. Особливий сплеск популярності мають реаліті-шоу, які збільшили участь “пересічних громадян” у створення ефірів.

Сьогодні часто застосовують поняття “нові медіа”, з якими нерідко ототожнюється з діяльністю соціальних (Facebook, Livejournal, Twitter, YouTube), які можуть використовуватися не лише для розваг, але і для професійного розвитку, спілкування, отримання новин та обміну інформацією. Незважаючи на популярність соціальних мереж, швидше за все, вони не будуть самодостатніми засобами громадського впливу.

Політика та регулювання, як правило, далеко позаду подій, що трапляються в реальному житті. Щоб мати правильне усвідомлення цих подій і можливість впроваджувати адекватну і перспективну політику, ми повинні навчитися ставитися до “нових” засобів масової інформації та контенту, що вони поширюють, як до норми – в точності так, як до так званих засобів масової інформації “цифрового походження” [5, с. 15].

21 вересня 2011 року Комітетом міністрів Ради Європи було прийнято Рекомендації державам-учасницям CM/Res (2011)7 про нове визначення медіа [6].

Комітет міністрів, згідно з умовами статті 15. b Статуту Ради Європи, рекомендував державам-учасницям:

– прийняти нове широке визначення медіа, яке охоплюватиме усіх дійових осіб, залучених у виробництво та поширення, поширюючись на потенційно велику чисельність громадян, контент (наприклад, інформація, аналіз, коментар, думка, освіта, культура, мистецтво та розваги в текстовій, аудіо, візуальній, аудіовізуальній чи іншій формі) та прикладні програми, які створюються з метою сприяння інтерактивним засобам масової інформації (наприклад, соціальним мережам) або іншим масштабним інтерактивним видам діяльності на основі контенту (наприклад, он-лайн іграм), зберігаючи при цьому (в усіх таких випадках) редакційний контроль або нагляд над контентом;

– розглянути питання регуляторних потреб відносно усіх дійових осіб, які надають послуги або продукти в медійній екосистемі, з метою забезпечення гарантій права людей на пошук, отримання та передачу інформації відповідно до статті 10 Європейської Конвенції з прав людини, та поширити на таких дійових осіб відповідні

гарантії недопущення втручання, яке іншим чином може серйозно вплинути на права, передбачені у статті 10, включно з тими ситуаціями, коли ризик виникає у зв'язку з неправомірним самообмеженням або самоцензурою;

– застосувати критерії, передбачені у додатку до Рекомендації, з урахуванням зваженої та диференційованої відповіді, до дійових осіб, які охоплюються новим значенням медіа, виходячи з відповідних стандартів Ради Європи стосовно медіа, беручи до уваги специфіку їх функцій у медійному процесі та їх потенційний вплив і важливе значення у забезпеченні або зміцненні належного врядування в демократичному суспільстві;

– залучатися до діалогу з усіма дійовими особами в медійній екосистемі з метою забезпечення ознайомлення їх з відповідною законодавчою базою; запрошення традиційних та нових медіа до обміну належними практиками та у відповідних випадках консультацій між ними з метою формування інструментів саморегулювання – наприклад, кодексів поведінки, в яких будуть враховуватися та вноситися у прийнятній формі загальноприйняті медійні та журналістські стандарти;

– приймати стратегії поширення, формування або забезпечення прийнятних рівнів надання публічних послуг, які гарантуватимуть задовільний рівень плюралізму, урізноманітнення контенту та споживчого вибору і забезпечуватимуть ретельне вивчення або моніторинг нових напрацювань;

– не послаблювати увагу до вирішення ситуацій великої концентрації в медійній екосистемі, яка може призводити до неналежного використання здатності дійової особи формувати або впливати на громадську думку чи вибір людей, що може мати потенційно серйозні наслідки для врядування, а плюс до того ще й на політичний плюралізм та демократичні процеси, особливо коли у цьому відношенні набувають актуальності нові види послуг, прикладних програм або платформ;

– вживати заходів індивідуально або колективно з метою поширення таких підходів на відповідних міжнародних форумах.

У Китайській Народній Республіці до нових медіа відносять розсилку новин за допомогою СМС-повідомлень.

Канадська комісія з питань телерадіомовлення та телекомунікацій пропонує до використання наступне визначення: “нові медіа – це медіа послуги, що поширюються через Інтернет та включають в себе широкий спектр комунікаційних продуктів і послуг із використанням відео, аудіо, графіки та буквено-цифрового тексту. Такі послуги включають, але не обмежуючись, відеоігри, електронну пошту, он-лайн-послуги пейджингового зв'язку, надсилання факсів, електронну комерцію та IP телефонію” [7, с. 7].

На думку Мудрак Л.М., нові медіа – це, передусім, нові технології, поширення та злиття старих традиційних форм медіа з Інтернетом (конвергентні – тобто злиті або змішані технології) [8].

Інший широко вживаний термін, що використовується поряд із терміном “нові медіа”, – це конвергентні засоби масової інформації.

Цодіков Л. зазначає, що “у недалекому минулому, коли слово “медіахолдинг” означало компанію, що володіє різними медійними організаціями, здатними випускати цілком конкретний продукт: газету, журнал, телеканал, радіостанцію, – все було просто і ясно. Один продукт – одна редакційна структура. І, незалежно від використовуваних бізнес-моделей, усе було цілком пристойно у фінансовому плані. Поява Інтернету призвела до створення веб-сайтів медійних компаній, побудованих на базі тієї ж парадигми: веб-сайт, як продукт, мав ще одну редакцію. Я, звісно, не маю на увазі

доморощені варіанти автоматичного заливання на сайт готових матеріалів видання, які нема сенсу обговорювати” [9].

Конвергентний засіб масової інформації (лат. *convergens (convergentis)* – “той, що сходиться”, присл. від *convergere* – “сходитись до одного центру”, “конвергуватись”) – це засіб масової інформації, що поєднує в собі різні види контенту так само конвергентного, оскільки об’єднуються різні види мовлення: усне, писемне мовлення, а також аудіовізуальних матеріал, що поширюється як через сповіщення в реальному часі, так і шляхом надання запису на замовлення, при цьому важливою характерною особливістю є те, що розповсюдження також відбувається через телекомунікаційні мережі з використанням нових технологій [7, с. 7].

Водночас Проценко Д., Тупчієнко Д. під час огляду міжнародного досвіду підходів до регулювання нових конвергентних аудіовізуальних засобів масової інформації виділили наступні форми традиційного телебачення в мережі Інтернет, а саме: стримінг; ТБ-навздогін; персональний мережевий відеореєстратор; сповіщення в прямий ефір в мережі Інтернет на конкретно визначеному веб-сайті; електронні версії традиційних друкованих засобів масової інформації; IPTV; мережеві відео-сервіси.

Мудрак Л.М. під час огляду досвіду ЄС щодо правового регулювання відповідних суспільних відносин зазначає, що регуляторам найважче класифікувати найбільш “нетрадиційні” послуги, тобто будь-які послуги, які надаються винятково через Інтернет, які особливо важко регулювати на практиці. Такі послуги пропонують, як правило, гібридний зміст (аудіовізуальні та інші матеріали), що робить його іноді важко оцінюваним, а саме: який зміст є головним і який – допоміжним, або як вирішити, чи розділ відеопошуку можна розглядати як ізольований від іншої частини веб-сайта і як медіа-послугу. Найбільш дискусійним останнім часом є телебачення-через-Інтернет (OTT TV). Реєструють та класифікують цю послугу Австрія, Бельгія (франкомовний регулятор), Фінляндія, Нідерланди, Кіпр, Італія, Люксембург, Словенія. В Італії цей вид послуг вважається еквівалентним веб-ТБ у сенсі технологічного та економічного впливу на ринок, особливо стосовно питання трансляції спортивних змагань на нових технологічних платформах [8, с. 7].

Перелічені вище види конвергентного контенту та сервісів пов’язують нас із неохоплюваною кількістю самих нових медіа, а також подібних до них інформаційних структур. Зважаючи на те, що їх точну кількість визначити достеменно не видається можливим, так само важко собі уявити, яким чином має бути сконструйоване та реалізоване регулювання їх діяльності [7, с. 9].

Кожен має можливість переглядати (прослуховувати) аудіовізуальні матеріали за допомогою комп’ютера чи мобільного телефону, що мають зв’язок з Інтернетом.

Відповідно до даних Київського міжнародного інституту соціології, станом на вересень 2013 року, 49,8 % дорослого населення України має доступ до мережі Інтернет. Позитивним фактором розвитку свободи слова в українському Інтернет-просторі став запуск трьох проектів он-лайн телебачення. Проект Spilno.TV було запроваджено у травні 2013 року як он-лайн телебачення за рахунок коштів телеглядачів. У червні 2013 року команда з 15 журналістів, раніше звільнена з телеканалу TVi, оголосила про запуск проекту суспільного мовлення. Hromadske. TV вперше вийшло в ефір. Ще один проект, Espresso.TV, було запроваджено у листопаді 2013 року. Поява трьох незалежних проектів он-лайн телебачення позитивно вплинуло на редакційну політику традиційних засобів масової інформації, які раніше характеризувалися як упереджені, неетичні та провладні. Запуск таких проектів свідчить про розвиток Інтернет технологій в Україні, а також про наявність вітчизняного попиту на он-лайн-телебачення [10; с. 74-75].

Разом з цим, поряд із простотою та доступністю поширення інформації в мережі Інтернет ми зустрічаємося зі складностями застосування регуляторних механізмів.

Багато інститутів громадянського суспільства стверджують, що поширення інформації в мережі Інтернет потребує менш суворого регулювання, ніж засоби масової інформації, однак регулювання все ж необхідне передусім через потенційну шкоду (порушення авторського права, права на приватність; поширення недостовірної інформації; захист дітей від інформації, що може шкодити їхньому здоров'ю і розвитку; захист честі, гідності та ділової репутації).

Так, Мудрак Л.М. зазначає, що усі регуляторні інструменти можна систематизувати/класифікувати за трьома групами [8]:

- ліцензування, коли регулятор виставляє ліцензію на конкурс (*licensing*) і заявники за неї змагаються (за такими монетарними критеріями, як, наприклад, хто більше сплатить чи хто краще відповідає умовам ліцензії тощо);

- реєстрація (*registration*), коли регулятор встановлює набір немонетарних критеріїв і залежно від того, як їм відповідає чи не відповідає заявник, реєструє або не реєструє його (тобто хтось має подати заяву і чекати від регулятора на рішення – задовольнять його чи ні);

- повідомлення (*notification*), мовник лише надсилає повідомлення про початок своєї діяльності регулятору і воно приймається автоматично, відмовити в отриманні повідомлення регулятор не може.

Практика регулювання діяльності “конвергентних медіа” європейським законодавством здебільшого не передбачає дозвільних процедур, обмежуючись реєстрацією даного виду діяльності.

Тому, під час підготовки нової редакції Закону України “Про телебачення і радіомовлення” обов'язково слід передбачити положення щодо правового регулювання конвергентних медіа.

Крім того, на сьогодні не існує врегульованого на законодавчому рівні відпрацьованого механізму захисту авторських прав в мережі Інтернет [11, с. 30].

У зв'язку з цим, під час формування державної політики у сфері телебачення і радіомовлення слід враховувати всі проблемні питання, пов'язані з поширенням інформації в мережі Інтернет.

Висновки.

Визначення поняття “засіб масової інформації” зазнало суттєвих змін.

Умовно засоби масової інформації можна поділити на традиційні та нетрадиційні (нові медіа).

Не можна ототожнювати такі поняття як: “нові”, “соціальні” та “конвергентні” засоби масової інформації (медіа).

Доцільність правового регулювання поширення інформації в мережі Інтернет пояснюється можливістю завдання істотної шкоди суспільним інтересам. Правове регулювання порядку створення та засад діяльності конвергентних медіа потребує менш суворого регулювання, ніж традиційні засоби масової інформації.

На нашу думку, зазначене вище підлягає врахуванню під час законотворчої діяльності, що в подальшому сприятиме вдосконаленню інформаційного законодавства та відповідному забезпеченню державної інформаційної політики.

Використана література

1. Модернізація України – наш стратегічний вибір : послання Президента України до Верховної Ради України. – Режим доступу : [//www.niss.gov.ua/articles/416](http://www.niss.gov.ua/articles/416)

2. Рачинська О. Міжнародні принципи правового функціонування медіа : перспективи для України. – Режим доступу : [//www-philology.univer.kharkov.ua/nauka/e_books/visnyk_1074/content/rachynska.pdf](http://www-philology.univer.kharkov.ua/nauka/e_books/visnyk_1074/content/rachynska.pdf)
3. Про інформацію : Закон України від 13.01.11 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 10. – Ст. 445. – Режим доступу : [//www.zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2938-17](http://www.zakon0.rada.gov.ua/laws/show/2938-17)
4. Політологічний енциклопедичний словник. – К. : Генеза, 1997. – 400 с.
5. Rarol Jakubowicz. Media revolution in Europe: ahead of the curve. Council of Europe Publishing. – 2011 – С. 607.
6. Про нове визначення медіа : Рекомендація Комітету міністрів Ради Європи державам-учасницям СМ/Rec(2011)7. – Режим доступу : [//www.soe.kiev.ua/docs/km/Rec\(2011\)7.htm](http://www.soe.kiev.ua/docs/km/Rec(2011)7.htm)
7. Проценко Д., Тупчієнко Д. Огляд підходів до регулювання нових конвергентних аудіовізуальних засобів масової інформації: міжнародний досвід. – Режим доступу : http://nrada.gov.ua/userfiles/file/2012/PDF/Brochure_ReviewOfRegulatoryApproaches.pdf
8. Мудрук Л. Конвергентні медіа як об’єкт державного регулювання: досвід ЄС. – Режим доступу : [//www.academy.gov.ua/ej/ej17/PDF/19.pdf](http://www.academy.gov.ua/ej/ej17/PDF/19.pdf)
9. Цодіков Л. Конвергенція та інтеграція ньюзрума – різні речі. – Режим доступу: <http://osvita.mediasapiens.ua/print/material/1674>
10. Интернет и новые медиа / “Свобода медиа в странах восточного партнерства – 2013”. – К., 2014. – С. 74-76.
11. Андрощук Геннадій. Захист авторського права і прав користувачів Інтернету у світі / “Юридична газета” від 26.09.14 р. № 15-16 (409-410). – С. 30-31.

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