



ПРАВОВИЙ СТАТУС ІНТЕРНЕТ-ЗМІ

Ольга Мацкевич,

молодший науковий співробітник НДІ інтелектуальної власності НАПрН України

Інтернет — всесвітня інформаційна система загального доступу, що логічно зв'язана глобальним адресним простором і базується на Інтернет-протоколі, визначеному міжнародними стандартами (ст. 1 Закону України «Про телекомунікації»).

Основним правилом існування мережі є досі залишається принцип вільного вираження думок і свободи творчості. Проте все гостріше постають питання необхідності правового регулювання відносин у цій сфері. Адже свобода творчості часто супроводжується відсутністю відповідальності.

Вітчизняне законодавство не встигає за стрімким розвитком технологій і досі не може прописати вдосталь положень, які б на достатньому рівні забезпечували регулювання відносин, пов'язаних з діяльністю Інтернету. Схожа ситуація склалася з приводу законодавства у сфері ЗМІ. Нині, жаль, не існує єдиного законодавчого акта, котрий надавав би максимально повну охорону ЗМІ зважаючи на всі новітні досягнення в цій галузі.

Метою цієї статті є спроба з'ясувати: за яких умов сайт може бути засобом масової інформації; які права інтелектуальної власності належатимуть тим, хто причетний до створення Інтернет-ЗМІ; та які порушення цих прав найчастіше трапляються в мережі.

Веб-сайт — сукупність веб-сторінок, доступних у мережі Інтернет,

що об'єднані як за змістом, так і навігаційно. Сайт одночасно є і комп'ютерною програмою, і сукупністю дизайну (графічного оформлення сторінки) та розміщеного на ньому матеріалу — контенту. Тож права інтелектуальної власності поширюватимуться не лише на графічну та зображенальну форму сторінок, але й на комп'ютерну програму.

Чи кожний сайт можна вважати ЗМІ?

Наприклад, пошукові системи Yandex і Rambler на перших сторінках виводять новинні стрічки. Та чи означає це, що Yandex і Rambler належать до ЗМІ? Очевидно, що ні, оскільки у цих каталогів зовсім інше завдання, новинні стрічки постають тут як додатковий, такий що приваблює відвідувачів, сервіс. Крім цього, такі стрічки (за допомогою технології RSS) можна вивісити на своєму сайті. Чи стане він після цього вебмедія? [7]

Крім цього, нині для будь-якої особи не є великою складністю створити свій власний блог, за допомогою якого вона зможе інформувати інших про події свого життя, життя суспільства тощо. При цьому рівень відвідуваності такого блогу може бути достатньо високим.

У США Верховний суд штату Нью-Йорк прийняв рішення, згідно з яким усі Інтернет- сайти, незалежно від їхнього змісту та професійного рівня, вва-



жаються ЗМІ. Таким чином, будь-який автор, який публікує свої матеріали у мережі, вважається журналістом, не залежно від наявності відповідного посвідчення або належності до редакції, та має право отримувати та поширювати інформацію так само, як це роблять співробітники інших ЗМІ [8].

У законодавстві Казахстану (ст. 1 Закону «Про засоби масової інформації») Інтернет-ресурси визнано ЗМІ, а для поширення повідомлень і матеріалів інформаційного характеру казахстанським Інтернет-ЗМІ не потрібно мати ліцензію або свідоцтво про реєстрацію (ст. 5 ч. 1 цього ж закону).

Спробуємо розібратися в розмаїтті різних сайтів. Вітчизняні дослідники вже робили спроби класифікувати сайти за наповненням.

Так, О. Коцарев здійснив детальний аналіз джерел за темою та запропонував таку класифікацію сайтів (для нашого дослідження її буде цілком достатньо): інтернет-ЗМІ (www.pravda.com.ua), корпоративні сайти (www.acta.com.ua), персональні сайти (www.vitaliykozlovskiy.com), рекламні сайти (www.robota.uzhgorod.ua), Інтернет-магазини (www.bambook.com.ua), довідкові сайти (www.uz.gov.ua), Інтернет-збірні (www.pisni.org.ua), сайти-твори (harrypotterandthegobleddoffire.com.ua), Інтернет-спільноти (www.fc.volyn.net), портали [9].

Як видно з вищевикладеного, Інтернет-ЗМІ є лише категорією з усієї маси сайтів мережі.

Існують сайти, що є мереною версією ЗМІ іншого характеру (наприклад, сайт телеканалу). З ідентифікацією таких сайтів проблем не виникає, адже вони є варіантом традиційного ЗМІ. На підтвердження сказаного в російського дослідника І. Давидова знаходимо таку класифікацію:

- а) власне мережні видання (тобто ті, які виходять лише в Інтернеті);
- б) мережні версії традиційних ЗМІ.

За типом представленного на них контенту сайти можуть бути:

(1)

- новинні,
- комментарійні,
- мішані;

(2)

- авторські,
- редакційні,
- мішані.

За тематикою:

- монотематичні
- політематичні [10].

Та потрібно сказати, що в Інтернеті взагалі важко знайти які-небудь «чисті» типи, будь-який сайт можна за бажанням розглядати як ЗМІ, а можна і позбавити його такого статусу. У цій ситуації О. Калмиков і Л. Коханова пропонують вважати веб-медія ті проекти, які самі себе так називають, використовуючи в назвах розділів сайтів традиційні для ЗМІ терміни: журнал, альманах, газета, редакція, редактор тощо [7].

Вони також зазначають, що які б способи опису й типології Інтернет-журналістики не пропонувалися, очевидним є те, що Інтернет-журналістику слід розглядати не як тип, а як вид журналістики з притаманними їй специфічними рисами щодо завдань, які вона вирішує, та способів їх вирішення. Розвиток Інтернет-журналістики здійснюється у взаємозв'язку та взаємозалежності з іншими видами ЗМІ [7].

Для того, щоб з'ясувати, який саме Інтернет-ресурс можна вважати, ЗМІ звернімося до визначень.

Засіб інформації — будь-які засоби інформації, що призначенні публічно поширювати інформацію періодичного характеру, наприклад, газети, радіо чи телебачення [11].

Інтернет-ЗМІ (Інтернет-видання) — регулярно оновлюваний інформаційний сайт, який ставить за мету виконувати функцію засобу масової інфор-



мації та користується певною популярністю й авторитетом (має свою постійну аудиторію) [12].

Стаття 20 Закону України «Про інформацію» визначає, що масова інформація — це публічно поширювана друкована та аудіовізуальна інформація. Друкованими ЗМІ є періодичні друковані видання (преса) — газети, журнали, бюллетені тощо й разові видання з визначенним тиражем. Аудіовізуальними ЗМІ є: радіомовлення, телебачення, кіно, звукозапис, відеозапис тощо.

При цьому чіткого визначення понять «друкована та аудіовізуальна інформація» та «засіб масової інформації» в Законі України «Про інформацію» не наведено.

Стаття 1 Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» зазначає: під друкованими ЗМІ (пресою) в Україні розуміються 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.

Іншим законом України, який певним чином регулює діяльність ЗМІ, є Закон України «Про телебачення і радіомовлення», де знаходимо такі визначення (ст. 1): аудіовізуальна інформація — будь-які сигнали, що сприймаються зоровими та слуховими рецепторами людини й ідентифікуються як повідомлення про події, факти, явища, процеси, відомості про осіб, а також коментарі (думки) про них, що передаються за допомогою зображень і звуків; аудіовізуальний (електронний) засіб масової інформації — організація, яка надає для масового приймання споживачам аудіовізуальну інформацію, передану у вигляді електричних сигналів і прийняту за допомогою побутових електронних пристрій.

Розглянемо положення законодавств інших країн. У Російській Федерації (РФ) та Республіках Білорусь (РБ) та Казахстан (РК) існують окремі закони, що регулюють діяльність ЗМІ.

Закон РБ «Про засоби масової інформації» дає таке визначення поняття ЗМІ (ст. 1 п. 20): форма періодично-го розповсюдження масової інформації з використанням друку, телевізійного мовлення та радіомовлення, глобальної комп’ютерної мережі Інтернет.

Ст. 2 Закону РФ «Про засоби масової інформації» встановлює, що: під масовою інформацією потрібно розуміти призначені для необмеженого кола осіб друковані, аудіо-, аудіовізуальні й інші повідомлення та матеріали; а під ЗМІ — періодичне друковане видання, радіо-, теле-, відеопрограми, кінохронікальна програма, інша форма періодичного поширення масової інформації.

Ст. 1 Закону РК «Про засоби масової інформації» дає такі визначення: «масова інформація — призначені для необмеженого кола осіб друковані, аудіовізуальні й інші повідомлення та матеріали; засіб масової інформації — періодичне друковане видання, радіо- і телепрограма, кінодокументалістика, аудіовізуальний запис і інша форма періодичного або безперервного публічного розповсюдження масової інформації, включаючи Інтернет-ресурси».

Отже, періодичність, публічність, необмеженість кола осіб є необхідною умовою того, щоб вважати сайт ЗМІ. Проте цих умов, на нашу думку, замало для диференціації сайтів.

Особливість Інтернет-ресурсів полягає в тому, що сайт дає можливість розмістити водночас не тільки друкованій текст або зображення (фото), але й мультимедія (відео) чи анімацію. Інтернет-сайт поєднує в собі як друкований, так й аудіовізуальний засіб масової інформації. Тож застосо-



вувати до сайту тільки норми закону «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» недоречно.

Можна зробити наголос на тому, що ЗМІ повинні подавати **лише** достовірну інформацію та нести відповідальність за порушення цього правила. Ніхто не забороняє Інтернет-користувачам розміщувати повідомлення на власних сторінках або дізнататися новини на блогах чи в соцмережах, але чи вважатиметься ЗМІ джерело такої інформації?

Чи повинен сайт бути зареєстрований як ЗМІ?

Кожний друкований ЗМІ має бути зареєстрований у Міністерстві юстиції України, а телерадіоорганізація — отримати відповідну ліцензію.

Крім цього, для заснування телерадіоорганізації (Ст. 12 ч. 4 Закону України «Про телебачення і радіомовлення») установчі та/або статутні документи суб’єкта господарювання, який має ліцензію на мовлення або претендує на отримання такої ліцензії, мають передбачати створення у складі органів його управління спеціального наглядового органу (редакційної ради тощо), половина складу якого призначається засновниками чи власниками телерадіоорганізації, а половина обирається творчим колективом телерадіоорганізації.

Про ліцензування або реєстрацію Інтернет-ЗМІ, а також про обов’язкову наявність редакції в них, у вітчизняному законодавстві допоки не йдеться.

Інтернет-видання переважно дотримуються зазначених у Законі України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» (ст. 1) умов періодичності. Термін «масова інформація», визначений у Законі «Про інформацію» як «публічно поширювана інформація», відповідає концепції подання інформації на сайті Інтернет-ЗМІ, оскільки тут наявне публічне повідомлення інформа-

ції. З іншого боку, мережеві видання не відповідають визначенню, котре дає Закон «Про видавничу справу»: «Видання повинно відповідати вимогам стандартів відносно оформлення, поліграфічного та технічного виконання» [13].

У заяві про державну реєстрацію друкованого ЗМІ (ст. 12 Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні») повинні бути вказані:

- 1) засновник (співзасновники) видання;
- 2) вид видання;
- 3) назва видання;
- 4) мова видання;
- 5) сфера розповсюдження (місцева, регіональна, загальнодержавна, зарубіжна) та категорії читачів;
- 6) програмні цілі (основні принципи) або тематична спрямованість;
- 7) передбачувані періодичність випуску, обсяг і формат видання;
- 8) юридична адреса засновника, кожного зі співзасновників та його (їхні) банківські реквізити;
- 9) місцезнаходження редакції.

Як бачимо, пункти 1–4, 6, 8 цілком можна застосувати і для сайту. Розглянемо інші пункти заяви.

Сфера розповсюдження та категорії читачів. На сайт можна зайти з будь-якої точки планети, так само як і здійснювати його адміністрування, тому зазначити сферу розповсюдження вбачається проблематичним, проте категорії читачів цілком можна визначити для Інтернет-сайту.

Періодичність, обсяг і формат. Класичне поняття тиражу не можливо застосувати для сайту, проте існує статистика відвідувань сайту. За потреби, її можна вважати тиражем. Хоча, на нашу думку, цей пункт цілком можна вилучити.

Місцезнаходження редакції. Сучасні засоби зв’язку дають змогу працювати дистанційно над наповненням сайту.



Доречно звернутися до досвіду судів. У РФ така реєстрація Інтернет-видань уже давно стала нормою. Усі вони зареєстровані в Роскомдоруці, а в реєстраційному посвідченні у графі «тип видання» зазначено: «інше — щоденне Інтернет-видання». Статус Інтернет-видання також законодавчо закріплений. З 1 липня 2002 року Держстандартом Росії введений у дію міждержавний стандарт «Електронні видання. Основні різновиди та вихідні дані», який визначає норми щодо стандарту оформлення видання, мови публікацій, наявності вихідних даних тощо [14].

Законодавче закріплення правового статусу Інтернет-ЗМІ є одним з концептуальних завдань українського сегменту Інтернету. Прийняття відповідних законодавчих актів поширило б на Інтернет-ЗМІ дію закону та надало б можливість притягти Інтернет-видання до судової відповідальності у разі поширення недостовірної інформації [13]. І допомогло б уникнути багатьох проблем, які створює «вільний» статус сайту.

Деякі фахівці пропонують реєструвати лише ті «Інтернет-видання», які відповідають приблизно такому визначення: розміщений в Інтернеті засіб масової інформації та комунікації, що є в основі тотожним за свою внутрішньою структурою й організацією роботи періодичному друкованому виданню (газеті чи журналу) електронне (комп'ютерне) видання, в якому може застосовуватися мультимедійність і на сторінках якого з певною регулярністю подаються розраховані на масову аудиторію суспільно значущі медіаповідомлення, підготовлені переважно працівниками власного трудового колективу, об'єднаними в редакцію на основі трудового договору, за допомогою підходів і методів журналістики [15].

Проте власники сайту забувають про те, що з реєстрацією вони отри-

мають нові можливості право на запит інформації про діяльність державних органів і організацій, громадських об'єднань, їхніх посадових осіб, широкий перелік можливостей для участі в суспільному житті, зафіксований у правах співробітників мережевих ЗМІ (журналістів), а також можливості, породжені акредитацією ЗМІ [16].

Заважаючи на вищевикладене, ми сформулювали наведені нижче **крите-рії, що дають змогу певному сайту вважатися ЗМІ:**

1. *Періодичність або оновлюва-ність.* Ст. 1 п. 13 Закону РБ «Про засоби масової інформації» встановлює: «Періодичність засобу масової інформації — випуск засобу масової інформації визначену кількість разів через визначений проміжок часу». В цьому випадку може йтися про те, що має бути чітко зазначена періодичність зміни інформації на сайті, тобто визначені чіткі інтервали, через які на сайті з'являються нові матеріали. Наприклад, газети та журнали виходять щодня, щотижня чи щомісяця. Сайт більш оперативний, тому може йтися навіть про щовилинне оновлення інформації. Крім цього, «мертвий» сайт, сайт із застарілою інформацією не може вважатися ЗМІ. Тож Інтернет-ЗМІ, на нашу думку, зобов'язані стежити за тим, аби викладені на сайті матеріали оновлювалися та були актуальними.

2. *Редакування чи модерація.* На-явність професійної редакції з тради-ційним (наближеним до нього) скла-дом — головний редактор, редактори, журналісти — сьогодні не є актуаль-ною. Наповнення сайту здійснюється дистанційно, автори ж матеріалів мо-жуть бути «вживу» не знайомі. Для того, щоб розмістити актуальний ін-формаційний матеріал, особа не обо-в'язково повинна мати посвідчення преси чи обійтися посаду «журналі-ста» або «редактора».



На думку російських дослідників О. Калмикова та Л. Коханової, при визнанні того чи того інформаційного Інтернет-ресурсу як ЗМІ, потрібно керуватися іншими критеріями, ніж щодо традиційних ЗМІ, таким чином наявність редакції для мережевого ЗМІ можна визнати бажаною, але зовсім не обов'язковою. Та відсутність редакції не означає відсутності необхідності виконання редакторських функцій, що просто перекладаються на авторів або видавців, тобто функції редакції, навіть відсутньої, де-факто залишаються [7].

Редактором сайту, за певних умов може вважатися модератор. Модерація сайту нагадує редагування, адже модератор наділений правом видалити неприйнятний контент або матеріал, який не відповідає концепції сайту чи законодавству України. Стаття 46 Закону України «Про інформацію» зазначає, що інформація не може бути використана для закликів до повалення конституційного ладу, порушення територіальної цілісності України, пропаганди війни, насильства, жорстокості, розпалювання расової, національної, релігійної ворожнечі, вчинення терористичних актів, посягання на права та свободи людини. Не підлягають розголошенню відомості, що становлять державну чи іншу передбачену законодавством таємницю. Не підлягають розголошенню відомості, що стосуються лікарської таємниці, грошових вкладів, прибутків від підприємницької діяльності, усиновлення (удочеріння), листування, телефонних розмов і телеграфних повідомлень, окрім випадків, передбачених законом.

3. Достовірність і об'єктивність. Такий обов'язок покладено на «традиційні» ЗМІ. Відповідно до ст. 26 п. 2 Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» журналіст зобов'язаний подавати

для публікації об'єктивну та достовірну інформацію. На нашу думку, Інтернет-сайт також повинен дотримуватися цього пункту та нести таку ж відповідальність за його порушення в межах чинного законодавства. Наскільки «перевіреним» є ресурс у більшості випадків визначають самі читачі високою відвідуваністю, а також коментуючи й оцінюючи матеріали.

4. Авторська позиція чи упорядкування. Наповнення ресурсу новинами може відбуватися автоматично — простим розташуванням на сайті новинної стрічки, створеної силами іншого інформаційного ресурсу. Проте просте розміщення на сайті RSS-стрічки не робить сайт ЗМІ.

Розміщення матеріалів має бути результатом упорядкування й оригінального добору. Наприклад, особа може розмістити на сайті матеріали інших ресурсів, при цьому не здійснюючи власної творчої переробки матеріалів, але підібравши та розташувавши їх за власними вподобаннями чи іншими критеріями. В такому разі наявна творча діяльність, а саме — упорядкування.

Хоча більшість сучасних блогів є особистими нотатками, навіть така форма поширення інформації сьогодні є складовою частиною громадянської журналістики. В цьому випадку йтиметься не тільки про впорядкування або добір, а й про висловлення автором власної позиції з певних питань.

5. Самоідентифікація. Визнання як ЗМІ, передусім, сайтів, які позиціонують себе як ЗМІ. Належність до ЗМІ передбачає більшу відповідальність за розміщені дані.

Чи захоче особа брати на себе додаткову відповідальність, як це передбачено вимогами до друкованих ЗМІ? Звичайно, ні, крім випадку, коли власник ресурсу матиме на меті створити саме ЗМІ.



6. Оформлення. Згідно з міждержавним стандартом, прийнятим в РФ (ГОСТ 7.83-2001), періодичне електронне видання — серіальне електронне видання, що виходить через певні проміжки часу, постійною для кожного року кількістю номерів (випусків), такими, що не повторюються за змістом, однотипно оформленими нумеруваними та (або) датованими випускаами, які мають одинаковий заголовок.

Обов'язковими елементами такого видання, відповідно до цього стандарту є: відомості про авторів та інших фізичних або юридичних осіб, які брали участь у створенні електронного видання; заголовок; вихідні дані (місце випуску видання, ім'я видавця, рік випуску); знаки охорони авторського права [18].

Які права інтелектуальної власності порушуються найчастіше?

Так само, як преса або телебачення, мережеві ЗМІ у своїй роботі використовують об'єкти права інтелектуальної власності; автори Інтернет-ЗМІ також є суб'єктами авторського права, яким належать відповідні майнові та немайнові права відповідно до Закону України «Про авторське право та суміжні права». Зокрема, право: вимагати визнання свого авторства, на збереження цілісності твору і протидіяти будь-якому перекрученню, спотворенню чи іншій зміні твору або будь-якому іншому посяганню на твір (ст. 14 ч. 1), виключне право на використання твору; виключне право дозволяти чи забороняти використання твору іншими особами (ст. 15 ч. 1).

Згідно з ч. 3 ст. 15 цього ж закону виключне право автора (чи іншої особи, що має авторське право) дозволяти чи забороняти використання твору іншими особами дає йому право дозволяти або забороняти, зокрема: відтворення творів; публічне виконання та публічне сповіщення творів; публічну демонстрацію й публічний

показ; переклади творів; переробки, адаптації, аранжування та інші подібні зміни творів; подання своїх творів до загального відома публіки таким чином, що її представники можуть здійснити доступ до творів з будь-якого місця та в будь-який час за іхнім власним вибором.

Вільне копіювання творів (часто без посилання на автора та/або ресурс) є чи не найбільшою проблемою Інтернету, так само як й Інтернет-ЗМІ. Статті одного автора без проблем копіюються на іншому ресурсі; інколи майже не можливо знайти першоджерело. У випадку вільного копіювання про дотримання інтересів правовласника, звісно, не йдеться. Таким чином, одним натиском комп'ютерної миші порушуються одразу і право автора на визнання свого авторства, і виключне право дозволяти чи забороняти використання твору.

Ще однією поширеною формою порушень авторського права в мережі є *рерайт*. Це прихований plagiat, коли журналіст до чужого матеріалу без дозволу автора додає додаткову інформацію, переробляє раніше опублікований матеріал, замінюючи слова, вирази, щоб не розпізнали чужий текст. У рерайті ключові, суттєві слова лишаються нерухомими [17].

Вдаються журналісти й до так званих, творчих переробок опублікованих чужих творів без дозволу автора, а саме до адаптації, аранжування й іншої видозміни твору, що є також різновидом plagiatu, як і творчий або дослівний переклад. В українських Інтернет-ЗМІ можна знайти переклади з російських, англійських, німецьких та інших сайтів, на які ніхто ніколи дозволу не давав [17].

Проблемою залишається також і те, що дуже важко відстежити та впіймати plagiatорів у Інтернет-ЗМІ, адже матеріал з'являється і зникає миттєво, щоб його зберегти як речовий доказ, не-



обхідно плагіат зафіксувати: зробити роздрук екрану (Print Screen) Інтернет-сторінки з плагіатом, зафіксувати на папері, фото, роздрукувати, показати нотаріусу плагіат на сайті Інтернет-ЗМІ й зафіксувати в його присутності плагіат на фото чи відеокамеру. Скласти про це протокол, який нотаріус має завірити. Витрати на нотаріуса треба включити у майнові збитки за плагіат [17].

Варто зазначити, що ст. 33 п. 1 Закону України «Про авторське право і суміжні права» визначає, що договори про передачу прав на використання творів укладаються в письмовій формі. В усній формі може укладатися договір про використання (опублікування) твору в періодичних виданнях (газетах, журналах тощо).

Проте це не звільняє обидві сторони від необхідності погодження всіх деталей та умов. Тим паче, що у ч. 2 цієї ж статті зазначається, що договір про передачу прав на використання творів вважається укладеним, якщо між сторонами досягнуто згоди щодо всіх істотних умов (строку дії договору, способу використання твору, території, на яку поширюється передаване право, розміру й порядку виплати авторської винагороди, а також інших умов, щодо яких за вимогою однієї із сторін повинно бути досягнуто згоди).

З ким буде укладатися договір у разі розміщення матеріалу на сайті, що не має чітко визначеніх власників? Хто відповідатиме за порушення прав автора (наприклад, з технічних причин матеріал може зникнути з ресурсу)?

Відсутні також механізми отримання винагороди авторами за опубліковані на сайті твори, а згідно зі ст. 15 ч. 5 Закону України «Про авторське право і суміжні права», автор (чи інша особа, що має авторське право)

має право вимагати виплати винагороди за будь-яке використання твору. Звісно, власник Інтернет-ресурсу може виплатити автору винагороду, проте такі дії більше свідчать про порядність власника, ніж про дієвість правових норм.

Отже, незважаючи на швидкий обмін інформацією серед фахівців й досі немає єдиного підходу до того, чи вважати будь-який сайт засобом масової інформації, чи все ж таки Інтернет-ЗМІ є лише одними з різновидів сайтів мережі.

Інтернет-ЗМІ мають певні суттєві відмінності від звичних для кожного ЗМІ, що відображаються не тільки в поданні матеріалу, але власне у принципах роботи з інформацією. Саме тому застосовувати до них лише норми законодавства про пресу чи телебачення не коректно. Зрозуміло, що для того, аби вважати сайт ЗМІ, повинні застосовуватися інші критерії.

Беззаперечним, проте, є той факт, що авторське право в мережі матиме таку ж правову охорону. Особам, які причетні до створення Інтернет-ЗМІ, також належатимуть відповідні права інтелектуальної власності, котрі повинні захищатися відповідно до норм законодавства України.

Ефективність захисту прав інтелектуальної власності Інтернет-ЗМІ сьогодні цілком залежить від наполегливості й активності власників цих прав. Як зазначалося вище, основною проблемою залишається уникнення відповідальності порушниками. Безконтрольне користування чужими здобутками завдає шкоди не тільки правовласникам, але й гальмує розвиток країни. ♦

Список використаних джерел

1. Закон України «Про телекомунікації» станом на 19.01.2011 року // Відомості Верховної Ради України (ВВР). — 2004. — № 12. — Ст. 155.



2. Закон України «Про інформацію» станом на 19.01.2011 року// Відомості Верховної Ради України (ВВР). — 1992. — № 48. — Ст. 650.
3. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» станом на 19.01.2011 року// Відомості Верховної Ради України (ВВР). — 1994. — № 10. — Ст. 43.
4. Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» станом на 19.01.2011 року// Відомості Верховної Ради України (ВВР). — 1993. — № 1. — Ст. 1.
5. Закон України «Про авторське право і суміжні права» станом на 19.01.2011 року// Відомості Верховної Ради України (ВВР). — 1994. — № 13. — ст. 64.
6. Закон Республики Беларусь «О средствах массовой информации» от 17.07.2008 года № 427-З; Закон Российской Федерации «О средствах массовой информации» от 27.12.1991 года № 2124-1, последняя редакция; Закон Республики Казахстан «О средствах массовой информации» от 23.07.1999 года № 451-І, последняя редакция [Электронный ресурс]. — Режим доступа к ресурсу : <http://www.medialaw.ru/exussrlaw/index.php>.
7. Калмыков А. Інтернет-журналистика [Электронный ресурс] / А. Калмыков, Л. Коханова. — М. : ЮНИТИ-ДАНА, 2005. — Режим доступа к ресурсу : <http://www.evartist.narod.ru/text16/026.htm>.
8. Афанасьєва К. Інтернет-видання: обсяг прав та ступінь відповідальності [Електронний ресурс] / К. Афанасьєва // Наукові записки Інституту журналістики [Том 27] — Режим доступу до ресурсу : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=253>
9. Коцарев О. Інтернет-сайти: функціонально-змістова типологія [Електронний ресурс] / О. О. Коцарев — Режим доступу до ресурсу : http://www.philology.univer.kharkov.ua/katedras/prof_sites/.../kots_article_2.pdf
10. Давыдов И. Масс-медиа российского интернета. Основные тенденции развития и анализ текущей ситуации / Иван Давыдов [Электронный ресурс]. — Режим доступа к ресурсу : http://old.russ.ru/politics/20000928_davydov-pr.html.
11. Словник термінів інформаційного права / упоряд. А. І. Марущак ; [заг. ред. М. Я. Швеця]. — К. : КНТ, 2008
12. Вікіпедія. [Електронний ресурс] — Режим доступу до ресурсу : <http://uk.wikipedia.org/wiki>
13. Афанасьєва К. Правове врегулювання діяльності Інтернет-ЗМІ [Електронний ресурс] / К. Афанасьєва // Наукові записки Інституту журналістики [Том 22]. — Режим доступу до ресурсу : <http://journlib.univ.kiev.ua/index.php?act=book.index&book=201>
14. Афанасьєва К. О. Авторське право : практик. посіб / К. О. Афанасьєва — К. : Аміка, 2006. — 224 с. — Бібліогр. : С. 207-210 ; предм. показч. : С. 222-223.
15. Чабаненко М. Коли спроможемося навести лад в інтернеті? / М. Чабаненко [Електронний ресурс]. — Режим доступу до ресурсу : <http://telekritika.ua/media-suspilstvo/view/2009-02-13/43750>.
16. Наумов В. Б. Сайт и СМИ: юридический анализ [Электронный ресурс] / В. Б. Наумов — Режим доступа : <http://www.russianlaw.net/law/doc/a21.htm>.
17. Кузнецова О. Плагіат в Інтернет-ЗМІ України: правове регулювання [Електронний ресурс] / Олена Кузнецова. — Режим доступу до ресурсу : <http://www.mediakrytyka.info/onlayn-zhurnalistyka/plahiat-v-internet-zmi-ukrayiny-pravove-rehulyuvannya.html>.
18. Межгосударственный стандарт СИБИД. Электронные издания. Основные виды и выходные сведения : ГОСТ 7.83-2001. — [Дата введения 2002-07-01] — Официальное издание Госстандарта России : [Электронный ресурс]. — Режим доступа : <http://www.internet-law.ru/intlaw/laws/gost.htm>.