

УДК 001.102:002:340

О. В. Харенко

ДРУКОВАНА МАСОВА ІНФОРМАЦІЯ ЯК ВИД ІНФОРМАЦІЇ: ПРАВОВИЙ АСПЕКТ

Досліджено місце друкованої масової інформації в класифікації інформації відповідно до чинного законодавства та правової доктрини. Доведено, що особливістю масової інформації є її призначення до поширення і що вона призначена для численного кола осіб. Виявлено та досліджено правові особливості друкованої інформації та інформаційні продукти друкованої інформації. На основі здійсненого дослідження запропоновано авторські визначення масової та друкованої інформації. Зроблено висновок, що друкована масова інформація поєднує правові особливості масової та друкованої інформації, утворюючи окремий вид інформації.

Ключові слова: масова інформація, друкована інформація, друкована масова інформація, класифікація, поширення, призначення, інформаційний продукт.

Сьогодні друковані засоби масової інформації є важливою частиною механізму забезпечення суспільства інформацією та одним із основних джерел масової інформації, але правове забезпечення інформаційної діяльності друкованих засобів масової інформації все ще залишається недосконалим, відсутні ґрунтовні наукові дослідження з цих проблемних питань.

З'ясуванню правового статусу інформації, місця засобів масової інформації у поширенні масової інформації, дослідженню правового регулювання інформаційних відносин у сфері масової інформації та інформаційної діяльності засобів масової інформації присвятили свої праці такі вітчизняні вчені, як: Ю. П. Бурило – визначає правовий режим веб-сайту як засобу масової інформації в Україні [1], К. І. Беляков – визначає правовий статус та класифікує інформацію [2], О. А. Вознесенська – досліджує правове забезпечення діяльності аудіовізуальних засобів масової інформації [3], О. В. Каплій – класифікує засоби масової інформації [4], З. В. Партико – досліджує теорію масової інформації та комунікації [5], В. В. Різун – досліджує масову комунікацію та її засоби [6], О. М. Селезньова – вивчає класифікаційні підходи до інформації [7], В. І. Шпак – визначає місце та вплив друкованих засобів масової інформації в національному інформаційному просторі України [8], К. В. Шурупова – досліджує масову інформацію та правове регулювання доступу і поширення інформації за допомогою мережі Інтернет [9], А. Я. Філіпова – займається вивченням теорії інформації, класифікаційних підходів [10] та інші науковці, проте окремі питання залишаються недостатньо дослідженими.

Завданнями цієї статті є дослідження проблематики правового регулювання інформаційної діяльності преси, визначення правового статусу масової та друкованої інформації, їх місця у класифікаційній

системі відповідно до чинного законодавства та правової доктрини, з'ясування ролі друкованої масової інформації в інформуванні населення.

Закон України «Про інформацію» наводить два критерії класифікації інформації: за змістом та за порядком доступу.

Зміст як параметр інформації обумовлює предметну область інформації [2, с. 19]. Основними видами інформації за змістом, згідно із законом України «Про інформацію», є: інформація про особу (персональні дані), інформація довідково-енциклопедичного характеру, інформація про стан довкілля (екологічна інформація), інформація про товар (роботу, послугу), науково-технічна інформація, податкова інформація, правова інформація, статистична інформація, соціологічна інформація та інші види інформації.

За порядком доступу інформація поділяється на відкриту інформацію та інформацію з обмеженим доступом. Будь-яка інформація є відкритою, крім тієї, що віднесена Законом до інформації з обмеженим доступом. Інформацією з обмеженим доступом є конфіденційна, таємна та службова інформація [11].

Місце масової інформації у класифікації закону України «Про інформацію» залишається не визначеним. Масовою є інформація, що поширюється з метою її доведення до необмеженого кола осіб [11]. Таким чином, законодавець виокремлює масову інформацію як вид інформації не за змістом чи за порядком доступу, а за призначенням, адресністю: вона призначена для кількісно не визначеної, найширшої, масової аудиторії. Масова інформація створюється для того, щоб про її зміст дізналися якнайбільше споживачів. За класифікаційним підходом правової доктрини також застосовується такий критерій, як призначення інформації, за яким інформація поділяється на масову, спеціальну та особисту [10, с. 18]. Зокрема, О. М. Селезньова розмежовує за таким критерієм інформацію на масову, спеціалізовану та професійну [7, с. 197]. О. В. Каплій зазначає, що головним критерієм розмежування цього виду інформації й інших видів є критерій публічної поширюваності, який означає масове розповсюдження цієї інформації для відносно великого, невідзначеного кола осіб. Також науковець поєднує обидві частини ст. 20 закону України «Про інформацію» і визначає масову інформацію як публічно поширювану друковану та аудіовізуальну інформацію [4, с. 37]. Проте засоби масової інформації є лише одним із способів публічного поширення друкованої та аудіовізуальної інформації. Законодавець наголошує на спрямованості масової інформації до поширення, а інформаційна діяльність засобів масової інформації забезпечує їй публічне розповсюдження. Незважаючи на те, що закон України «Про інформацію» наводить поняття «масова інформація» і «засоби масової інформації» в одній статті, масова інформація не обмежується масовою інформацією, поширеною за допомогою

засобів масової інформації. Критерій публічної поширюваності може застосовуватися у класифікації інформації, але не в цілому, а щодо відкритої інформації, оскільки конфіденційна, таємна та службова поширенню, тим більше публічному, не підлягають. За таким критерієм відкрита інформація може поділятися на поширювану публічно, поширювану не публічно і таку, що надається на інформаційні запити.

Як зазначає В. В. Різун, значення слова «масовий», безперечно, має в широкому вжитку значення «численний», проте таке значення не є термінологічним і не відбиває всієї суті поняття, що позначене цим словом. Масовою інформацією називається таке відображення дійсності, яке зафіксовано у певній матеріальній формі, що виготовляється за визначеними технологіями у вигляді інформаційного продукту, який поширюється засобами масової комунікації в інформаційному просторі. Під масовою інформацією слід розуміти не тільки новинні повідомлення, а будь-які тексти, медіапрограми, в яких відображено актуальні події, життєво важливі явища, процеси, суспільно значущі постаті, соціальні групи, інститути, їх діяльність тощо. Масову інформацію від немасової відрізняє те, що вона здатна виконувати функцію засобу масифікації або керування масами (публікою, натовпами). Ця здатність визначається її актуальністю, тобто відповідністю місцю і часові сприймання, потребам кожної особи, яка належить до великої групи людей, об'єднаних одним настроєм, думкою, ідеєю [6, с. 67, 169–170].

Згідно зі ст. 23 закону України «Про інформацію» інформаційна продукція – це матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення потреб суб'єктів інформаційних відносин [11]. Новинні повідомлення та медіапрограми – це не масова інформація, а способи її подачі. Це інформаційні продукти, такі, як друковані журнали і газети, їх електронні аналоги, електронні наукові фахові видання тощо. До інформаційних продуктів масової інформації також можна віднести книги художньої літератури, рекламні брошури та каталоги, музичні компакт-диски, прокатні художні фільми у кінотеатрах, концертні виступи, театральні вистави тощо. Такий висновок повністю відповідає законодавчому визначенню масової інформації.

Слід зазначити, що масова інформація не обов'язково повинна мати матеріалізовану форму і бути закріпленою на певних матеріальних носіях, зокрема, публічні виступи і промови політиків, представників влади проголошуються для поширення і доведення певної інформації до невизначеного кола осіб, до кожного, хто почує, а тому також є масовою інформацією. Звичайно, така публічно оголошена інформація може трансляватися на телебаченні або за допомогою радіомовлення, але значна кількість людей на заходах публічного характеру – мітингах, зборах тощо – можуть отримати її безпосередньо.

Масова інформація – це не «відображення дійсності», як зазначає В. В. Різун, оскільки масова інформація може бути неповною, неточною, недостовірною або взагалі вигаданою, тобто такою, що не відповідає дійсності. Масова інформація може бути рекламою певного товару, роботи чи послуги або прогнозом погоди у ненаселених пунктах, а тому не нестиме здатність до «масифікації або керування масами».

У ст. 22 закону України «Про інформацію» зазначено, що масова інформація поширюється серед необмеженого кола осіб [11]. До речі, К. В. Шурупова зазначає, що необмежене коло осіб є більшим, ніж те, що створило масову інформацію [9, с. 171], але ж створити масову інформацію замало, її треба оприлюднити. У будь-якому випадку створення і поширення масової інформації може здійснити будь-яка кількість людей: одна, дві, три особи і так далі, але вона може бути ні до кого не доведеною, тобто з нею може ніхто не ознайомитися і не дізнатися про її зміст. Вона може стати інформаційним шумом або не стати оприлюдненою за будь-яких причин. Під необмеженим колом осіб можна розуміти як величезну кількість людей, так і одну особу або жодної взагалі. Не існує необхідної мінімальної кількості ознайомих з інформацією людей, щоб така інформація стала масовою, водночас верхньою межею у статистичній загальній існуючій кількості населення, що може зрозуміти зміст масової інформації, а в динаміці – кількість населення у порядку зростання на планеті та за її межами у майбутньому. Згідно із законом України «Про інформацію» метою створення і поширення масової інформації є доведення її змісту до необмеженого кола осіб, але така мета може бути не виконана, тому доведення до осіб змісту масової інформації не є її обов'язковою кваліфікаційною ознакою. А ось масовість призначення має принципове значення для масової інформації, тому більш коректним для нього буде застосувати ознаку «численний», тобто такий, що стосується багатьох осіб, а не просто певної невизначеної кількості, як в ознаці «необмежений».

Також слід зауважити, що поширена численному колу осіб інформація не є масовою сама по собі. Наприклад, може бути оприлюдненою злочинним способом одержана державна таємниця, але така інформація не була призначена для ознайомлення з нею численної кількості людей і не підлягала поширенню.

За таких умов не можемо погодитися з висновком К. В. Шурупової про те, що абсолютно вся інформація, що розміщується в мережі Інтернет, автоматично стає масовою [9, с. 171]. Дійсно, оприлюднення інформації в Інтернеті означає її розповсюдження серед необмеженої кількості людей, але це не робить її масовою. Для цього необхідним є її масове призначення – для численного кола осіб.

Водночас не поширена інформація, яка була призначена для численної кількості осіб, також не буде масовою, оскільки для правового

регулювання визначальною є умова загальнодоступності масової інформації, тобто її створення і поширення у такий спосіб та формі, що дають можливість користуватися нею і бути достатньо зрозумілою усім зацікавленим особам. Тому особливістю масової інформації є її призначення до поширення.

Так, З. В. Партико слушно зазначає, що якщо якась інформація призначена для всього суспільства чи якоїсь його групи (без обмеження доступу до неї інших), таку інформацію називають масовою. Водночас він стверджує, що масова інформація – це соціальна інформація, яку оприлюднено чи призначено для оприлюднення, де під соціальною науковець має на увазі таку інформацію, яка функціонує лише в соціумі людей. Проте, як ми зазначали, призначення інформації для оприлюднення або для всього суспільства (його групи), тим більше просто оприлюднення соціальної інформації, ще не робить її масовою [5, с. 132–133]. Масова інформація має утворювати певний симбіоз, поєднувати два своїх призначення: для численної кількості осіб та для поширення, розповсюдження.

Можна зробити висновок, що законодавче визначення масової інформації є дещо недосконалим, тому пропонуємо таке: масова інформація – це вид інформації, призначений для численного кола осіб та для поширення, яке здійснюється у загальнодоступній формі. Таке визначення характеризується певними особливостями: 1) масова інформація є видом інформації; 2) критерій для її класифікації – призначення інформації; 3) масова інформація призначена для численного кола осіб: необмеженого у верхній межі, але ні в якому випадку не до однієї, двох або до жодної особи; 4) масова інформація призначена для поширення; 5) оприлюднення масової інформації здійснюється у такій формі, що дає можливість користуватися і бути достатньо зрозумілою усім зацікавленим особам; 6) масова інформація не прив'язана до матеріального інформаційного продукту.

Масова інформація зазвичай поширюється засобами масової інформації, які закон України «Про інформацію» визначає як засоби, призначені для публічного поширення друкованої та аудіовізуальної інформації [11]. Законодавчого закріплення поняття «друкована інформація» та «електронна інформація» немає, тому для їх розмежування з аудіовізуальною використовують законодавчі норми про друковані та аудіовізуальні (електронні) засоби масової інформації. Однак такий підхід є вимушеним і недоречним, оскільки як і поняття «масова інформація», поняття «друкована інформація» ширше за інформацію, яка поширюється друкованими засобами масової інформації.

Закон України «Про телебачення та радіомовлення» визначає під аудіовізуальною інформацією будь-які сигнали, що сприймаються зоровими і слуховими рецепторами людини та ідентифікуються як повідомлення про події, факти, явища, процеси, відомості про осіб,

а також коментарі (думки) про них, що передаються за допомогою зображень та звуків [12]. Законодавець визначає аудіовізуальну інформацію через сигнали, але доречним було б визначити її як інформацію, що подається у формі сигналів. Доповнення про коментарі (думки) закріплені виключно для розуміння поняття у межах цього Закону, оскільки без цього доповнення термін є цілком достатнім. Тому застосування законодавчого поняття «аудіовізуальна інформація» в інших випадках може бути недоречним.

Під друкованими засобами масової інформації розуміються періодичні і такі, що продовжуються, видання, які виходять під постійною назвою, з періодичністю один і більше номерів (випусків) протягом року на підставі свідчення про державну реєстрацію [13].

Друкування – це багаторазове отримання ідентичних відбитків тексту та ілюстрацій шляхом перенесення фарбового шару в більшості випадків з друкарської форми на матеріал, що задруковується, тобто папір, картон, жерсть, плівку тощо [14, с. 11]. Друк – це спосіб перенесення зображень та тексту зі спеціальних друкарських форм на будь-яку поверхню. Здійснюється при контакті друкарської форми із задруковуваною поверхнею за рахунок перенесення барвника (фарби) з першої на другу. Застосовується як для тиражування, так і для отримання одиничних художніх творів. Вибір матеріалу для друкарської форми та його організація (цілісна пластина, збірна форма або комп'ютерний файл) спричиняють до виділення таких видів друку, як офорт, гравюра, літографія, гектографія, монотипія, шовкографія, офсетний друк, флексографічний друк, амподрук, лазерний друк, струменевий друк, інші спеціальні види друку [15].

Друкована інформація передбачає наявність придатного для друку матеріального носія – паперу, тканини, пластику тощо. Об'єктом правового регулювання є надрукована інформація на носії, придатному для друку, а не сам носій. Отже, пропонуємо під друкованою інформацією розуміти інформацію, відображену за допомогою друку на придатному для цього носії.

Друкована інформація міститься у таких інформаційних продуктах, як книги, буклети, листівки, брошури, візитні картки, календарі, каталоги, проспекти тощо. Усе це – друковані видання, наповнені друкованими повідомленнями, іншими матеріалами та зображеннями. Одним зі способів формування і поширення друкованої інформації є друковані засоби масової інформації (преса), які поширюють друковану масову інформацію у вигляді таких інформаційних продуктів, як журнали, газети, бюлетені, альманахи, та додатків до них. Носієм друкованої масової інформації буде папір – газетний, крейдований, веленевий тощо.

Закон України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» у ст. 6 зазначає, що діяльність друкованих засобів масової

інформації включає збирання, створення, редагування, підготовку інформації до друку та видання друкованих засобів масової інформації з метою її поширення серед читачів [13]. Таким чином, інформаційна діяльність преси полягає у формуванні та поширенні друкованої масової інформації.

Споживачем друкованої масової інформації є читач, а для розуміння її змісту необхідно мати знання: як мінімум, необхідно вміти читати та знати мову, якою надрукована інформація.

Друкована масова інформація поєднує особливості масової та друкованої інформації, утворюючи окремий вид інформації. Отже, друкована масова інформація – це вид інформації, призначений для численних читачів та для поширення, що відображується за допомогою друку. Правове регулювання друкованої масової інформації включає норми, які регулюють відносини щодо створення, збирання, одержання, зберігання, використання, поширення, охорони, захисту інформації та діяльності друкованих засобів масової інформації.

Таким чином, можна зробити певні **висновки**. Правове регулювання інформації та її законодавча класифікаційна система мають певні недоліки у термінологічній частині щодо понять «масова інформація» та «друкована інформація». На жаль, правова доктрина та теорія інформації часто дублюють недосконалі законодавчі норми або разом із ними не вирішують питання щодо місця й ролі масової інформації в інформуванні населення, в класифікації інформації, а також правового статусу друкованої масової інформації. Запропоновані визначення понять «масова інформація», «друкована інформація» та «друкована масова інформація» можуть допомогти удосконалити чинне законодавство. Актуальними будуть подальші теоретичні дослідження інформаційної діяльності друкованих засобів масової інформації та їх ролі у поширенні масової інформації. Проблемними залишаються питання визначення аудіовізуальної та електронної інформації як способів відображення інформації та ролі, яку вони відіграють у розповсюдженні масової інформації.

Список використаних джерел: 1. Бурило Ю. Правовий режим веб-сайту як засобу масової інформації в Україні / Ю. Бурило // Юридична Україна. – 2011. – № 12. – С. 26–30. 2. Беляков К. І. Інформація в праві: теорія і практика : [монографія] / К. І. Беляков ; ДНДІ МВС України. – Київ : КВІЦ, 2006. – 116 с. 3. Вознесенська О. А. Правові засади державного регулювання в галузі аудіовізуальних засобів масової інформації : автореф. дис. ... канд. юрид. наук : 12.00.07 / Вознесенська Олена Андріївна. – Київ, 2012. – 20 с. 4. Каплій О. В. Класифікація засобів масової інформації: конституційно-правові питання [Електронний ресурс] / Каплій О. В. // Актуальні проблеми політики. – 2013. – Вип. 50. – С. 35–46. – Режим доступу: http://nbuv.gov.ua/j-pdf/appol_2013_50_5.pdf. 5. Партико З. В. Теорія масової інформації та комунікації : навч. посіб. / З. В. Партико. –

Львів : Афіша, 2008. – 290 с. **6.** Різун В. В. Теорія масової комунікації : підручник / В. В. Різун. – Київ : Просвіта, 2008. – 260 с. **7.** Селезньова О. М. Класифікація інформації: порівняння нормативного та наукових підходів / Селезньова О. М. // Порівняльно-аналітичне право. – 2014. – № 1. – С. 195–197 [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://pap.in.ua/1_2014/Seleznova.pdf. **8.** Шпак В. Друковані засоби масової інформації в контексті формування національного інформаційного простору / Віктор Шпак // Вісник Книжкової палати. – 2013. – № 9. – С. 3–5. **9.** Шурупова К. В. Перспективи удосконалення правового регулювання доступу та поширення інформації за допомогою мережі Інтернет / К. В. Шурупова // Учёные записки Таврического национального университета им. В. И. Вернадского. Серия «Юридические науки». – 2012. – Т. 25 (64), № 2. – С. 166–174. **10.** Філіпова Л. Я. Теоретична інформатика : (Розділ 1. Теоретичні основи інформаційної діяльності) : конспект лекцій до курсу [Електронний ресурс] / Л. Я. Філіпова ; Харків. держ. акад. культури, Каф. інформац.-документ. систем. – Харків : ХДАК, 2014. – [58 с.]. – Режим доступу: http://www.ic.ac.kharkov.ua/Facs_Kaf/DID/ТИ-konspLect_Filippova-14.pdf. **11.** Про інформацію : закон України від 2 жовт. 1992 р. № 2657-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12>. **12.** Про телебачення і радіомовлення : закон України від 21 груд. 1993 р. № 3205-ІV [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/3759-12>. **13.** Про друковані засоби масової інформації (преси) в Україні : закон України від 16 листоп. 1992 р. № 2783-ХІІ [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2782-12>. **14.** Регідайло Н. Способи друку та їхнє використання / Надія Регідайло // Вісник Книжкової палати. – 2010. – № 6. – С. 11–12. **15.** Друк // Вікіпедія [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://uk.wikipedia.org/wiki/Друк>.

Надійшла до редколегії 10.12.2014



Харенко О. В. Печатная массовая информация как вид информации: правовой аспект

Исследовано место печатной массовой информации в классификации информации в соответствии с действующим законодательством и правовой доктриной. Доказано, что особенностью массовой информации является её предназначение к распространению и что она предназначена для многочисленного круга лиц. Выявлены и исследованы правовые особенности печатной информации и информационные продукты печатной информации. На основе проведённого исследования предложены авторские определения массовой и печатной информации. Сделаны выводы, что печатная массовая информация сочетает правовые особенности массовой и печатной информации, образуя отдельный вид информации.

Ключевые слова: массовая информация, печатная информация, печатная массовая информация, классификация, распространение, назначение, информационный продукт.

Kharenko O. V. Printed mass information as a type of information: the legal aspect

It is substantiated that printed mass media are an important component of the mechanism of provision of the information to the society, and one of the major sources of the mass information.

It is a goal of this article to study the place of the printed mass information in the categorization in line with the current legislation and the legal doctrine.

It is necessary to attain the article's goal, because some issues of the operation of printed mass media and their place in the information environment are not studied well enough, and because some legal gaps and deficiencies still exist. For instance, it is necessary to improve legal regulation of information activities of the press, study the legal status of the mass information and the printed information, their place in the categorization system in line with the current legislation and the legal doctrine, and to clarify the role of printed mass information in providing information to the public.

The analysis of the information categorization on the basis of the designated purpose criterion made it possible to distinguish mass information as a type of information. A conclusion has been made that the mass information does not need to be fixed in specific tangible carriers. It has been found out that being intended for the dissemination is a specific aspect of the mass information and that the mass information is intended for a broad range of people.

It has been stated that the condition of general accessibility of the mass information is decisive for the legal regulation purposes. It has been concluded that the legal definition of the mass information is not perfect, and because of that the author has come up with the author's own definition.

Legal specifics of the printed information and printed information products have been studied. The author's own definition of the printed information has been suggested because of the lack of such a definition in the law.

Conclusions have been made that the printed mass information combines specific features of the mass information and the printed information, and makes up a specific type of information. On the basis of the study, the author suggests the author's definition of the notion of «printed mass information».

Keywords: mass information, printed information, printed mass information, categorization, dissemination, intended use, information product.

