

Кукіна З.О.\*

**ОКРЕМІ АСПЕКТИ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ІНТЕРНЕТУ,  
ЯК ЗАСОБУ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ**

*У цій статті йде мова про особливості правового регулювання мережі Інтернет як засобу масової інформації. Окреслюється предмет такого регулювання шляхом вибору між Інтернетом як глобальною мережею та її окремими ресурсами – Інтернет-ЗМІ. Крім того, надається характеристика основних аспектів правового регулювання Інтернету як засобу поширення масової інформації в різних юрисдикціях.*

**Ключові слова:** Інтернет, Інтернет-ЗМІ, засоби масової інформації, правове регулювання Інтернету

*В этой статье идет речь об особенностях правового регулирования сети Интернет как средства массовой информации. Очерчивается предмет такого регулирования путем выбора между Интернетом как глобальной сетью и ее отдельными ресурсами – Интернет-СМИ. Кроме того, приводится характеристика основных аспектов правового регулирования Интернета, как средства распространения массовой информации.*

**Ключевые слова:** Интернет, Интернет-СМИ, средства массовой информации, правовое регулирование Интернета

*The article deals with the special features of legal regulation of the Internet as the form of mass media. It offers some solution to the problem of the main object of such regulation, making choice between the Internet as the global network, and one of its components – the Internet media. Moreover, the article provides the description of key aspects of legal regulation of the Internet one of the forms of mass media in different jurisdictions.*

**Keywords:** Internet, Internetmedia, legalregulationofthe Internet

Постановка проблеми. З розвитком Інтернету, як порівняно нового засобу масового поширення інформації виникає потреба правового врегулювання відповідних інформаційних відносин. З часом стає зрозумілим, що те регулювання, яке застосовувалося до друкованих засобів масової інформації, телерадіомовлення та інших традиційних засобів поширення масової інформації не можна просто перенести на новий засіб – мережу Інтернет.

Аналіз досліджень та публікацій. Через недостатній рівень розробки відповідної правової бази Інтернет, як об'єкт правового регулювання, наразі досліджують досить активно. Інтернет, як засіб масової інформації та Інтернет-ЗМІ розглядали Акопов А.І., Ворошилов

\* юрист II категорії НДЧ Інституту міжнародних відносин Київського національного університету імені Тараса Шевченка

Науковий керівник: проф. Білас І.Г.

В.В., Корконосенко С.Г., Раскладкіна М.К., Моріс М., Оган К. та інші. Правовому регулюванню Інтернету свої праці присвятили Ріхтер А.Г., Баранов О., Брижко В., Горобцова В. Кузнєцова О. та інші.

Мета статті: визначити основні особливості правового регулювання Інтернету, як засобу масової інформації. Завдання статті: визначити основний предмет правового регулювання мережі, як ЗМІ, а також проаналізувати основні особливості правового регулювання відповідного предмету в різних юрисдикціях.

Виклад основного матеріалу. Для того щоб розібратися в основних нюансах правового регулювання Інтернету, як засобу поширення масової інформації необхідно окреслити предмет такого регулювання. На даний момент точаться активні дебати з приводу того, чи можна вважати Інтернет засобом масової інформації. Існує два підходи з цього приводу: за першим підходом мережа в цілому виступає засобом масової інформації; за другим – виокремлюються окремі ресурси Інтернету, яких відносять до засобів масової інформації. З одного боку, весь мережевий простір можна розглядати, як певний засіб масової інформації, з певною структурою, що має розподіл за тематичною, цільовою та іншими ознаками. До другого напрямку відносяться створювані професійними журналістами газети, журнали, інформаційні агентства, які у свою чергу підрозділяються на електронні версії друкованих видань і власне електронні видання [1].

За словами М. Кастельса, «поява нової системи електронної комунікації характеризується її глобальними масштабами, інтегруванням всіх засобів масової інформації, і її потенційна інтерактивність вже змінює нашу культуру і змінить її незворотно» [2, с. 18]. Поява нового носія інформації, доступного масам людей, що не могло не призвести до перетворення його в ЗМІ [3, с. 56]. Інтернет можна розглядати як глобальний засіб масової інформації [4, с. 43-51]. Прихильники цієї теорії визначають Інтернет як набір телекомунікаційних каналів [5]; простір, відкритий для використання усіма бажаними, включаючи журналістські редакції [6, с. 120]; один з вторинних технічних каналів, за допомогою яких здійснюється електронна комунікація і т.д. Інтернет також визначають як багатофункціональну систему, основними функціями якої є соціальна, інформаційна та економічна. В свою чергу, всевітню службу WWW, в якій зосереджені основні інформаційні ресурси Інтернету називають частиною системи ЗМІ завдяки представленим в ній мережевим засобам масової інформації, а також електронних версій традиційних газет [7].

Для того, щоб зрозуміти, чи можна поставити знак рівності між Інтернетом та засобами масової інформації, необхідно звернутися до основних ознак, притаманних масовій інформації, яка поширюється телекомунікаційними мережами та традиційними ЗМІ.

Під засобом масової інформації розуміють публічно розповсюджені друковані, аудіо- та аудіовізуальні повідомлення та матеріали [8]. Під ЗМІ розуміють газети, журнали, теле- і радіопрограми, кінодокументалістику, інші періодичні форми публічного розповсюдження інформації. Засоби масової інформації розповсюджують масову інформацію під якою розуміють інформацію, що поширюється з метою її доведення до необмеженого кола осіб. Виходить, що за логікою Інтернет можна віднести до засобів масової інформації. По-перше його можна віднести до категорії «інші періодичні форми публічного розповсюдження інформації», а по-друге, вся інформація, яка розміщується в мережі стає автоматично доступною для необмеженого кола осіб.

З іншого боку, під питання ставиться наявність в Інтернеті характерних ознак притаманних традиційним ЗМІ. Засобам масової інформації притаманні масовість, періодичність, примусовість (одне джерело сигналу – багато слухачів), одночасність,

поширюваність. Періодичність означає вихід засобу масової інформації певну кількість разів в певний період, («не рідше одного разу на рік»). При цьому ЗМІ має залишатися впізнаним: мати постійну назву, нумерацію, певне однотипне оформлення, але при цьому різнитися змістом. Масова інформація поширюється через ЗМІ, що передбачає обов'язковий продаж (передплату, доставку, роздачу) друкованих видань, трансляцію (мовлення) теле- і радіопрограм. Поширення масової інформації включає в себе поняття одночасності. Це означає, що повідомлення ЗМІ повинні бути доступні необмеженому колу осіб приблизно в один і той же час. І навпаки, можливість частини аудиторії отримувати повідомлення з часом, коли вони вже втратили свою актуальність і новизну (тобто поширення в часі, а не в просторі), не повинно вважатися поширенням ЗМІ.

Звичайно в останні роки Інтернет набув дуже широкого поширення. За даними Міжнародного телекомунікаційного союзу в Україні відсоток користувачів Інтернету за останні десять років зріс на 44,28% – з 0,72% в 2000 р. до 45% в 2010 р. В розвинутих країнах 74 зі 100 осіб користуються Інтернетом. Поряд з таким стрімким розвитком мережі, доступ до неї залишається закритим для досить великої кількості населення. Спірним є питання чи притаманна така властивість ЗМІ як масовість Інтернету. З одного боку, масовість є дещо обмеженою у випадку з мережею. Крім того, масовість як складова масової інформації характеризується не арифметичною сумою глядачів, читачів та слухачів, а відсутністю елітарності у того чи іншого ЗМІ. В той час як у сучасному суспільстві доступ до телебачення, газет та радіо не є індикатором певного статусу, то наявність Інтернету ще залишається певним показником соціальної належності.

З іншого боку, як зазначалося раніше, на мережевих інформаційних ресурсах міститься масова інформація, повідомлення призначені для «необмеженого кола осіб». У випадку з Інтернетом, можна казати, що масовість є такою властивістю, яка стає більш наявною з кожним роком. Вона, нібито, все більше втрачає прозорість і набирає кольору, охоплюючи все більші ареали, які отримують доступ до мережі.

Щодо періодичності, то Інтернет майже не володіє такою ознакою ЗМІ. Якщо в Інтернеті з'являється певна інформація, то немає жодних гарантій, що вона буде мати певне продовження або споживач такої інформації отримає її продовження в певний строк. Отже в мережі відсутня чітка періодичність обов'язково притаманна традиційним ЗМІ. Крім того, в періодичних ЗМІ весь час повинно відбуватися оновлення інформації за виключенням тієї, яка стосується відмінних ознак індивідуалізації ЗМІ (назва видання, дизайн обкладинки, колектив авторів і т.д.). Не дивлячись на те, що «періодичне поширення масової інформації» є однією з цілей багатьох ресурсів та будь-які з них зрідка оновлюються, але в мережі досить складно довести наявність такої періодичності інформації як в традиційних ЗМІ. Виключеннями є електронні версії традиційних ЗМІ, а також спеціально створені та зареєстровані в такій якості Інтернет-видання та агентства. Але перші з них, по суті, лише інша форма «старих» ЗМІ, а не нові ЗМІ, – навіть якщо електронна версія видання дещо відрізняється від друкованої [9].

Крім періодичності досить складно довести наявність в Інтернету такої ознаки ЗМІ, як поширення. Під поширенням розуміють продаж, підписку, доставку, роздачу та мовлення. Виходить, що Інтернет сайти не здійснюють поширення масової інформації, адже вони не здійснюють характерні для поширення дії. Таким чином, веб-сайти не можна відносити до ЗМІ.

З іншого боку, в Інтернету є ознака одночасності, яка є важливою для усіх традиційних ЗМІ. Одні споживачі отримують інформацію в той же час, що й інші. Приблизно так само одночасно інформацію отримують географічно віддалені читачі газет та журналів,

а аудиторія телебачення та радіо одночасно дивиться та слухає програми, знаходячись в різних місцях [9].

Цікавою є західна теорія щодо визнання Інтернету мас-медіа. У США в 1996 р. дослідники університету штату Індіана М. Моріс і К. Оган (Merrill Morris і Christine Ogan) розглядали Інтернет, як засіб масової інформації [10]. Автори доводили, що Інтернет, так само як і всі комунікації, які здійснюються за допомогою комп'ютера в цілому, є новим медіа і запропонували прирівняти його з усіма іншими мас-медіа. М. Моріс і К. Оган визнали Інтернет засобом масової інформації, пояснюючи при цьому, чому виникає проблема такої кваліфікації. Складність полягає в тому, що неможливо в 100% випадках назвати Інтернет засобом масової інформації, так як сам засіб (medium) передачі інформації та сама масовість (mass) не можуть мати точних визначень і повинні переглядатися кожен раз, в залежності від ситуації. Інтернет – це засіб масової інформації, який містить в собі багато видів комунікаційних процесів. Мережа змінює класичну схему стандартної комунікаційної моделі «джерело-повідомлення-одержувач», створюючи нові видозміни. Комунікація в Інтернеті приймає різні форми, від WWW-сторінок до електронних листів. Кожна ланка в ланцюжку «джерело-повідомлення-одержувач» може широко варіюватися. Джерелом може бути як приватна особа, так і група журналістів, повідомленням – журналістський матеріал або повідомлення у чаті, а одержувачем – одна людина або аудиторія, що складається з мільйонів чоловік [10].

На підтвердження теорії американських вчених Верховний суд штату Нью-Йорк в 1998р. прийняв безпрецедентне рішення: він визнав всі Інтернет-сайти, незалежно від їх змісту та професійного рівня, засобами масової інформації. Відтепер будь-який автор, який публікується в мережі, вважається журналістом і має право одержувати і поширювати інформацію так само, як це роблять співробітники друкованих ЗМІ [11].

Щоб зрозуміти остаточно, чи можна називати Інтернет засобом масової інформації, необхідно звернутися до значення терміну «Інтернет» та його структури. Із самого визначення терміну Інтернет – сукупність телекомунікаційних мереж, поєднаних єдиною технологією створення та поширення інформації – можна зробити висновок, що мова йде про технологію зв'язку. Сама комунікація відбувається за допомогою певних сервісів Інтернету до яких належать: зберігання даних, передача повідомлень, електронна пошта, чати, служби ICQ та FTP, служба глобального з'єднання WWW та інші. Різноманітність та велика кількість Інтернет-сервісів ставить під сумнів віднесення Інтернету в цілому до засобів масової інформації. Інтернет скоріше виступає технологією, яка організовує канали передачі інформації за допомогою різних спеціальних служб.

Якщо вважати, що Інтернет не є ЗМІ сам по собі, а тільки певна сукупність його ресурсів належить до ЗМІ, то виникає питання, на основі яких критеріїв виділяються відповідні ресурси. На даний момент відповідних чітких критеріїв виокремлення ЗМІ, які існують в мережі не існує. Однією з основних проблем є розмежування Інтернет-ЗМІ та інших Інтернет-сайтів. Якщо застосовувати критерій періодичності, то під ЗМІ підпадають і чати, і блоги, і форуми, а також деякі інші ресурси, які недоцільно вважати засобами масової інформації в класичному їх розумінні.

Інтернет-ЗМІ можна визначити як веб-сайт завданням якого є виконання функцій засобу масової інформації в мережі Інтернет. В українському законодавстві відсутнє визначення та чітке регулювання мережевих ЗМІ. Поряд з цим є досить широкий ряд термінів, які використовуються для позначення таких ЗМІ: Інтернет-, он лайн-, веб-, електронні, мережеві, цифрові ЗМІ та інші. Якщо користуватися російським законом, то відповідно до закону «Про засоби масової інформації» 2011 р. Інтернет-сайт може бути зареєстрований

як ЗМІ тільки у випадку, якщо від його власників надійшла відповідна заява. Сайти, які містять новини, які не мають відповідної реєстрації, юридично до ЗМІ не належать. Навпаки, сайт, зареєстрований як ЗМІ, може користуватися всіма правами, наданими засобом масової інформації: отримувати акредитації на заходи, запитувати інформацію від органів державної влади та місцевого самоврядування, може користуватися пільгами при сплаті страхових внесків до фондів соціального страхування, отримувати державну підтримку.

Отже, на основі вищесказаного можна зробити висновок, що немає єдиної думки щодо того чи є Інтернет засобом масової інформації чи тільки частина його ресурсів може претендувати на такий статус. З точки зору права, якщо навіть не вважати Інтернет засобом масової інформації до нього все одно застосовуються закони, які регулюють традиційні засоби масової інформації. Так, Міністерство РФ у справах друку, телерадіомовлення і засобів масових комунікацій вважає, що Закон про ЗМІ підходить для регулювання діяльності Інтернету. На кінець 2001 р. МПТР зареєструвало понад 500 ЗМІ, розповсюджуваних в Інтернеті. Зареєструвавшись в МПТР, Інтернет-видання отримує певні економічні пільги, передбачені в російському законодавстві для ЗМІ. Автори зареєстрованих Інтернет-видань набувають статус журналіста з усіма належними йому правами. Крім того, зареєстровані в МПТР Інтернет-ЗМІ повинні дотримуватися певних, іноді, недоцільних для них правил, передбачених Законом про ЗМІ.

Цікаво, що в США в грудні 2001 р. був створений судовий прецедент, який дає Інтернет-журналістам такий самий юридичний захист від звинувачень у наклепі, який мають працівники традиційних ЗМІ.

Отже, говорячи про регулювання Інтернет мережі як засобу масової інформації можна говорити про законодавчий масив, який регулює не тільки Інтернет-ЗМІ, як окремі ресурси Інтернету, але й про інформаційні відносини, які виникають в Інтернеті з приводу поширення масової інформації.

З розвитком і поширенням Інтернету все більше країн світу усвідомлюють потребу в його правовому регулюванні. Передусім, це зумовлено тим, що завдяки потужним темпам розвитку Інтернет сприяє революційним перетворенням в усіх сферах суспільного життя. Інтернет уже став потужним фактором соціального, освітнього і культурного розвитку, надаючи нові можливості як державним органам, так і звичайним громадянам і працівникам освіти, усуваючи бар'єри до створення і поширення матеріалів, пропонуючи загальний доступ до джерел цифрової інформації, кількість яких постійно збільшується. Ці можливості у переважній більшості випадків використовуються у законних ділових та приватних цілях. Однак, Інтернет містить також і певну частину потенційно неналежної (непристойної, образливої) або протизаконної інформації і може іноді використовуватися як засіб злочинних дій. Хоча переваги Інтернету набагато переважають його потенційні недоліки, ігнорувати ці проблеми не можна. Якщо не вирішити їх, то вони, можливо, набагато ускладнять користування Інтернетом, загальмувавши розвиток галузі, яка надає широкі й різноманітні можливості всім сферам суспільства. Саме тому проблема правового регулювання мережі набуває все більшого значення, як на рівні міжнародного співтовариства, так і в окремих країнах світу. Розглянемо більш детально, як вирішується ця проблема в США, ЄС та Україні.

На сьогодні жодна країна світу не має кодифікованого законодавства з Інтернету. В основному нормативні акти, які існують регулюють окремі аспекти функціонування Інтернету, як-то правове регулювання інформаційної безпеки, зміст інформації, захист авторського права та ін. Усі правові аспекти пов'язані з Інтернетом можна розділити на дві групи: контроль за доступом до мережі та контроль над змістом повідомлень в мережі.

Так як США є країною, де вперше з'явився Інтернет, то доцільно розглянути правове регулювання мережі, яке існує в цій країні. Високий рівень захисту свободи слова та вираження думки від федеральної, штатної, місцевої цензури поширюється і на мережу Інтернет, що спричинює низький рівень технічної фільтрації контенту, санкціонованої державою. Тим не менш, в США Інтернет досить врегульований як державним законодавством, так і нормами саморегулювання.

Не дивлячись на існуючу базу норм, які регулюють Інтернет, продовжуються дебати щодо регулювання контенту. Азартні ігри, кібер безпека, небезпеки у використанні Інтернет дітьми та інші нагальні питання широко обговорюються на державному та приватному рівнях. Невдоволення широкими масами політикою обмежень, яка була запроваджена в інших країнах, змусила уряд США відмовитися від її затвердження. Багато урядових спроб врегулювати контент були заблоковані на підставі Першої поправки, навіть після дуже тривалих дебатів. Хоча уряд і знайшов способи непрямого впливу там, де пряма цензура неможлива. За виключенням дитячої порнографії обмеження інформації схиляється до усунення небажаної інформації, ніж її повного блокування. Найчастіше такий контроль відбувається не на державному рівні. На відміну від багатьох інших країн, де діяльність провайдерів регулюється на державному рівні, більшість норм, які регулюють інформацію в Інтернеті в США виникають на добровільних засадах.

Окремої уваги потребують закони про боротьбу з он-лайн піратством StopOnlinePiracyAct (SOPA) та ProtectIntellectualPropertyAct (PIPA). Ці закони надають право власникам контенту та уряду США звертатися до судів з вимогою про закриття сайтів, пов'язаних з піратством. Закони також зобов'язують Інтернет-провайдерів, які знаходяться в США, пошукові та платіжні системи та рекламні мережі припинити взаємодію із ресурсами в тому числі закордонними, підозрюваними у причетності до незаконної діяльності, або публікації посилань на них. І насамкінець, Інтернет-провайдери зобов'язуються блокувати доступ до сайтів порушників авторських прав. Згідно із законом порушенням авторських прав буде вважатися злочином та каратися 5-ма роками ув'язнення. Ці закони визвали обурення великих мас, які сприйняли їх як прояв цензури. Після акцій протесту популярних веб-сайтів та масових страйків Конгрес призупинив процес прийняття цих законів.

Ряд європейських країн вже закріпили право на доступ до Інтернету на законодавчому рівні. Фінляндія стала першою країною в світі, де саме право на високошвидкісний доступ до Інтернету належить громадянам за законами. На законодавчому рівні для своїх громадян таке право вже закріпили Швейцарія, Естонія, Франція, Греція.

В основі законодавства ЄС в сфері обміну інформації в Інтернеті та електронної комерції лежать: Директива 2002/58/ЄС «Про обробку персональних даних та захист таємниці сектора електронних комунікацій (Директива про секретність та електронні комунікації)» від 12 липня 2002р., яка гармонізує нормативно-правові акти держав-членів ЄС, необхідні для забезпечення еквівалентного рівню захисту основних прав та свобод, та зокрема права на таємницю, щодо обробки персональних даних у секторі електронних комунікацій та забезпечення вільного руху таких даних та обладнання для електронних комунікацій та послуг у Спільноті [12]; Директива Європейського Парламенту і Ради 2006/24/ЄС про збереження даних, що стосуються загальнодоступних послуг електронного обміну даними від 15 березня 2006р.; Регламент Європейського Парламенту і Ради 460/2004/ЄС про створення Європейського агентства мережевої та інформаційної безпеки від 10 березня 2004р.; Директива Комісії від 16 вересня 2002р. щодо конкуренції на ринках електронних комунікаційних мереж та послуг в цій сфері (2002/77/ЄС); Директива Європейського Парламенту і Ради про універсальні послуги та права користувачів сто-

совно електронних мереж зв'язку і послуг від 7 березня 2002р. (Директива про універсальні послуги 2002/22/ЄС); Директива Європейського Парламенту і Ради про спільні правові рамки для електронних комунікаційних мереж та послуг від 7 березня 2002 р. (Рамкова Директива 2002/21/ЄС); Директива Європейського Парламенту і Ради дозвіл електронних комунікаційних мереж та послуг від 7 березня 2002р. (Рамкова Директива 2002/20/ЄС); Директива Європейського Парламенту і Ради про доступ та з'єднання електронних комунікаційних мереж та пов'язаного оснащення від 7 березня 2002р. (Директива про доступ 2002/19/ЄС).

Сучасна система правового регулювання телекомунікації в ЄС була сформована в 2002р. Однак ця система не відповідала викликам глобального інформаційного суспільства. Тому 13 листопада 2007 р. органи ЄС, а саме Комісія ЄС затвердила пропозиції щодо реформування телекомунікаційного сектора ЄС. В 2009р. був опублікований план Реформи телекомунікаційної сфери ЄС, в якому були сформовані 12 основних змін та доповнень законодавства в сфері надання телекомунікаційних послуг. Однією із таких змін є надання нових гарантій для відкритої і більш «нейтральної» мережі. Нові правила будуть гарантувати європейським споживачам більший вибір конкуруючих постачальників широкосмугових послуг. Відповідно до нових правил ЄС, національні телекомунікаційні органи влади отримують повноваження щодо встановлення мінімального рівня якості передачі послуг в мережі таким чином, щоб сприяти «мережевому нейтралітету» і «чистим свободам» заради європейських громадян.

В останні роки доступ до мережі Інтернет в ЄС зазнав великих змін. Все більше осіб стає користувачами швидкісного широкодіапазонного з'єднання з глобальною мережею. У зв'язку з цим провайдери розробили способи, які диференціюють інформацію з різних сайтів таким чином, щоб запобігти перевантаженню та забезпечити комфортний доступ до мережі. Такий підхід називається «управління інформацією». Управління інформацією та мережевий нейтралітет – це ряд завдань для вирішення, та неможливо надати перевагу одному підходу до рішення таких проблем перед іншими [13]. Необхідно враховувати точку зору як провайдерів, так і користувачів.

Крім того, планується створити новий європейський орган влади в галузі телекомунікацій (Gremium Europäischer Regulierungsstellen für Elektronische Kommunikation – GEREK) покликаний активізувати конкуренцію на телекомунікаційному ринку, а також виступити наднаціональним регулятором цього ринку.

Нове європейське законодавство в сфері телекомунікації наділяє Єврокомісію правом здійснювати контроль за пропозиціями національних регуляторів у галузі зв'язку спрямованими на встановлення окремих обмежень для користувачів мереж. Наприклад, щодо умов доступу до мережі підприємств монополістів.

Національні регулятори отримують у своє розпорядження додатковий інструмент, в окремих випадках примушувати операторів зв'язку розділяти свій бізнес на окремі складові у вигляді управління мережами як такого і надання послуг зв'язку.

В Україні наразі немає спеціалізованого нормативного акту, який би регулював відносини в мережі Інтернет. В Законі України «Про телекомунікацію» надається визначення Інтернету як всесвітньої інформаційної системи загального доступу, яка логічно зв'язана глобальним адресним простором та базується на Інтернет-протоколі, визначеному міжнародними стандартами. Закон регулює лише технічну сторону регулювання адресного простору українського сегмента мережі Інтернет [14, с. 213].

Головним державним органом регулювання у сфері телекомунікації є Національна комісія, що здійснює регулювання у сфері зв'язку та інформатизації. Крім державного ор-

гану, існує ще недержавна організація, яка займається адмініструванням адресного простору в мережі Інтернет у домені «UA».

Щодо регулювання обігу інформації в Інтернеті, захисті його користувачів від порушення їхніх прав в мережі, то чинне законодавство пропонує керуватися нормативними актами щодо регулювання таких відносин поза мережею. За аналогією закону можна використовувати норми законодавства про інформацію, захист прав інтелектуальної власності, захист основних прав та свобод громадян та ін. Іноді таке застосування за аналогією працює, але із розвитком Інтернету, наявні механізми не здатні ефективно регулювати Інтернет відносини.

Одне з головних питань, яке є особливо важливим для медіа права є відсутність правового вирішення питання, чи є Інтернет версії періодичних друкованих та електронних засобів масової інформації тотожні материнським програмам та виданням, або вони формують окрему групу інформації з власним правовим режимом. В Російській Федерації, наприклад, було визначено поняття «мережеве видання», що означає «сайт в інформаційно-телекомунікаційній мережі Інтернет, зареєстрований в якості засобу масової інформації відповідно до дійсного Закону». При цьому в законі встановлюється принцип добровільної реєстрації зазначених сайтів в якості ЗМІ. Хоча реєстрація і не обов'язковою, Інтернет-видання набуває після неї прав та обов'язків засобу масової інформації. Крім того, були змінені ознаки ЗМІ для того, щоб до них можна було відносити такі сайти. Приклад Російської Федерації в цілому є позитивним, адже надається законодавче закріплення статусу мережевих ЗМІ, а крім того, існуюче законодавство приводиться у відповідність до нової категорії шляхом внесення змін до загального поняття ЗМІ та його ознак.

Висновки. Хоча наразі складно визначити однозначно чи є Інтернет в цілому засобом поширення масової інформації чи тільки його окремі ресурси виступають аналогами традиційних ЗМІ, але багато аспектів такої функції Інтернету як поширення інформації серед мас є нерегульованими юридично. Беручи до уваги світовий досвід, в Україні необхідно дотримуватися комплексного підходу до регулювання Інтернет відносин. Щодо засобів масової інформації в Інтернеті, то тут пропонуємо розробити окремий закон, який би регулював питання реєстрації, діяльності, відповідальності за поширення протиправної та недостовірної інформації, процедуру спростування такої інформації, захист авторських прав засобів масової інформації, які знаходяться в мережі. Визначення статусу таких ЗМІ є важливим для регулювання всього комплексу відносин, які виникають в мережі. Такі ж питання, які виникають на інших Інтернет ресурсах також мають підлягати особливому правовому регулюванню.

Необхідно зазначити, що Кабінетом Міністрів України неодноразово ініціювалася підготовка проектів нормативно-правових актів з питань регулювання правовідносин під час розповсюдження інформації в українському сегменті Інтернет. Проте, враховуючи специфіку питання, та невирішеність його у світі, зазначена робота триває і досі.

### Список використаних джерел

1. СветланаБатманова К вопросу определения понятия сетевых СМИ // Научно-культурологический журнал RELGA. – №1 (100). – 2004.
2. Система средств массовой информации России. – М., 2001. – С. 18.
3. Ворошилов В.В. Журналистика: Учебник. 2-е издание. СПб.: Изд-во Михайлова В. А., 2000. – С. 56.



4. Акопов А.И. Электронные сети как новый вид СМИ // Филологический вестник РГУ. – 1998. – № 3. – С. 43-51.
5. Давыдов И. Книга вымышленных существ // Независимая газета. – 2001. – № 26. – 14 февр.
6. Корконосенко С.Г. Основы журналистики: Учебник для вузов. – М.: Аспект Пресс, 2002. – С. 102.
7. Раскладкина М.К. Сетевая пресса как объект коммуникативных исследований // Сб. научных трудов «Теория коммуникации прикладная коммуникация». Вестник Российской коммуникативной ассоциации. – Ростов-на-Дону, 2002. – Вып. 1. – С. 132.
8. «Mass media», Oxford English Dictionary, online version November 2010.
9. Рихтер А.Г. Правове основы журналистики [Электронный ресурс] – Режим доступа: [http://www.eartist.narod.ru/text17/0001.htm#%E7\\_11\\_%EF\\_01](http://www.eartist.narod.ru/text17/0001.htm#%E7_11_%EF_01).
10. Morris, Merriland Ogan, Christine. The Internet as a Mass Medium// Journal of Communication. – 1996. – № 46 (1). – P. 39-50.
11. У США інтернет-журналістика визнана юридично // За матеріалами WashingtonProFile. – <http://www.sibnet.tm>.
12. Директива 2002/58/ЄС від 12 липня 2002 р. про обробку персональних даних та захист таємниці сектора електронних комунікацій // Офіційний вісник Європейських Спільнот 31.7.2002 [Електронний ресурс] – Режим доступа: [http://www.nkrz.gov.ua/img/zstored/File/58\\_Ukr\\_Sekretnist.pdf](http://www.nkrz.gov.ua/img/zstored/File/58_Ukr_Sekretnist.pdf).
13. АрабейЕлизаветаИнтернет и закон [Электронный ресурс] – Режим доступа:<http://eulaw.ru/content/интернет-и-закон>.
14. Н. Петрова, В. Якубенко Медіа-право ТОВ Київська типографія. – Київ, 2007. – С. 213.