

15. Куйбіда В. С. Принципи і методи діяльності органів місцевого самоврядування : монографія / В. С. Куйбіда. – К. : МАУП, 2004. – С. 196.
16. Про асоціації органів місцевого самоврядування: Закон України від 16 квітня 2009 року № 1275-VI // Відомості Верховної Ради України (ВВР). – 2009 – № 38. – Ст.534.

Статья посвящена изучению вопросов реализации политической субъектности крупных городов в аспекте реализации их конституционно-правового статуса. Проанализированы основные подходы к определению политической функции как присущей местному самоуправлению, определены основные формы реализации этой функции в деятельности субъектов публичной власти крупных городов и некоторые направления их конституционно-правового обеспечения.

The article is devoted the study of questions of realization of political sub'ektnosti of large cities in the aspect of realization of their constitutional-legal status. The basic going is analysed near determination of political function as inherent local self-government, the basic forms of realization of this function in activity of subjects of public power of large cities and some directions of their constitutional-legal providing are certain.

Стаття надійшла до редколегії 18.01.2013

УДК 342:659.3(477)

Каплій О. В., НУ «ОЮА»

КЛАСИФІКАЦІЯ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ: КОНСТИТУЦІЙНО-ПРАВОВІ ПИТАННЯ

У статті розглядаються основні підходи до класифікації засобів масової інформації згідно діючого українського законодавства, з'ясовується роль «нових» ЗМІ у сучасному світі та обґрунтовується необхідність роздержавлення державних і комунальних друкованих ЗМІ, як одного з різновидів ЗМІ.

Постановка проблеми. Без існування і належного функціонування різноманітних засобів масової інформації (далі – ЗМІ), які спроможні висвітлити широкий спектр поглядів та думок, не можливо реалізувати гарантоване статтею 10 Європейської конвенції про захист прав людини і основних свобод право кожного на свободу вираження поглядів, що охоплює свободу дотримуватись своїх поглядів, одержувати

та передавати інформацію та ідеї без втручання органів державної влади і незалежно від кордонів.

Зміст, спрямованість і діяльність самої системи ЗМІ знаходиться у прямій залежності від суспільно-політичного ладу, який утвердився в державі, а тому він не може бути однаковим в усіх випадках. Якщо вдатися до нашої історії останніх десятиліть, то легко пересвідчитись у тому, що маємо дві системи, які наклали і накладають свій відбиток на ЗМІ, їхню діяльність і організацію. Йдеться про *тоталітарну систему*, під «п'ятою» якої ЗМІ перебували понад сімдесят років і завдала відчутної шкоди усім ЗМІ, та *демократичну систему*, яка утверджується тепер, умовах становлення і розвитку незалежності України.

За нових умов, на зміну старій, зруйнованій, прийшла нова система ЗМІ, яка мала відповідати найкращим європейським та всесвітнім гуманістичним традиціям, побудованим на свободі слова, вільному виборі засобів інформації, розкріпаченні журналістської діяльності. Але в процесі перебудови системи ЗМІ усе відбулося і відбувається не зовсім просто. Головною особливістю нової системи є те, що слово звільнилося від партійного та державного контролю, простір для виявлення творчих можливостей, активного вторгнення в життя, пошуків найкращих засобів передачі інформації, гласність стала нормою життя [1, с. 48]. Утворення національної системи ЗМІ, супроводжувалось переходом державних ЗМІ у нові форми власності: приватну і комунальну. Але процес утворення суспільних (громадських) ЗМІ залишався на рівні декларації різних політичних парламентських сил, а система державної телерадіокомпанії практично уникла реформування [2]. Тому сьогодні є необхідність в розробленні комплексної видової класифікації «традиційних» і «нетрадиційних» ЗМІ.

Таким чином, дана стаття присвячується не вирішеній раніше частині загальної проблеми ЗМІ як конституційно-правового інституту в Україні, а саме основних підходів до класифікації ЗМІ згідно діючого українського законодавства. Зважаючи на невирішеність даного питання у попередніх дослідженнях серед науковців конституційного права, дослідження у цьому напрямку ще тривалий час залишатимуться затребуваними й актуальними, а їх вирішення має важливе значення для забезпечення стабільного та безпечного функціонування інформаційної сфери в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій. Питання статусу, класифікації ЗМІ, їх ролі у формуванні демократичного поінформованого суспільства розкривалися як представниками правової науки, так і дослідниками політичних, соціологічних, філософських, філологічних наук тощо. Більшість вчених, як зарубіжних так і вітчиз-

няних, аналізують ЗМІ в таких напрямках: переваги та недоліки ЗМІ порівняно з інтернет-ЗМІ, типологізація ЗМІ, система та структура ЗМІ. Наприклад, Н. Мороз визначає роль ЗМІ у формуванні громадянського суспільства України [3], В. Московцева аналізує типологію друкованих засобів масової інформації [4], Є. Вартанова характеризує нові медіа як фактор модернізації ЗМІ [5], Ю. Костигова розглядає проблеми типологізації мережевих ЗМІ [6], О. Коцарев визначає типологію Інтернет-ЗМІ [7], Ю. Бурило визначає правовий режим веб-сайту як засобу масової інформації в Україні та багато інших [8]. На сучасному етапі, дослідженням конституційно-правового статусу ЗМІ в Україні успішно займається дослідниця І. Людвик [9], яка вперше в науці конституційного права дослідила теоретико-методологічні підходи до класифікації ЗМІ України. Більше серед науковців конституційного права питання класифікації ЗМІ фактично не розкривалося.

Метою статті є проаналізувати основні підходи до класифікації ЗМІ згідно діючого українського законодавства. Наукове завдання актуальне через те, що воно практично не вирішене у попередніх дослідженнях як науковців конституційного права, так і загалом представників юридичної науки.

Виклад основного матеріалу дослідження. Одним із найбільш важливих для окремої людини, суспільства та держави видів інформації є масова інформація. За ст. 20 Закону України «Про інформацію» [10], масова інформація визначається як публічно поширювана друкована та аудіовізуальна інформація. Головним критерієм розмежування цього виду інформації й інших видів є критерій публічності поширюваності, який означає масове розповсюдження цієї інформації для відносно великого, невизначеного кола осіб. Адже споживачем масової інформації як інформаційного продукту може стати будь-яка зацікавлена особа.

Законом України «Про інформацію» (далі – Закон) [11] у ст. 22 визначено, що *засоби масової інформації* – засоби, призначені для публічного поширення друкованої або аудіовізуальної інформації. Необхідно зауважити, що на законодавчому рівні не дається визначення поняття «друкована інформація», що відразу спричиняє відсутність критерію розмежування даного поняття від поняття «аудіовізуальна інформація». Саме тому варто законодавчо передбачити зміст поняття «друкована інформація», що сприятиме формуванню належного теоретико-методологічного підходу до класифікації ЗМІ.

Ст. 22 Закону має банкетний характер, щодо розуміння видів ЗМІ. Відповідно до Закону «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» [12] *друкованими ЗМІ* є «періодичні і такі,

що продовжуються видання, які виходять під постійною назвою, з періодичністю один і більше номерів (випусків) протягом року на підставі свідоцтва про державну реєстрацію». У Законі України «Про телебачення і радіомовлення» [13] *аудіовізуальний (електронний) ЗМІ* це – «організація, яка надає для масового приймання споживачами аудіовізуальну інформацію, передану у вигляді електричних сигналів і прийняту за допомогою побутових електронних пристроїв». Слід зазначити, що це, закріплене у Законі України «Про телебачення і радіомовлення», поняття не зовсім обґрунтовано включає сукупність електронних ЗМІ. Електронні ЗМІ, у зв'язку з розвитком інформаційних технологій, пов'язані з якісно новим способом передачі інформації, а тому їх не можна віднести до засобів, призначених для публічного поширення друкованої або аудіовізуальної інформації. Аналіз конституційної норми про те, що засади утворення і діяльності ЗМІ визначаються виключно законами України [14], свідчить, що доцільним є більш докладне на рівні закону регулювання діяльності електронних ЗМІ, тому що статусу ЗМІ вони *de jure* не мають, хоча *de facto* масову інформацію все ж таки розповсюджують.

З огляду на викладене, вважаємо, що основним критерієм для класифікації ЗМІ є **форма подання** друкованої, аудіовізуальної чи інформації з мережі Інтернет, за яким ЗМІ поділяються на: *друковані ЗМІ, аудіовізуальні ЗМІ та електронні ЗМІ*.

На думку І. В. Людвик, подібною до попередньої класифікації є поділ ЗМІ за критерієм **організації збирання і поширення інформації**. За даним критерієм можна виділити: газети, журнали, бюлетені, радіозасоби, телезасоби, кінозасоби, звукозаписувальні засоби, відеозаписувальні засоби, Інтернет-засоби [15, с. 152]. Погоджуємось з думкою автора, що важко віднести до даного переліку інформаційні агентства, оскільки вони мають право поширювати масову інформацію через електронну, друковану, фото-, кіно-, аудіо- та відеопродукцію [16].

Надалі проведемо більш детальну класифікацію ЗМІ, взявши за основу їх поділ на друковані, аудіовізуальні та електронні.

Одним із найбільш давніх засобів поширення масової інформації є друковані ЗМІ. В другій половині ХХ століття почалась ера телебачення, а кінець другого тисячоліття нашої ери ознаменувався становленням та розвитком електронних ЗМІ, що розповсюджуються через глобальну комп'ютерну мережу Інтернет. Та, незважаючи на це, друковані ЗМІ почали активно пристосовуватися до умов та просторових особливостей віртуального медіа простору. Тому на сьогодні друковані ЗМІ є невід'ємною частиною сучасної масової комунікації.

У вітчизняному законодавстві можна виділити кілька основ класифікації друкованих ЗМІ, які зумовлюють особливості державної реєстрації та застосування до них деяких регуляторних актів щодо оподаткування та державної підтримки. До таких основ класифікації, зокрема, належать: сфера розповсюдження, вид видання, статус видання, програмні цілі або тематична спрямованість, категорія читачів, цільове призначення.

За *сферою розповсюдження* розрізняють друковані ЗМІ: зарубіжні (більше однієї країни), загальнодержавні, регіональні (дві і більше областей), місцеві.

За *видом видання* можна назвати такі друковані ЗМІ, як: газета, журнал, збірник, бюлетень, альманах, календар, дайджест тощо.

З огляду на можливість публікації *нормативно-правових актів* органів державної влади України та місцевого самоврядування виділяють офіційні ЗМІ («Офіційний вісник України», «Відомості Верховної Ради України», газети «Урядовий кур'єр» та «Голос України» тощо) та неофіційні ЗМІ.

За *статусом* видання можуть бути вітчизняні (засновник або всі співзасновники є фізичними або юридичними особами-резидентами), спільні (хоча б один із співзасновників є іноземною фізичною або юридичною особою).

Відповідно до *категорії читачів* визначають ті верстви населення, на які розраховане видання: усе населення, дорослі, молодь, діти, чоловіки, жінки, інваліди, студенти, працівники певної галузі, науковці, педагоги тощо.

Програмні цілі (або тематична спрямованість видання) характеризують завдання, які ставить перед собою засновник друкованого ЗМІ. Тому важливою характеристикою є *вид видання за цільовим призначенням*: загальнополітичне, з питань економіки і бізнесу, виробничо-практичне, наукове, науково-виробниче, науково-популярне, навчальне, довідкове, літературно-художнє, з питань мистецтва, спортивне, юридичне, для дозвілля, медичне, релігійне, уфологічне, екологічне, туристичне, інформаційне, для дітей тощо. Окремо слід виділити такі види видань, як рекламне (понад 40 % обсягу одного номера – реклама) та еротичне оскільки на дані види видань не розповсюджуються встановлені законодавством пільги, а з останніх стягується більший порівняно з іншими реєстраційний збір.

В. В. Московцева також класифікує друковані ЗМІ за *періодичністю виходу* (ранкові й вечірні, щоденні, тижневики, щомісячні, видання, що виходять за спеціальними нагодами) [17, с. 27]. О. Д. Кузнецова [18, с. 156] поділяє друковані видання на *масові* та *соціальні*. Масові, у свою

чергу, поділяються на суспільно-політичні, науково-популярні, культурологічні, а соціальні – на наукові, фахово-галузеві, соціально-групові.

Нині найважливішу роль у сфері масової інформації відіграє діяльність аудіовізуальних ЗМІ, до яких належать телебачення і радіомовлення. Як уже зазначалося, особливості правового регулювання їх діяльності зумовлюють використання ними технічних засобів розповсюдження інформації, а для ефірних ЗМІ – ще й використання такого вичерпного ресурсу, як радіочастотний, що потребує додаткового впорядкування їх діяльності.

Телебачення класифікують за такими критеріями: 1) *за способом трансляції* (ефірне, супутникове, кабельне, проводове, багатоканальне); 2) *за охопленням аудиторії* (загальнонаціональне, міждержавне, регіональне, місцеве); 3) *за спеціалізацією програм* (загальне та спеціалізоване); 4) *за фінансуванням* (бюджетне та таке, що самофінансується); 5) *за комунікативною моделлю віщання* (монологічне, діалогічне, інтеракційне) тощо [19, с. 454].

Варто звернути увагу на те, що законодавство України передбачає різні види ЗМІ залежно від статусу їх власників і засновників.

До *державних* ЗМІ законодавство, наприклад, відносить державні теле- і радіомовні організації [20]; державне інформаційне агентство [21]; друковані ЗМІ, засновником (співзасновником) якого є орган державної влади, а видання здійснюється на базі або за участю державної власності та відповідного фінансування з Державного бюджету України чи бюджету Автономної Республіки Крим і статутом (програмними цілями) редакції якого передбачається, зокрема, інформування громадян про діяльність цього органу та вищих органів державної влади [22]. При цьому законодавство також виділяє ЗМІ як орган державної влади чи орган місцевого самоврядування, засновником (співзасновником) якого є орган державної влади або орган місцевого самоврядування і який повністю або частково утримується за рахунок державного чи місцевих бюджетів [23].

Комунальними ЗМІ законодавство України визнає аудіовізуальні чи друковані ЗМІ, створені органом місцевого самоврядування або органом місцевого самоврядування спільно з місцевою державною адміністрацією як засновником (співзасновником) на базі чи за участю комунальної власності та відповідного фінансування з місцевого бюджету і статутом (програмними цілями, програмною концепцією) редакції (юридичної особи), у якому передбачається, зокрема, інформування громадян про діяльність цього органу та вищих органів державної влади [24]. Зміст поняття «приватні ЗМІ» законодавством

не визначається, хоча законодавство відносить, наприклад, до структури національного телебачення і радіомовлення України приватні телерадіоорганізації [25]. Тобто можна розуміти, що ЗМІ, які не є державними або комунальними, вважаються *приватними*, тобто орієнтованими насамперед на отримання прибутку від здійснення інформаційної діяльності.

Партійні, засновниками яких є політичні партії і які мають відповідне ідеологічне спрямування та використовуються насамперед для проведення політичної агітації.

Громадянські (неприбуткові), засновниками яких виступають і громадські організації (правозахисні, національні, культурні, релігійні, екологічні, професійні тощо). Цей вид ЗМІ розрахований передусім на задоволення інформаційних потреб відповідних соціальних груп або інформування суспільства з питань діяльності відповідних громадських організацій.

Суспільне телерадіомовлення – телерадіоорганізація зі статусом єдиної загальнонаціональної неподільної і неприбуткової системи масової комунікації, яка є об'єктом права власності Українського народу і діє згідно з єдиною програмною концепцією. Порядок створення та діяльності суспільного телерадіомовлення визначається Законом України «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України» [26]. Таким чином, за критерієм статусу їх власників і засновників ЗМІ їх можна поділяти на: *державні ЗМІ, комунальні ЗМІ, приватні ЗМІ, партійні ЗМІ, громадянські (неприбуткові) ЗМІ та суспільні ЗМІ.*

У попередніх дослідженнях автора, було встановлено, що сьогодні розбудова правової та демократичної держави є практично неможливою без діяльності незалежних друкованих ЗМІ. Друковані ЗМІ можна без сумніву вважати складовою частиною національного інформаційного простору. Україна має забезпечити розвиток національного інформаційного простору, розпочавши процес реформування державних та комунальних друкованих ЗМІ. Необхідно звести до мінімуму можливість використання друкованих ЗМІ як важелів маніпулювання суспільною свідомістю і особистою думкою громадян. Для реформування ЗМІ в державі потрібно створити відповідні економічні умови для незалежної діяльності ЗМІ; розробити та ухвалити нормативно-правові, законодавчі акти про роздержавлення, внести зміни та доповнення до чинного законодавства у сфері інформаційних відносин та діяльності ЗМІ; забезпечити дотримання соціальних прав та гарантій журналістів. Як наслідок – повною мірою буде забезпечена реалізація ст. 2 Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу)», якою встановлена свобода діяльності друкованих

ЗМІ, їх економічна самостійність, заборона цензури та попереднього погодження матеріалів, які поширюються в цих ЗМІ.

У науковій літературі існують й інші підходи до класифікації ЗМІ. Так, на думку авторів монографії «Правове забезпечення інформаційної діяльності в Україні» впровадження телекомунікаційних мереж дає підстави поділяти існуючі ЗМІ на «старі» та «нові» [27, с. 182]. До перших відносять традиційні друковані ЗМІ, тобто газети, журнали, бюлетені тощо. До «нових» – так звані електронні (радіо, телебачення та ін.), що визначаються національним законодавством як аудіовізуальні ЗМІ [28, с. 183].

Продовжуючи більш детально розглядати класифікацію ЗМІ в залежності від форми подання друкованої, аудіовізуальної чи інформації з мережі Інтернет, слід зупинись на типології електронних ЗМІ. З кінця 90-х років минулого століття в Україні поряд із пресою, радіо й телебаченням з'явився четвертий вид медіа – Інтернет-ЗМІ, що поєднує функції і властивості всіх традиційних мас-медіа. На думку О. Вартанової, сьогодні Інтернет як комунікативний майданчик та простір, де існують медіа-продукти, може замінити традиційні ЗМІ. Він виконує комунікаційну, інформаційну, мобілізаційну, інтеграційну і навіть рекреаційну функції [29, с. 39]. І. Биков, у свою чергу, вважає, що традиційні ЗМІ чекає свого роду мутація та злиття з Інтернетом [30, с. 207-208]. В. Терещук переконаний, що використання традиційними ЗМІ мережевих технологій для поширення інформації та розвитку самостійних інтернет-видань створюють умови для безпрецедентного плюралізму думок та свободи слова, тому в українських умовах Інтернет є серйозною альтернативою офіційним джерелам інформації, які, як правило, контролюються з боку держави [31, с. 76].

Із наявних українських і російських досліджень інтернету як каналу масової комунікації відносно виразну спробу типологізації мережевих ЗМІ віднаходимо у Ю. В. Костигової. Дослідниця виокремлює дві основні категорії: *електронні версії друкованих видань* та *власне мережеві ЗМІ*. Вчена подає такі дефініції цих понять: «Електронна версія може являти собою фактичну копію друкованого видання і оновлюватися згідно з виходом кожного нового друкованого номера, а може зберігати лише назву і тематичне спрямування друкованого видання, але бути при цьому самостійним ЗМІ. Мережеві ЗМІ – це ті видання, які не мають друкованої версії і виходять тільки в Мережі» [32]. Крім цього інтернет-ЗМІ поділяються *за типом свого змісту* на новинні, коментарійні, змішані; *за приналежністю* – на державні, медійні, незалежні, ЗМІ, які належать політичних групам або бізнес-структурам [33, с. 53]. У праці «ЗМІ та Інтернет: проблеми правого регулювання» (під редакцією В. Монахова)

зазначається, що за типом змісту або контенту крім новинних, коментарійних та змішаних мережевих ЗМІ, існує й інша варіація класифікації інтернет-ЗМІ: авторські, редакційні та змішані. Залежно від тематики виділяються монотематичні та політематичні мережеві ЗМІ, а також існують національні та регіональні інтернет-ресурси [34, с. 10-11]. О. Коцарев пропонує іншу типологію мережевих ЗМІ. Дослідник виділяє п'ять основних типів інтернет-ЗМІ: інтернет-телебачення, інтернет-радіо, інтернет-газети, інтернет-журнали і новинні сайти [35, с. 323-324]. Таким чином, проведений історіографічний огляд праць, присвячених типології Інтернет-ЗМІ, дає підстави дійти висновку, що нині в не існує єдиного підходу до виокремлення їх типів.

Висновки. Таким чином, діючі ЗМІ України мають визначену систему та чітку структуру, яка сформувалась в останнє двадцятиліття, одночасно з розвитком правової основи. В дану систему на сьогодні входять: друковані, аудіовізуальні та електронні ЗМІ. Однак вказана база структура включає в себе підвиди, які класифікується залежно від направленості функціонування окремо взятих видів ЗМІ. Звичайно, розвиток інформаційного суспільства в Україні потребує науково-теоретичних досліджень щодо визначення конституційних засад організації та діяльності Інтернет-ЗМІ. Загалом вважаємо, що у подальшому у дослідженнях варто вернути увагу на характеристику ЗМІ як суб'єкта конституційно-правових відносин.

Бібліографічний список

1. Гриценко О. М. Основи теорії міжнародної журналістики / О. М. Гриценко, В. І. Шкляр. – К. : Видавничо-поліграфічний центр «Київський університет», 2002. – 304 с.
2. Мороз Н. О. Роль засобів масової інформації у формуванні громадянського суспільства України [Електронний ресурс] / Н. О. Мороз. – Режим доступу : http://www.nbuv.gov.ua/portal/soc_gum/Gumj/2012_2-3/Moroz.pdf.
3. Див.: Там само.
4. Московцева В. В. Типологія друкованих засобів масової інформації / В. В. Московцева. – Запоріжжя : ЗДУ, 2002. – 44 с.
5. Вартанова Е. Л. Новые медиа как фактор модернизации СМИ / Е. Л. Вартанова // Информационное общество. – 2008. – № 5-6. – С. 37-39.
6. Костыгова Ю. В. Проблемы типологизации сетевых СМИ [Електронний ресурс] / Ю. В. Костыгова // Технологии информационного общества – Интернет и современное общество : материалы Всеросс. объединенной конф. (Санкт-Петербург, 20-23 ноября 2001 г.). – СПб., 2001. – С. 221-224. – Режим доступу : http://www.ict.edu.ru/vconf/index.php?a=vconf&c=getForm&r=thesisDesc&d=light&id_sec=88&id_thesis=3065.

7. Коцарев О. О. Типологія Інтернет-СМИ / О. О. Коцарев // Ученые записки Таврического национального университета им. В.И. Вернадского. Сер. Филология. – Т.19, № 5. – С. 321-324.
8. Бурило Ю. Правовий режим веб-сайту як засобу масової інформації в Україні / Ю. Бурило // Юридична Україна. – 2011. – № 12. – С. 26-30.
9. Людвик І. В. Теоретико-методологічні підходи до класифікації засобів масової інформації України / І. В. Людвик // Бюлетень Міністерства юстиції України. – 2008. – № 11/12. – С. 150-154.
10. Про інформацію : Закон України від 2 жовтня 1992 р. № 2657-XXI (із змін. і доп.) // Відомості Верховної Ради України. – 1992. – № 48. – Ст. 650.
11. Про внесення змін до Закону України «Про інформацію» : Закон України від 13 січня 2011 р. № 2938-VI // Відомості Верховної Ради України. – 2011. – № 32. – Ст. 313.
12. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні : Закон України від 16 листопада 1992 р. № 2782-XII (із змін. і доп.) // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 1. – Ст. 1.
13. Про телебачення і радіомовлення : Закон України від 21 грудня 1993 р. № 3205-IV (із змін. і доп.) // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 10. – Ст. 43.
14. Конституція України : затверджена Законом України від 28 червня 1996 р. № 254к/96-ВР (із змін., внесеними згідно із Законом України від 1 лютого 2011 № 2952-VI (2952-17) // Відомості Верховної Ради України. – 1996. – № 30. – Ст. 141; 2011. – № 10. – Ст. 68.
15. Див. : Людвик І. В. Указ. твір.
16. Про інформаційні агентства : Закон України від 28 лютого 1995 р. № 74/95-ВР (із змін. і доп.) // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 13. – Ст. 83.
17. Див. : Московцева В. В. Указ. твір.
18. Кузнецова О. Д. Засоби масової комунікації / О.Д. Кузнецова. – Львів : ПАІО, 2005. – 200 с.
19. Василик М. А. Основы теории коммуникации / М. А. Василик, М. С. Вершинин, В. А. Павлов [и др.]. – М. : Гардарики, 2003. – 615 с.
20. Про телебачення і радіомовлення : Закон України від 21 грудня 1993 р. № 3205-IV (із змін. і доп.) // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 10. – Ст. 43.
21. Про інформаційні агентства : Закон України від 28 лютого 1995 р. № 74/95-ВР (із змін. і доп.) // Відомості Верховної Ради України. – 1995. – № 13. – Ст. 83.
22. Гвоздев В. М. Конституціоналізм і свобода преси / В. М. Гвоздев // Українське журналістикознавство. – 2000. – Вип.1. – Ст. 1.
23. Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової

- інформації : Закон України від 23 вересня 1997 р. (із змін. і доп.) № 539/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 49. – Ст. 299.
24. Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів : Закон України від 23 вересня 1997 р. (із змін. і доп.) № 540/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 50. – Ст. 302.
25. Про телебачення і радіомовлення : Закон України від 21 грудня 1993 р. № 3205-IV (із змін. і доп.) // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 10. – Ст. 43.
26. Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України: Закон України від 8 липня 1997 р. № 485/97-ВР (із змін. і доп.) // Відомості Верховної Ради України – 1997. – № 45. – Ст. 284.
27. Шемшеченко Ю. С. Правове забезпечення інформаційної діяльності в Україні : монографія / за заг. ред. Ю. С. Шемшученка, І. С. Чижа ; Ін-т держави і права ім. В.М. Корецького. – К. : Юридична думка, 2006. – 384 с.
28. Про телебачення і радіомовлення : Закон України від 21 грудня 1993 р. № 3205-IV (із змін. і доп.) // Відомості Верховної Ради України. – 1994. – № 10. – Ст. 43.
29. Див. : Варганова Е. Л. Указ. твір.
30. Быков И. А. Интернет-журналистика: специфика и перспективы развития / И. А. Быков // Средства массовой информации в современном мире: материалы межвузовской научно-практической конференции / Под ред. В. И. Конькова. – СПб. : Изд-во С.-Петербургского университета, 2002. – С. 207-208.
31. Терещук В. І. Інтернет як інформаційний чинник гуманітарної безпеки українського суспільства / В. І. Терещук // Актуальні проблеми міжнародних відносин: Збірник наукових праць. Вип. 37 (у двох частинах). Частина І. – К. : Київський національний університет імені Тараса Шевченка. Інститут міжнародних відносин, 2002. – 280 с. – С. 75-78.
32. Див. : Костыгова Ю. В. Указ. твір.
33. Водолагин А. Л. Интернет-СМИ как арена политической борьбы / А. Л. Водолагин // Общественные науки и современность. – 2002. – № 1. – С. 49-67.
34. Монахов В. Н. СМИ и Интернет: проблемы правового регулирования / В. Н. Монахов. – М. : ЭКОПРИНТ, 2003. – 320 с.
35. Див. : Коцарев О. О. Указ. твір.

В статье рассматриваются основные подходы к классификации средств массовой информации согласно действующему украинскому законодательству, выясняется роль «новых» СМИ в современном мире и обосновывается

необходимость разгосударствления государственных и коммунальных печатных СМИ, как одной из разновидностей СМИ.

The article reviews the main approaches to the classification of mass media according to current Ukrainian legislation, it appears the role of «new» media in the modern world and the necessity of privatization of state and communal print media as one of the types of media.

Стаття надійшла до редколегії 30.01.2013

УДК: 323.22/04

Колісниченко І. В., ГУ «ЮНПУ імені К. Д. Ушинського»

ПОЗИТИВНАЯ КОММУНИКАЦИЯ КАК УСЛОВИЕ ПОЛИТИЧЕСКОЙ ПАТТЕРНИЗАЦИИ

В данной статье рассматриваются паттерны как факторы речевого воспроизведения в процессе человеческой коммуникации внутри общества, как системы, имеющей синергетическую природу.

Понятие «паттерн» является ключевым в теории коммуникации, заимствованное из психологии и разработанное психотерапевтами-аналитиками Полем Вацлавиком, Джанет Бивином, Доном Джексоном и др. Наиболее четкая дефиниция данному понятию дана в их работе «Прагматика человеческих коммуникаций. Изучение паттернов, патологий и парадоксов взаимодействия» [2]. Паттерн в переводе с английского («pattern») – образец, шаблон, система, используется как термин в ряде западных дисциплин и технологиях. Смысл термина «паттерн» варьируется в зависимости от области знаний, в которой используется.

Современное толкование термина «паттерн» можно свести к следующим определениям, в зависимости от области применения и употребления:

В информатике – это эффективный способ решения определенных задач проектирования, в частности проектирования компьютерных программ. В психологии – а) набор стереотипных поведенческих реакций или последовательностей действий; б) объединение сенсорных стимулов как принадлежащих одному классу объектов. В техническом анализе – это характерный участок временных графиков цен.

Паттерн в трекерной музыке означает таблицу, определяющую порядок и режим воспроизведения семплов на нескольких каналах