

## СЕКЦІЯ 6

# СВОБОДА ЗМІ І СВОБОДА СЛОВА ТА ПСИХОЛОГІЧНІ АСПЕКТИ В КОНТЕКСТІ ЗАХИСТУ ПРАВ І СВОБОД ЛЮДИНИ ТА ГРОМАДЯНИНА В УМОВАХ ФОРМУВАННЯ ПРАВОВОЇ ДЕРЖАВИ

**О. В. ГАРМАТІЙ**

доцент кафедри журналістики та засобів масової комунікації  
Навчально-наукового інституту права та психології  
Національного університету «Львівська політехніка»  
кандидат філологічних наук

## ПРАВОВІ ЗАСАДИ ФУНКЦІОНУВАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ АГЕНТСТВ УКРАЇНИ

Аналіз інформаційного законодавства країн Європи та США, проведений українськими дослідниками, засвідчує, що діяльність інформаційних агентств, як й інших засобів масової інформації, не регламентується спеціальними законами. Найчастіше у законодавчому порядку забезпечуються свобода слова та преси. Традиція прийняття спеціальних законів, призначених регулювати діяльність окремих видів засобів масової інформації, притаманна країнам пострадянського простору, в тому числі й Україні [4].

Україна однією із перших на теренах пострадянських держав почала творити власне інформаційне законодавство. У 1992 році, через рік після проголошення незалежності, були схвалені Закони України «Про інформацію» та «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні». Наприкінці 1993 року набув чинності Закон «Про телебачення та радіомовлення», а на початку 1995 року – від часу набуття чинності Законом України «Про інформаційні агентства» – була законодавчо врегульована і діяльність інформаційних агентств. Характерно, що ці правові акти ухвалювалися у хронологічному порядку, що відповідає світовим тенденціям розвитку мас-медіа: преса – радіо та телебачення – інформаційні агентства.

Отже, сьогодні правовідносини в інформаційній сфері, правові засади функціонування засобів масової інформації регулюються низкою законів, що становлять практично завершену систему, на верхівці якої – Конституція України.

Чинне законодавство України про інформаційні агентства доповнюють також Закони України «Про авторське право і суміжні права», «Про державну таємницю», міжнародні договори в галузі свободи слова та інформації, ратифіковані Україною.

Декларовані Українською державою принципи забезпечення дотримання демократичних стандартів у діяльності ЗМІ ґрунтуються на світовому досвіді та міжнародних актах. Так, у Загальній декларації прав людини Генеральної Асамблеї Організації Об'єднаних Націй від 10 грудня 1948 року принципу свободи вираження поглядів було надано найвищого правового статусу. У статті 19 закріплено положення: «Кожна людина має право на свободу переконань і вільне їх вираження; це право передбачає свободу безперешкодно дотримуватися власних переконань і свободу шукати, одержувати і поширювати інформацію та ідеї будь-якими засобами і незалежно від державних кордонів» [2, с. 9].

Спеціальним законом, покликаним регулювати діяльність інформаційних агентств у нашій державі, є Закон України «Про інформаційні агентства» [3]. Цей Закон закріплює правові основи діяльності інформаційних агентств в Україні та їхньої міжнародної співпраці.

Інформаційними агентствами згідно з цим Законом є зареєстровані як юридичні особи суб'єкти інформаційної діяльності, що діють з метою надання інформаційних послуг.

Під представництвом інформаційного агентства в Україні слід розуміти зареєстровану в нашій державі відповідно до чинного законодавства як суб'єкт інформаційної діяльності будь-яку установу (бюро, представництво, корпункт тощо), що представляє в Україні державне або недержавне інформаційне агентство, зареєстроване як юридична особа згідно з чинним законодавством відповідної країни, і яке здійснює свою діяльність в Україні у сфері інформації відповідно до українського законодавства.

Конституцією та чинними законами України гарантується свобода діяльності інформагентств та забороняється цензура інформації, поширюваної інформаційними агентствами.

Разом з тим, інформаційні агентства не мають права у своїх матеріалах розголошувати дані, що становлять державну таємницю, або іншу інформацію, яка охороняється законодавством, закликати до насильницької зміни або повалення існуючого конституційного ладу, порушення територіальної цілісності України, підриву її безпеки, вести пропаганду війни, насильства і жорстокості, розпалювати расову, національну, релігійну ворожнечу, розповсюджувати порнографію або іншу інформацію, яка підриває суспільну мораль або підбурює до правопорушень, принижує честь і гідність людини, а також інформацію, яка ущемляє законні права й інтереси громадян, давати оцінку щодо винуватості осіб у вчиненні кримінального правопорушення, вказувати на особу, яка ніби вчинила кримінальне правопорушення до рішення суду, публікувати матеріали, які розкривають тактику і методiku досудового розслідування.

Закон України «Про інформаційні агентства» вказує, що діяльністю інформаційних агентств є збирання, обробка, творення, зберігання, підготовка інформації до поширення, випуск та розповсюдження інформаційної продукції.

Інформаційне агентство може виступати як засновник (співзасновник) інших засобів масової інформації, бути автором або власником інформації, видавцем (виробником) інформаційної продукції, розповсюджувачем і споживачем інформаційної продукції.

Інформаційне агентство набуває статусу юридичної особи з моменту його державної реєстрації у порядку, встановленому чинним законодавством України.

Інформаційне агентство діє на підставі свого статуту (положення), яким визначаються його мета та завдання, функції та порядок діяльності. Статут (положення) інформаційного агентства затверджується засновником (співзасновниками) відповідно до чинного законодавства України. У статуті (положенні) зазначаються відомості про інформагентство, передбачені Законом «Про інформаційні агентства» (стаття 13), а також положення, встановлені актами законодавства України щодо установчих документів суб'єктів підприємництва.

У статті 8 Закону України «Про інформаційні агентства» визначено основні види інформаційних агентств, які функціонують у нашій державі: це державні та недержавні інформаційні агентства України, а також іноземні інформаційні агентства, які діють в Україні через свої представництва.

Відповідно до чинного українського законодавства право на заснування інформаційного агентства в Україні належить громадянам та юридичним особам України. Іноземці та іноземні юридичні особи мають право бути співзасновниками інформаційних агентств України. Забороняється створення і діяльність інформаційних агентств, у статутному фонді яких сукупна частка, що належить іноземцям та/або іноземним юридичним особам, становить більше, ніж 35 відсотків.

Закон України «Про інформаційні агентства» також визначає порядок та принципи державної реєстрації інформаційних агентств. Державній реєстрації підлягають усі інформаційні агентства та представництва іноземних інформаційних агентств, що засновуються або діють в Україні.

Суб'єктами діяльності інформаційних агентств є: засновник (співзасновники) інформаційного агентства; його керівник (директор, генеральний директор, президент та ін.); трудовий колектив; творчий колектив; журналіст інформаційного агентства; спеціаліст у галузі засобів комунікації; автор або власник інформації; видавець (виробник) продукції інформаційного агентства; розповсюджувач продукції інформаційного агентства; споживач продукції інформаційного агентства.

Керівник (директор, генеральний директор, президент та ін.) інформаційного агентства є першою особою, яка безпосередньо керує всіма підрозділами інформаційного агентства, відповідає

за результати його роботи, підписує фінансові документи і виконує іншу роботу згідно з наданими йому засновником (співзасновниками) інформаційного агентства повноваженнями. Керівник діє від імені інформаційного агентства в межах, визначених законодавчими актами України та установчими документами агентства.

Журналіст інформаційного агентства – це творчий працівник, який збирає, одержує, створює та готує інформацію для інформаційного агентства і діє від його імені на підставі трудових чи інших договірних відносин з ним або за його уповноваженням. Належність журналіста до інформаційного агентства підтверджується службовим посвідченням цього агентства чи іншим документом, виданим йому цим агентством. Журналіст інформаційного агентства має права та виконує обов'язки, визначені українським законодавством про пресу, телебачення і радіомовлення. Акредитація журналіста інформаційного агентства при державних органах та органах управління об'єднань громадян провадиться на підставах і в порядку, встановлених чинним законодавством України.

Спеціаліст у галузі засобів комунікації – це працівник інформаційного агентства, який на професійних засадах здійснює розповсюдження інформаційної продукції через засоби комунікації та несе відповідальність за використання цих засобів виключно на підставі чинного законодавства України.

Видавцем (виробником) продукції інформагентства може бути як саме агентство, так і суб'єкт підприємництва, який здійснює випуск (тиражування або виробництво) інформаційної продукції на підставі угоди, укладеної між ним та інформаційним агентством.

Розповсюджувачем продукції інформаційного агентства може бути як саме агентство, так і суб'єкт підприємництва – власник (користувач) засобу комунікації, через який він розповсюджує продукцію інформаційного агентства в порядку і на умовах, визначених чинним законодавством України та укладеною між ними угодою.

Споживачі продукції інформаційних агентств – громадяни, юридичні особи, державні органи України та інших держав, які на підставі відповідної угоди з інформаційними агентствами одержують їх інформаційну продукцію.

Відповідно до Закону України «Про інформаційні агентства», продукція інформаційного агентства – це матеріалізований результат його діяльності, призначений для розповсюдження з метою задоволення інформаційних потреб громадян, юридичних осіб, державних органів. Основними видами продукції інформаційних агентств є: електронна продукція; друкована продукція; фотопродукція; кінопродукція; аудіопродукція; відеопродукція.

Засобами розповсюдження продукції інформаційних агентств виступають друковані та екранні видання, радіо, телебачення (кабельне, супутникове, глобальне), електричний та електронний зв'язок (телеграф, телефон, телекс, телефакс), комп'ютерні мережі та інші телекомунікації.

Інформаційні агентства мають переважне право на використання засобів комунікації (засобів розповсюдження). Державним інформаційним агентствам надається першочергове право перед іншими інформаційними агентствами на використання засобів комунікації для розповсюдження інформації, яка має особливе значення для держави і суспільства.

Відносини інформаційних агентств з іншими учасниками інформаційних відносин будуються на основі Закону України «Про інформацію» та чинного законодавства України. Відносини інформаційних агентств з авторами або власниками інформації здійснюються на основі укладених між ними договорів. Забороняється зобов'язувати інформаційне агентство розповсюджувати відхилену ним інформацію, якщо інше не передбачено Законом або статутом (положенням) інформаційного агентства.

Громадяни, юридичні особи, державні органи і органи місцевого самоврядування, а також їх уповноважені представники мають право вимагати від інформаційного агентства спростування розповсюджених про них відомостей, що не відповідають дійсності, принижують їх честь та гідність.

Спростування здійснюється інформаційним агентством, яке поширило таку інформацію. Інформація, що не відповідає дійсності, має бути спростована як інформаційним агентством, так і розповсюджувачем цієї інформації. Відшкодування матеріальної і моральної шкоди за поширення інформації, що спростовується, здійснюється у передбаченому законодавством порядку.

Інформаційне агентство, суб'єкти діяльності інформаційних агентств не несуть відповідальності за розповсюдження інформації, яка не відповідає дійсності, принижує честь і гідність громадян та організацій, порушує їх права і законні інтереси або являє собою зловживання свободою діяльності інформаційних агентств і правами журналіста, якщо ця інформація: 1) одержана від інших інформаційних агентств або засобів масової інформації і є дослівним відтворенням матеріалів, опублікованих цими агентствами чи засобами масової інформації, та якщо вони були спростовані відповідно до статті 33 Закону «Про інформаційні агентства»; 2) міститься в офіційній відповіді на інформаційний запит, наданий відповідно до Закону України «Про інформацію»; 3) є дослівним відтворенням офіційних виступів посадових осіб державних органів, організацій і об'єднань громадян; 4) є результатом внесення змін, скорочень чи редагування продукції інформаційних агентств, здійснених без їх відома розповсюджувачем чи споживачем інформації.

З метою створення єдиної системи обліку інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної діяльності та відповідно до Закону України «Про інформаційні агентства», постанови Кабінету Міністрів України від «Про державну реєстрацію друкованих засобів масової інформації, інформаційних агентств та розміри реєстраційних зборів» в нашій державі створено Державний реєстр друкованих засобів масової інформації та інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної діяльності (далі – Реєстр).

Реєстр – це електронна база даних, яка містить інформацію про інформанти як суб'єкти інформаційної діяльності, що засновуються та/або діють в Україні, та друковані засоби масової інформації, додатки до друкованих засобів масової інформації у вигляді видань газетного та журнального типу, що видаються на території України, незалежно від сфери розповсюдження, тиражу і способу їх виготовлення. Держатель Реєстру – Міністерство юстиції України, що забезпечує його функціонування.

Відомості про інформаційні агентства підлягають обов'язковому внесенню до Реєстру. Про зареєстроване інформаційне агентство до Реєстру вносяться такі відомості: інформація щодо засновника інформаційного агентства; повне найменування або назва інформаційного агентства; вид інформагентства (державне, недержавне) та його організаційно-правова форма; мови, якими буде розповсюджуватися інформаційна продукція; передбачувана сфера поширення продукції інформагентства (місцева, регіональна, національна, національна та зарубіжна, зарубіжна); програмна мета та основні напрями діяльності інформагентства; джерела фінансового та матеріально-технічного забезпечення діяльності інформаційного агентства; місцезнаходження юридичної особи (місце проживання фізичної особи) засновника (співзасновників) та його (їх) банківські реквізити; місцезнаходження інформаційного агентства; номери засобів зв'язку інформаційного агентства; серія та номер свідоцтва про державну реєстрацію інформагентства; дата державної реєстрації інформагентства; орган, який здійснив державну реєстрацію інформагентства.

Будь-яка фізична та юридична особа, тобто, кожен, хто бажає, має право доступу до відомостей, внесених до Реєстру, через подання відповідного запиту адміністратору на отримання витягу. Інформація з Реєстру надається у вигляді витягу з реєстру.

Водночас, як зазначають дослідники, зокрема Д. Андреев, Ю. Нестеряк, система чинного українського законодавства в галузі масової інформації потребує вдосконалення. Очевидною є проблема правовідносин, пов'язаних, зокрема, з розвитком новітніх засобів масової комунікації та глобального інформаційного простору загалом. Закони України встановили правові основи для діяльності традиційних засобів масової інформації, але вони часто виявляються неспроможними врегулювати питання, пов'язані з розвитком як конвергованих мас-медіа, так і сучасних суспільно-інформаційних відносин.

У системі соціально-правових комунікацій нагальною є проблема правового забезпечення функціонування Інтернет-ресурсів, які де-факто виконують функції засобів масової комунікації, але де-юре численні аспекти їхньої діяльності залишаються законодавчо неврегульованими. Очевидно також, що специфіка та характер діяльності Інтернет-видань (надання інформаційних послуг) є близькими до діяльності інформагентств, для яких обов'язковою є державна реєстрація.

Вочевидь, головною проблемою функціонування інформаційних агентств є їхнє небажання здійснювати державну реєстрацію як засобів масової інформації (мережа Інтернет це дозволяє), з одного боку, та залежність від економічних або політичних уподобань власника – з другого. Саме

останній чинник визначає редакційну політику більшості інформаційних Інтернет-ресурсів. Окрім того, відсутність державної реєстрації дає можливість і окремим журналістам, і редакційним колективам уникати відповідальності за поширення неправдивої інформації.

Слід зазначити, що цю прогалину досить вдало використовує значна частина інформаційних агентств. Передруковуючи відверту дезінформацію з незареєстрованого Інтернет-ресурсу, вони, навіть свідомо поширюючи неправду, уникають відповідальності. Джерело походження недостовірної інформації – найчастіше це сайт, створений на два-три дні, – зникає з Інтернету, тому встановити його власника досить проблемно. Взагалі для проведення широкої кампанії з дискредитації (особи, партії, інституту влади) можуть застосовуватися до 10 сайтів-«одноденок», які реалізатори «брудних» інформаційних технологій між собою називають «транзитними». Вплинути якимось чином на державно зареєстровані веб-сайти, які стали трансляторами дезінформації, практично неможливо [1].

Інформаційне законодавство України потребує вдосконалення. Існує потреба детального й прискіпливого аналізу становища інформаційних агентств у правовому полі держави з подальшим внесенням змін до вже існуючих законів, які забезпечували б надійне і стабільне існування інформаційних агентств в інформаційному полі держави та створювали умови для їх успішної інтеграції у світовий інформаційний простір [4].

#### *Література*

1. Андреев Д. Завдання та механізми правового регулювання діяльності інформаційних агентств / Андреев Дмитро // Віче. – 2013. – № 10. – Режим доступу : <http://www.viche.info/journal/3666/>.
2. Посібник з питань свободи вираження / Пер. з англ. К. Лаба. – К. : IREX ПроМедіа Україна, 1999. – 224 с.
3. Про інформаційні агентства : Закон України від 28.02.1995 № 74/95-ВР (поточна редакція – від 28.07.2013). – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/74/95-вр>.
4. Нестеряк Ю. В. Інформаційно-технологічний і творчий потенціал агенційної журналістики (вітчизняний і світовий досвід) : автореф. дис. ... канд. філол. наук : спец. 10.01.08 «Журналістика» / Ю. В. Нестеряк. – К. : Інститут журналістики КНУ імені Тараса Шевченка, 2005. – Режим доступу : <http://nbuv.gov.ua/node/1539>.

**Ю. КАЗІМОВА**

студентка магістрант факультету журналістики  
Львівського національного університету  
ім. Івана Франка

## **РЕЛЕВАНТНІСТЬ ІНФОРМАЦІЇ НА УКРАЇНСЬКИХ ТЕЛЕКАНАЛАХ**

*Актуальність теми статті* зумовлена потребою ґрунтовного вивчення феномена інформаційного мовлення та новинного дискурсу в умовах глобалізації сучасного світу. Вивчення інформаційного тексту як складного комунікативного процесу потребує нових комплексних досліджень: оновлення понятійного апарату, розширення типології (тематичної, стильової), поглиблення студій генези медіатексту, переосмислення його ролі в межах соціальних комунікацій, вдосконалення професійної підготовки інформаційних повідомлень, уміння журналістів визначати та покращувати релевантність інформаційних текстів й знати те, як побудувати тележурналістський текст лексично і структурно.

Тема актуальна через свою значущість у задоволенні потреб громадян України, адже від того, чи відповідає інформація, подана на телеканалі, вимогам релевантності (а саме, наскільки ця інформація відповідає рівню корисних ресурсів, які надають якісну інформацію, й наскільки відрізняється від