

О. М. Макеєва,  
кандидат юридичних наук

## ЗАСОБИ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ ЯК СУБ'ЄКТИ ПРАВОВОЇ КОМУНІКАЦІЇ

Національний авіаційний університет  
проспект Космонавта Комарова, 1, 03680, Київ, Україна  
E-mail: maklena72@ukr.net

**Мета:** у статті досліджуються засоби масової інформації як суб'єкти правової комунікації та їх функції. **Методи дослідження:** у роботі застосовувались філософсько-світоглядні, загальнонаукові та спеціальні методи. **Результати:** визначено поняття засобів масової інформації як суб'єктів правової комунікації - це матеріальні та інші носії правової інформації, органи та організації (юридичні особи), зареєстровані у встановленому порядку, які забезпечують публічне поширення правової друкованої та аудіовізуальної інформації. Окреслено функції ЗМІ: правоосвітня, ціннісно-нормативна, правоорієнтаційна, комунікативна, попереджувальна, правосоціалізаційна, ідеологічно-виховна. **Обговорення:** удосконалення державної інформаційної політики щодо засобів масової інформації, що передбачає створення правових основ для забезпечення сприятливих умов розвитку та функціонування засобів масової інформації як суб'єктів правової комунікації.

**Ключові слова:** правова комунікація, суб'єкти, засоби масової інформації, функції, правова культура, правосвідомість.

### Постановка проблеми та її актуальність.

Інформаційний простір будь-якої держави — об'єктивна складова та невід'ємний атрибут її повноцінного функціонування. Україна, яка переживає період трансформації правової системи та всіх її елементів, зокрема, правового світогляду та правової культури, потребує реформування та змін. Цей процес є досить неоднозначним, складним і суперечливим, оскільки ще певним чином відчувається вплив попередньої інформаційно-комунікативної системи, що гальмує демократичні перетворення. Як слушно зазначає Н. Оніщенко, розвиток національної правової системи залежить від багатьох чинників: економічних, соціальних, політичних, а також особистої правової культури, правової свідомості, правового світогляду кожного представника громадянського суспільства, здатного самостійно мислити, приймати рішення, публічно висловлювати свою думку, нести відповідальність за наслідки своєї діяльності, проявляти зацікавленість в динамічному розвитку правової системи [1, с. 8].

Одним із напрямків реформ, на наше переконання, є формування правового інформаційного простору нового типу, складовою якого є правова комунікація, а її суб'єкти - засоби масової інформації (далі - ЗМІ), що забезпечують надання правових знань громадянам та формують їх правову культуру.

**Аналіз досліджень та публікацій.** Проблема розвитку засобів масової інформації в умовах інформаційного суспільства викликає увагу у другій половині ХХ ст. багатьох науковців: правників, філософів, соціологів, психологів, політологів, представників комунікаційної та журналістської діяльності. Наукове дослідження проблем правової комунікації в контексті комунікативної теорії права базується на основі аналізу фундаментальних праць зарубіжних авторів: Ж. Бодрийяра, Ю. Габермаса, М. Кастельса, Н. Лумана, М. Маклюєна, М. Манфреда, А. Полякова, М. ван Хоека. Вагомими у царині дослідження правової культури та правової комунікації є наукові здобутки В. Бурмистрова, В. Головченка, М. Козюбри,

А. Колодія, В. Копейчикова, М. Костицького, В. Котюка, В. Оксамитного, Н. Оніщенко, С. Сливки, А. Токарської та ін. Проте недостатньо дослідженими залишаються суб'єкти правової комунікації, зокрема ЗМІ.

**Метою** даної статті є дослідження поняття та функцій ЗМІ як суб'єктів правової комунікації.

**Виклад основного матеріалу.** У багатьох країнах світу активно йде формування інформаційного суспільства, де кожен міг би створювати й накопичувати інформацію та знання, мати до них вільний доступ, користуватися та обмінюватися ними, комунікувати між собою. Нині можливості для реалізації конституційних прав громадян на інформацію та свободу слова значно розширилися, водночас суттєво зросла потреба у правових знаннях. Провідна роль у забезпеченні правовою інформацією суспільства, реалізацією свободи слова та права на інформацію відіграють ЗМІ, для яких інформаційна діяльність є головним завданням і професійною діяльністю, а правова комунікація є способом поширення правових знань.

Як зазначалося раніше, правова комунікація – це сукупність процесів і суб'єктів, які забезпечують цілеспрямований обіг і поширення нормативно-правової інформації та правових знань в умовах становлення інформаційного суспільства... До суб'єктів правової комунікації відносяться: громадяни України, іноземці, об'єднання громадян, засоби масової інформації, органи державної (публічної) влади, тобто користувачі і споживачі нормативно-правової інформації і інформаційної діяльності в суспільстві [2, с. 39].

Поява засобів масової інформації зумовлена необхідністю у поширенні та передачі інформації. Як відомо, спочатку її розповсюджували глашатаї та мандрівники. Це явище не мало регулярного характеру, а було пов'язане із волею того, хто зацікавлений був донести новину. Також «попередниками» газет традиційно вважають повідомлення новин, що розповсюджувалися в Стародавньому Римі, які переписували від руки сувої і розміщалися на площах, доставлялися політикам чи просто знатним городянам.

У процесі розвитку суспільства особливе місце в системі ЗМІ набула преса у зв'язку з

фіксацією інформації на паперовій сторінці (тканині, полімерному полотні тощо) за допомогою типографської техніки. Другим за часом появи видом ЗМІ є радіомовлення, характерними рисою якого є те, що носієм інформації є звук та оперативність, оскільки повідомлення надходить майже одночасно з подією, про яку повідомляється. Телебачення увійшло в життя суспільства у 30-ті роки ХХ ст., а у подальшому воно розвивалося випереджаючими темпами, а нині займає лідерські позиції. Ще один вид ЗМІ, що виникають на зламі ХХ-ХХІ ст., - всесвітня комп'ютерна мережа (представлена в наш час Інтернетом), Інтернет ЗМІ - це електронні версії газет, так звані мережеві газети й журнали, радіо- і теле- «мовлення», сайти, сторінки, блоги окремих журналістів, які оперативно змінюють свій зміст і отримуються користувачами в режимі реального часу.

Як зазначається у «Юридичній енциклопедії», засоби масової інформації (ЗМІ) – це матеріальні та інші носії інформації, органи та організації (юридичні особи), зареєстровані у встановленому порядку, які забезпечують публічне поширення друкованої та аудіовізуальної інформації. До ЗМІ відповідно до Закону України «Про інформацію» (1992 р.) належать друковані засоби масової інформації (ст. 20) – періодичні і такі, що продовжуються, видання (преса) – газети, журнали, бюлетені, тощо, які виходять під постійною назвою з періодичністю один і більше номерів (випусків) протягом року, разові видання. Закон «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» (1992 р.) до друкованих видань, окрім періодичних і таких, що продовжуються, відносить також додатки до друкованих ЗМІ у вигляді видань газетного та журнального типу (ст. 1). Зазначені видання можуть включати до свого складу інформаційні носії інформації (платівки, дискети, магнітофонні та відеокасети тощо), розповсюдження яких не заборонено чинним законодавством України [3, с. 525].

Аудіовізуальними ЗМІ є радіомовлення, телебачення (кабельне, супутникове), кіно-, звукозапис тощо. Правові засади організації передачі на відстань звукової або зорової (аудіовізуальної) інформації за допомогою технічних за-

собів зв'язку встановлені Законами України «Про телебачення і радіомовлення» (1992 р.) та «Про Суспільне телебачення та радіомовлення» (2014 р.), іншими актами. Діяльність ЗМІ, яким надано право поширювати офіційно документовану інформацію органів державної влади та місцевого самоврядування, регулює закон «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» (1997 р.).

Відповідно абзацу 5 статті 1 Закону України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» визначено поняття терміна «журналіст» – творчий працівник, який професійно збирає, одержує, створює і займається підготовкою інформації для засобів масової інформації, виконує редакційно-посадові службові обов'язки в засобі масової інформації (у штаті або на позаштатних засадах) відповідно до професійних назв посад (роботи) журналіста, які зазначаються в державному класифікаторі професій України (v0257217-95, va257217-95, vb257217-95) [4].

Засоби масової інформації визначають зміст багатьох напрямів і видів інформаційної діяльності в суспільстві. У науковій літературі визначають мас-медіа право – право про засоби масової інформації.

Мас-медіа право – це суспільні відносини, пов'язані із засобами (технологіями) інформації, розраховані на велику кількість людей у їх комунікації, у тому числі за контентом (змістом), на великі відстані (телекомунікації). Спеціальні загальні суб'єкти мас-медіа права визначаються із спеціального статусу суб'єктів інформаційного права: інформанти – журналіст, репортер; редактор (головний редактор), редакція та інші; інформовані – читач, радіослухач, телеглядач та інші споживачі інформаційної продукції [5, с. 33].

У національному законодавстві, на жаль, немає чіткого визначення поняття засобу масової інформації, на що вказує Д.В. Проценко, український законодавець під засобом масової інформації розуміє або пресу (разові чи періодичні видання, тобто твори) та теле-

радіомовлення, або органи масової інформації, наприклад, телерадіоорганізації, або форму розповсюдження масової інформації [6, с. 84].

Аналіз основних законів, що регулюють діяльність засобів масової інформації в Україні дає підстави стверджувати, що в Україні відсутнє визначення терміна Інтернет ЗМІ, не визначений їхній правовий статус, що є суттєвою прогалиною у законодавстві, немає галузевого нормативно-правового акта, який би регулював суспільні відносини щодо їх створення і функціонування.

На думку В. Мільо, реєстрація Інтернет ЗМІ – це головна умова надання правового статусу суб'єктам та об'єктам інформаційної діяльності ЗМІ. Водночас, не реєструючи інтернет-видання як ЗМІ, його власник автоматично позбавляє своїх співробітників статусу журналіста, відповідальності за поширення інформації, а також соціального захисту [7, с. 119].

Суттєвими рисами ЗМІ як суб'єктів правової комунікації є: публічність (необмежене, неперсоніфіковане коло споживачів); наявність спеціальних технічних засобів; непряма, розділена в просторі та часі взаємодія комунікаційних партнерів; непостійний характер аудиторії; переважна односпрямованість впливу від комунікатора до реципієнта. При цьому завданням ЗМІ є передача інформації споживачам, котра відбувається різними шляхами (преса, радіо, телебачення, електронні ЗМІ). За формою власності виділяють: державні та недержавні (приватні) ЗМІ.

Для журналіста, що бере участь у правовій комунікації, важливо розуміти та усвідомлювати сутність та призначення права у суспільстві під час виконання професійних обов'язків. Як слушно зазначено А. Поляковим, будь-який юридичний закон являє собою текст. При цьому текст розкриває свій смисл, стає правовим текстом і джерелом права тільки тоді, коли є суб'єкти, котрі його інтерпретують, здатні цей смисл зрозуміти і втілити у своїй поведінці. Інакше кажучи, будь-який правовий текст існує лише як ланка, елемент системи правових комунікацій [8, с. 62].

Професія журналіста як фахівця, який формує сприйняття права, внаслідок його професій-

них дій, вимагає у самих журналістів наявності високого рівня правової свідомості та правової культури, а також моральних якостей і системи моральних цінностей.

Правова культура журналістів – це сукупність правових знань, правових цінностей, правових навичок, що є відображенням правової освіти (як процесу) та правової освіченості (як результату) і необхідною складовою сумлінного виконання професійних обов'язків. Структура правової культури журналіста: права освіченість (інформованість), знання змісту правових норм; повага до права та діяльність, що відповідає нормам права [9, с. 13].

Показником правової культури представників мас-медіа є їх права активність. Форми прояву правової активності журналістів різноманітні: сумлінна службова діяльність, участь в обговоренні законопроектів, проведення журналістських розслідувань, видання юридичної літератури, періодичних юридичних видань, здійснення правової освіти суспільства через засоби масової інформації та ін. Правова активність може бути як епізодичною (проведення журналістського розслідування), так і постійною (випуск періодичних видань, радіо та телепередач правового характеру).

Журналіст для підготовки правової інформації з метою її поширення повинен дотримуватись принципів інформаційних відносин, які визначені у Законі України «Про інформацію»: гарантованість права на інформацію, відкритість, доступність інформації, свобода обміну інформацією, достовірність і повнота інформації, свобода вираження поглядів і переконань, правомірність одержання, використання, поширення, зберігання та захисту інформації, захищеність особи від втручання в її особисте та сімейне життя [10].

Засоби масової інформації є суб'єктами поширення та донесення суспільству правової інформації, лише інформації, а й інтерпретації, аналізу та оцінки як законодавства, так і правових відносин, явищ, подій і конфліктів. Правовий обіг інформації охоплює найважливішу частину всього обігу інформації, це відносини з організації та передачі якої врегульовані правовими нормами. Правова комунікація сформова-

на як засіб трансляції нормативної інформації, яка програмує правові відносини та праворозуміння у суспільстві, сприяє удосконаленню взаємозв'язків між усіма елементами правової системи, правотлумачної, правотворчої та правозастосовчої діяльності у державі через ЗМІ.

Насамперед варто з'ясувати поняття і види функцій ЗМІ як суб'єктів правової комунікації. Поняття «функція» (від лат. *functio* – вчинення, виконання, діяльність) означає обов'язок, коло діяльності, призначення, роботу, місію, явище, яке залежить від іншого явища, є формою його виявлення і перетворюється відповідно до його змін. Отже, функції засобів масової інформації як суб'єктів правової комунікації – це основні напрями впливу ЗМІ на правове життя суспільства з метою передачі і поширення правової інформації під час виконання професійних повноважень.

Цікавою є думка О. Каплій, яка визначає наступні функції ЗМІ, які вони реалізують з метою формування правової культури громадян: гарантування, формування громадської думки, інформаційну, просвітницьку, інтегративну, аксіологічну (оцінну), правової соціалізації, правового виховання [11, с. 470].

У процесі правової комунікації ЗМІ як її суб'єктам притаманні такі функції: правоосвітня, яка має інформаційний характер, забезпечує надання правових знань громадянам); ціннісно-нормативна, що забезпечує формування системи правових цінностей і правового світогляду; правоорієнтаційна, яка дає змогу допомогти правильно орієнтуватись у нормативно-правовому просторі й діяти згідно з законодавством; комунікативна, яка покликана забезпечити правову комунікацію з іншими суб'єктами під час виконання професійних обов'язків; попереджувальна, що забезпечує запобігання вчиненню правопорушень; правосоціалізаційна, яка забезпечує процес включення особи в систему правовідносин суспільства на основі засвоєння всієї правової культури суспільства, заміну правомірної поведінки за примусом на правомірну поведінку за особистісними переконаннями; ідеологічно-виховна, яка сприяє вихованню поваги до права, формуванню правосвідомості та стилю правомірної поведінки громадян.

ЗМІ як суб'єкти правової комунікації повинні виступати превентивним засобом уникнення деструктивного впливу на особу. Так, у засобах масової інформації інколи активно обговорюються недосконалі законопроекти, тим самим, формується уява про низьку якість законодавчої бази і невисоку кваліфікацію законодавців; бувають випадки невдалого або неправильного використання юридичних термінів. На радіо і телебаченні має місце негативний аспект звернення до випусків новин і аналітичних передач, що полягає у вибірковості подання правової інформації: непопулярні закони, резонансні справи, журналістські розслідування на замовлення, показ художніх фільмів та кримінальної хроніки, які пропагують стандарти правової поведінки, несумісні із правовими цінностями українського суспільства.

**Висновки.** На підставі проведеного дослідження можна зазначити, що засоби масової інформації як суб'єкти правової комунікації – це матеріальні та інші носії правової інформації, органи та організації (юридичні особи), зареєстровані у встановленому порядку, які забезпечують публічне поширення правової друкованої та аудіовізуальної інформації. Основними видами ЗМІ як суб'єктів правової комунікації є: друковані (преса) – газети, журнали, бюлетені, тощо; аудіовізуальні – радіомовлення, телебачення, кіно-, звукозапис та електронні ЗМІ. У процесі правової комунікації ЗМІ, як її суб'єктам, притаманні такі функції: правоосвітня, ціннісно-нормативна, правоорієнтаційна, комунікативна, попереджувальна, правосоціалізаційна, прогностична. Необхідною умовою формування інформаційно-правового простору є належний рівень правової культури журналістів, як суб'єктів правової комунікації. У сучасних умовах відбувається актуалізація ролі ЗМІ виникає потреба в удосконаленні державної інформаційної політики щодо засобів масової інформації, що передбачає створення правових основ для забезпечення сприятливих умов розвитку та функціонування засобів масової інформації як суб'єктів правової комунікації.

### *Література*

1. Оніщенко Н. М. Розвиток національної правової системи в контексті запитів громадянського суспільства / Н. М. Оніщенко // *Journal «ScienceRise: Juridical Science»*. – 2018. – № 3(5). – С. 4–9.
2. Макеєва О. М. Поняття і сутність правової комунікації в сучасному інформаційному просторі / О. М. Макеєва // *Наукові праці Національного авіаційного університету. Серія: Юридичний вісник «Повітряне і космічне право»*. К.: НАУ, 2017. – № 3 (44). – С. 35–41.
3. Костецька Т. А. Засоби масової інформації / Т. А. Костецька // *Юридична енциклопедія* : в 6 т. / [редкол.: Ю. С. Шемшученко (голова) та ін.]. – К. : Вид-во «Українська енциклопедія» імені М. П. Бажана, 1998–2004. – Т. 2: Д–Й. – 1999. – 741 с.
4. Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів: Закон України від 23 вересня 1997 року (із змінами та доповненнями) // *Відомості Верховної Ради України*. – 1997. – № 50. – Ст. 302.
5. Цимбалюк В. С. Мас-медіа-право в інформаційному суспільстві / В. С. Цимбалюк // *Інформація і право*. – 2011. – № 1 (1). – С. 30–33.
6. Проценко Д. В. Розвиток законодавства України у сфері регулювання діяльності ЗМІ / Д. В. Проценко // *Наукові записки НаУКМА. Юридичні науки*. – 2012. – Т. 129. – С. 88–92.
7. Мільо В. Ю. Проблеми правового регулювання діяльності «нових медіа» / В. Ю. Мільо // *Інформаційна безпека людини, суспільства, держави*. – 2017. – № 1 (21). – С. 114–123.
8. Поляков А. В. Коммуникативный подход в общей теории права / А. В. Поляков // *Проблеми філософії права*. – 2006–2007. – Т. IV–V. – С. 60–67.
9. Макеєва О. М. Правова культура журналістів (теоретико-правові аспекти) : автореф. дис. на здобуття наук. ступеня канд. юрид. наук : спец. 12.00.01 «Теорія та історія держави і права; історія політичних і правових учень» / О. М. Макеєва. – К., 2015. – 20 с.
10. Про інформацію: Закон України від 02 жовтня 1992 р (із змінами та доповненнями) // *Відомості Верховної Ради України*. – 1992. – № 48. – Ст. 650.

11. Каплій О. В. Правовий вплив недержавних засобів масової інформації на формування правової культури та правомірної поведінки громадян / О.В. Каплій // Правовий вплив на неправомірну поведінку: актуальні грані: монографія / за ред. проф. О.В. Козаченка, проф. Є.Л. Стрельцова. – Миколаїв: Іліон, 2016. – 768 с.

### References

1. Onishhenko N. M. Rozvy`tok nacional`no pravovoyi sy`stemy` v konteksti zapy`tiv gromadyans`kogo suspil`stva / N. M. Onishhenko // Journal «ScienceRise: Juridical Science». – 2018. – № 3(5). – S. 4–9.

2. Makeyeva O. M. Ponyattya i sutnist` pravovoyi komunikaciyi v suchasnomu informacijnomu prostori / O. M. Makeyeva // Naukovi praci Nacional`nogo aviacijnogo universy`tetu. Seriya: Yury`dy`chny`j visny`k «Povitryane i kosmichne pravo». K: NAU, 2017. – № 3(44). – S. 35–41.

3. Kostecz`ka T. A. Zasoby` masovoyi informaciyi / T. A. Kostecz`ka // Yury`dy`chna ency`klopediya: v 6 t. / [redkol.: Yu. S. Shemshuchenko (golova) ta in.]. – K.: Vy`d-vo «Ukrayins`ka ency`klopediya» imeni M.P. Bazhana, 1998 – 2004. – T. 2: D–J. – 1999. – 741 s.

4. Zakon Ukrainy` «Pro derzhavnu pidtry`mku zasobiv masovoyi informaciyi ta social`ny`j zaxy`st zhurnalistiv» vid 23 veresnya 1997 r. (iz zminamy` ta dopovnennyamy`) // Vidomosti Verxovnoyi Rady` Ukrainy`. – 1997. – № 50. – St. 302.

5. Sy`mbalyuk V. S. Mas-media-pravo v informacijnomu suspil`stvi / V.S. Sy`mbalyuk // Informaciya i pravo. – 2011. – № 1 (1). – S. 30–33.

6. Procenko D. V. Rozvy`tok zakonodavstva Ukrainy` u sferi regulyuvannya diyal`nosti ZMI / D.V. Procenko // Naukovi zapy`sky` NaUKMA. Yury`dy`chni nauky`. - 2012. - T. 129. - S. 88-92.

7. Mil`o V. Yu. Problemy` pravovogo regulyuvannya diyal`nosti «novy`x media» / V.Yu. Mil`o // Informacijna bezpeka lyudy`ny`, suspil`stva, derzhavy`. – 2017. – № 1(21). – S. 114–123.

8. Polyakov A. V. Komun`katy`vnyj podxod v obshhej teory`y` prava / A.V. Polyakov // Problemy` filosofiyi prava. – 2006–2007. – T. IV–V. – S. 60–67.

9. Makeyeva O. M. Pravova kul`tura zhurnalistiv (teorety`ko-pravovi aspekty`): avtoref. dy`s. na zdobuttya nauk. stupenya kand. yury`d. nauk: specz. 12.00.01 «Teoriya ta istoriya derzhavy` i prava; istoriya polity`chny`x i pravovy`x uchen`» / O.M. Makeyeva. – K., 2015. – 20 s.

10. Zakon Ukrainy` «Pro informaciyu» vid 02 zhovtnya 1992 r. (iz zminamy` ta dopovnennyamy`) // Vidomosti Verxovnoyi Rady` Ukrainy`. – 1992. – № 48. – St. 650.

11. Kaplij O. B. Pravovy`j vply`v nederzhavny`x zasobiv masovoyi informaciyi na formuvannya pravovoyi kul`tury` ta pravomirnoyi povedinky` gromadyan / O.B. Kaplij // Pravovy`j vply`v na nepravomirnu povedinku: aktual`ni granі: monografiya / za red. prof. O.V. Kozachenka, prof. Ye.L. Strel`czova. – My`kolayiv: Ilion, 2016. – 768 s.

## MASS MEDIA AS A LEGAL COMMUNICATION SUBJECT

National Aviation University  
Kosmonavta Komarova Avenue, 1, 03680, Kyiv, Ukraine  
E-mail: maklena72@ukr.net

**Aim:** in the article the mass media is researched as subject of legal communication with their functions. **Methods of research:** philosophical-ideological, general scientific and special methods were used in the work. **Results:** the idea of mass media as the subject of legal communication is defined, which are material and other carriers of legal information, bodies and organizations (legal entities) registered in the established procedure, which ensure the public distribution of legal printed and audiovisual information. The functions of mass media are outlined: law-educational, value-normative, law-oriented, communicative, warning, legal-socialization, ideological-educational. **Discussion:** improvement of the national information policy concerning the mass media needed, which provides the creation of legal basis for ensuring favorable conditions for the development and functioning of mass media as subjects of legal communication.

Essential features of the media as the subject of legal communication are: publicity (unlimited, unpersonalised consumer circle); availability of special technical means; indirect, divided in space and time cooperation of communication partners; unstable nature of the audience; the overwhelming unidirectional effect from communicator to recipient. The task of the media is to convey information to consumers, which could be done in different ways (press, radio, television, electronic media). The form of ownership is distinguished by state and non-state (private) media. Legal communication is formed as a means of broadcasting normative information that establishes legal relations and legal understanding in society, contributes to improving the relationship between all elements of the legal system, law interpretation, law-making and law-enforcement activities in the state through the media. The functions of the media as the subject of legal communication are the main directions of media influence on the legal life of society in order to transfer and disseminate legal information while executing professional powers.

**Keywords:** legal communication, subjects, mass media, functions, legal culture, legal consciousness.