

Соціально-комунікативні засади конституювання правового регулювання діяльності мас-медіа

Л. І. Данча

Paper received 29.03.17; Accepted for publication 10.04.17.

Міжнародний економіко-гуманітарний університет імені академіка Степана Дем'янчука

Анотація. Проаналізовано соціально-комунікативні передумови конституювання медіа права. Доведено необхідність медіа правових форм регуляції у системі соціальних комунікацій та соціального медіа-регулювання, зумовлену структурно-функціональними характеристиками соціально-комунікативного простору, формалізованістю та імперативністю санкцій правових норм, яких позбавлені інші форми соціальної регуляції діяльності ЗМІ.

Ключові слова: соціальна комунікація, соціальне регулювання діяльності мас-медіа, медіа право, правові норми, комунікативні функції права.

Вступ. Невід'ємним складником громадянського суспільства та правової держави є вільні, підпорядковані морально-етичним і правовим нормам інформаційні відносини, суб'єктом котрих постають мас-медіа, ЗМІ, ЗМК. Зорієнтовані на забезпечення інформаційно-комунікативних потреб суспільства, держави, людини й координування інтересів різних соціальних груп, останні потребують дієвих механізмів соціального регулювання, зокрема правових. Закорінені у системі права, медіа правові важелі впливу на діяльність ЗМІ детермінуються, водночас, структурно-функціональними характеристиками соціально-комунікативного простору й комплексу соціально-регулятивних форм.

Короткий огляд публікацій по темі. Багатоаспектність медіа правової проблематики зумовила її вивчення у правознавстві (О.А. Вознесенська, 2012 [5], Т.В. Збирак, 2014 [10], О.В. Каплій, 2014, 2016 [13; 14], З.О. Кукіна, 2011 [18], Н.В. Кушакова, 2003 [19], О.О. Лисенко, 2011 [20], В.С. Цимбалюк, 2010, 2011 [39; 40]), теорії державного управління (О.Є. Бухтатий, 2009 [3]) та журналістикознавстві (П.С. Вербицький [4], К.А. Дубняк, 2016 [9], В.Ф. Іванов, 2001 [12], О.Д. Кузнєцова, 1997 [17], Т.О. Приступенко, 2000, 2011 [30; 31]), у теоретичному вимірі й з опертям на медійну практику, однак послідовне обґрунтування *необхідності* правового регулювання діяльності ЗМІ з огляду на *структурно-функціональні особливості* соціально-комунікативного простору й системи соціального регулювання мас-медіа досі відсутнє.

Мета. Отже, метою публікації є дослідження соціально-комунікативних передумов конституювання медіа права у системі механізмів регулювання діяльності ЗМІ.

Матеріали і методи. У подальшому розгляді питання опираємося на положення *системного підходу*, зокрема тезу, що конституювання елементів складноорганізованої саморегульованої системи зумовлено їх *необхідністю* у системній цілісності, а їх функції визначаються іманентною останній орієнтованістю на самозбереження та поступальний розвиток.

Результати та їх обговорення. З метою соціально-комунікативного аналізу правового регулювання діяльності ЗМІ зосередимося на уточненні понять, передусім, *соціальних комунікацій*, які щодо ширшого явища *соціальної взаємодії* є її смисловим аспектом, пов'язаним з обміном суспільно значущою інформацією й досягненням соціальної єдності при тотожності системних складників (С.Ю. Лисова [21, с. 223]).

Так, на думку В.Ф. Іванова, масова комунікація може бути визначена як «процес поширення *соціальної інформації* <...> за допомогою *технічних засобів* (преса, радіо, телебачення, відео, кіно тощо) на велику і розташовану в різних місцях аудиторію» (курсив – Л.Д.) [11, с. 85].

За переконанням В.В. Різуна, під масовою комунікацією як «формою соціальної взаємодії у вигляді соціального регулювання» слід розуміти «організоване спілкування, що є видом суспільно-культурної діяльності, яка відбувається у вигляді взаємопов'язаних інтелектуально-мислительних та емоційно-вольових дій, спрямованих на духовне, професійне чи інше *єднання* маси людей» [34, с. 60]; «різні види інформаційної взаємодії в суспільстві за допомогою визначених каналів, *способів та засобів* зв'язку між *соціальними інститутами й споживачами соціальної інформації* в умовах високо-технологічного інформаційного виробництва, які залежно від мети, завдань і характеру взаємодії створюють різні види комунікації» [33, с. 10].

За визначенням Д.В. Ольшанського, масова комунікація – це особливе середовище формування, поширення і функціонування *соціально значущої інформації*, метою котрої є вплив на соціальні групи та окремих індивідуумів [27, с. 292]. За твердженням В.П. Козирькова, «масові комунікації – процес взаємодії великих соціальних груп людей (масових аудиторій) для обміну цінностями культури, у тому числі *соціально вагомою інформацією*, за допомогою традиційних і спеціальних засобів (мас-медіа) масової інформації» [15, с. 6], «*способ відтворення соціальних взаємозв'язків*», «формування і відтворення усіх інших соціальних інститутів», «пробудження активності суб'єктів взаємодії», їх соціалізації, зміни [15, с. 14–15]. Згідно дефініції А.В. Соколова, соціальна комунікація є опосередкованим і доцільним «*рухом смислів у соціальному часі та просторі* <...> між суб'єктами, так чи інакше залученими до соціальної сфери» [36, с. 15], «обміном соціальною інформацією» [36, с. 162]. На думку Л.В. Петрова, «масова комунікація – це створення єдиного соціального поля на основі процесу, що включає, з одного боку, отримання, переробку й передачу <...> соціально-вагомої інформації, здійснюваних спеціалізованими інститутами; з іншого, сприйняття і засвоєння цієї інформації великими, соціально різнорідними, розосередженими аудиторіями» [28, с. 26]. За оцінкою А.Ф. Невоструєвої, соціальна комунікація є особливою *структурною одиницею* загальної комунікації, що відображає «взаємозв'язок і взаємодію *організованих в*

структуру базових соціальних інститутів і соціальних практик суспільства» [25, с. 334].

Отже, маємо підстави стверджувати, що у введених до наукового обігу визначеннях соціальної комунікації відображено її *генетичні, структурно-функціональні, змістові та цільові* аспекти: закоріненість у «суспільних інтересах, потребах, завданнях» (В.В. Різун [34, с. 21]), приналежність до «соціальних структур та інститутів, до життя суспільства» (Г.Г. Почепцов) [29, с. 16]; її *інформаційну* природу (В.П. Козирьков, Д.В. Ольшанський, А.В. Чепкасов); *інституціоналізованість*, структурність (М.М. Назаров [24, с. 9], А.Ф. Невоструєва, Л.В. Петров, В.В. Різун [34, с. 10], Ю.Е. Фінклер); зв'язок з нормативним соціальним регулюванням; сприяння соціалізації, утвердженню установок та цінностей (В.В. Різун [34, с. 57]), забезпеченню соціальної інтеграції, суспільного порядку, соціального та економічного розвитку, підвищенню структурно-функціональної організації суспільства (П. Абассі, В.П. Козирьков, С.Ю. Лисова [21, с. 223], В.В. Різун [33, с. 21, 25], А.В. Соколов, А.В. Чепкасов).

Опираючись на наведені визначення, розглянемо *мас-медійну комунікацію* як вид соціальних комунікацій, виокремлений за критерієм використання своєрідної форми масового спілкування – *засобів масової інформації, мас-медіа, ЗМК*. Закономірно, що у видовій якості мас-медійна комунікація володіє родовими ознаками соціальної, однак наділена низкою *специфічних рис*, визначених організованим, інституціоналізованим, професіоналізованим розповсюдженням суспільно значущої інформації, «загальнодоступних (публічних) повідомлень <...> у великому масштабі» [33, с. 132–133], тотальністю охоплення та впливу [38, с. 6].

За визначенням В.В. Різун, професійна масова комунікація (до котрої належить мас-медійна) – це «майстерно організоване спілкування у вигляді суспільно-культурної діяльності, учасниками якого є, з одного боку, професійні мовці (професійні комуніканти), що чинять згідно з *суспільно-етичними нормами, законами держави*, <...>, з іншого боку, маса людей (маси, комунікат), на яку здійснюють вплив професійні мовці через *засоби масової комунікації*, зокрема *засоби масової інформації*, за допомогою *масової інформації*, що є продуктом *професійної масової інформаційної діяльності* у сфері інформаційної індустрії як «інституціоналізованої форми виробництва і розповсюдження загальнодоступних (публічних) повідомлень, які поширюються у великому масштабі, включаючи значний розподіл праці в їхньому виробництві й функціонуванні через складне посередництво друку, фільму, фотографії та звукозапису» (J. Watson, A. Hill)» [34, с. 61].

Щодо мас-медійної комунікації *мас-медіа* є професійним інституціоналізованим комунікантом, каналами і засобами обігу суспільно значущої інформації, елементом складноорганізованої комунікаційної цілісності, функціонування якої, у відповідності до принципів системного підходу, підпорядковується *цілям висхідних систем*. Згідно перфекціоністської моделі мас-медіа, такими (на макрорівні) постають соціальна інтеграція, культурно-національна ідентифікація, забезпечення цілісності [1, с. 494] і консолідація суспільства [41, с. 3]. Специфічною функцією мас-медіа є забезпечення суспільства інформацією про внутрішнє і зовнішнє

середовище, підтримання інформаційного обігу між учасниками соціальної взаємодії.

Структура середовища функціонування ЗМІ зумовлює зв'язок їх діяльності з державою, громадянським суспільством, окремими соціальними групами у якості *універсального комунікатора*, що виконує «об'єднувальну та координаційну ролі» [23, с. 3], створює інформаційне поле, «в якому громадяни і політики здатні приймати зважені рішення» [34, с. 104–105], узгоджує державні, суспільні, приватні інтереси, сприяє консенсусу у розбудові громадянського суспільства [21, с. 223].

Відповідно, *зовнішня регуляція* ЗМІ спрямовується на реалізацію визначеної «запитом» метасистеми їх перфекціоністської моделі, забезпечення узгодженого із соціальними нормами, ефективного виконання функцій (інформування, суспільної критики тощо [31]), потреба у котрих зумовила конституювання мас-медіа як елемента соціально-комунікативної цілісності. Диференційоване на етичне, правове, економічне [7, с. 54], зовнішнє регулювання доповнює *внутрішнє*, – уможливлене системністю мас-медійних комунікацій, морально-етичне *саморегулювання* ЗМІ.

Отже, *правовий вплив* є складником *соціальної регуляції* діяльності мас-медіа й як її вид наділений низкою загальних та специфічних ознак. Проаналізуємо його *необхідність* й потребу у ньому ЗМІ.

Зважаючи, що конституювання підсистем складноорганізованої системи зумовлюється їх істотністю у її функціонуванні, припускаємо, що *необхідність правового чинника* у регулюванні діяльності ЗМІ визначено «недостатністю» інших регуляторних форм: неформалізованістю, неімперативністю або ж обмеженістю впливу їх приписів; браком їх дієвості в узгодженні суперечливих, іноді деліктних відносно вимог моралі, очікувань щодо мас-медіа з боку влади, громадських і політичних об'єднань, лобістських угруповань, служб *public relations*, власників, рекламодавців, аудиторії ЗМІ.

Особливою актуальністю ефективного регулювання діяльності мас-медіа набуває у демократичних суспільствах, на відміну від соціокультурних систем «жорсткоорганізованого типу» (Р. Мертон), позначених різноманітністю інформаційного обігу, плюральністю поглядів, позицій, думок, незалежністю та відносною автономністю ЗМІ, що «мають доступ до достатньої кількості різноманітних джерел інформації, засобів виробництва та розповсюдження продукції» [31, с. 56]. Ще гострішою проблема є у країнах, які щойно стали на шлях демократії, – з неусталеними аксіоконтекстами, відсутністю традицій паритетних взаємин влади та ЗМІ, фінансовою залежністю медієв від бізнес-еліти та політичних структур. Актуалізацію соціонормативного регулювання мас-медіа спонукають соціально-політичні кризи та інформаційна експансія ворожих національній державності сил.

Розглянемо особливості та переваги медіа права у порівнянні з іншими механізмами медіа-регулювання за походженням, способами встановлення та забезпечення, мірою формалізованості та дієвості санкцій відповідних соціальних норм.

Як відзначалося у журналістикознавчих дослідженнях (В.М. Гвоздева [6], С.В. Криворучко [16], О.Д. Кузнецової, Т.О. Приступенко [31], Я.І. Ширченко

[41]), чимала роль у функціонуванні мас-медіа належить *саморегулюванню* на засадах професійної етики, конкретизованих щодо роботи журналіста моральних цінностей, приписів, норм. Сформовані на основі уявлень про добро, чесність, справедливість, забезпечувані через «внутрішнє переконання та засоби громадського впливу» [37, с. 148], закріплені у міжнародних та вітчизняних деклараціях, хартіях, кодексах, канолах, редакційних статутах, настановах, стандартах, етичні приписи інкорпуються до професійної культури, сприяють утвердженню перфекціоністської моделі мас-медіа, однак не мають імперативної сили, у практичній реалізації пов'язані із численними колізіями (між метою і вибором засобів її досягнення, свободою слова та свободою особистості [16, с. 7, 12]) і потребують синергії з правовими нормами.

Не випадково, значна їх частина відображена у нормативно-правових документах, порушення положень яких призводить до адміністративної, цивільної чи кримінальної відповідальності. Так, репрезентовані у міжнародній Декларації принципів поведінки журналістів (1954) та Етичному кодексі українського журналіста (2004) вимоги свободи слова та висловлювань, поваги до права громадськості на повну та об'єктивну інформацію, утримання від незаконних методів здобуття інформації й втручання у приватне життя людини, збалансованої репрезентації точок зору опонентів, незалежності діяльності журналіста тощо, закріплені у Конституції України, Цивільному кодексі України, Кримінальному кодексі України, законах України «Про інформацію», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення та радіомовлення», «Про інформаційні агентства», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів» тощо.

Не менш вагомим, аніж морально-етична саморегуляція, однак не формалізованим, варіативним й позбавленим механізмів владного примусу, є вплив на мас-медіа громадської думки.

Спільними ознаками морально-етичної саморегуляції, громадської регуляції та правового регулювання діяльності мас-медіа є приналежність системі *соціального регулювання*, установленість певною «соціальною владою» (державною, громадською, моральною) як певним «нормативним порядком організації сили» та застосування санкцій для управління суспільними стосунками [26, с. 85]; зв'язок із прийнятими у суспільстві цінностями; орієнтованість на утвердження моделі вільних і відповідальних ЗМІ.

Водночас, на відміну від норм громадського впливу та норм морального саморегулювання, які формуються еволюційно, артикулюються та утверджуються громадськими об'єднаннями, не є інституціоналізованими та жорстко формалізованими [22, с. 63], підкріплюються громадським осудом чи дисциплінарною відповідальністю, право постає внутрішньо узгодженою системою встановлених чи санкціонованих *державою*, відображених у *нормативно-правових актах*, формально визначених, інституціональних, забезпечених *державним примусом загальнообов'язкових для виконання норм* [37, с. 147]. Не випадково, у суспільствах, які нещодавно стали на шлях демократії чи перебувають у кризовому стані, першочергового значення набуває регулювання інформаційно-комунікативних відносин у

межах правових форм.

Підсумовуючи зауважимо, що із громадським регулюванням та морально-етичним саморегулюванням мас-медіа право пов'язане двостороннім зв'язком. З одного боку, воно відображає морально-етичні цінності суспільства [35, с. 16] й саме є соціальною цінністю; за посередництвом державного примусу у подоланні комунікативних деліктів сприяє утвердженню відповідної суспільним очікуванням й професійним етико-моральних принципам перфекціоністської моделі ЗМІ. З іншого – професійні етичні кодекси та громадські вимоги розвивають, конкретизують і доповнюють положення нормативно-правових актів, сприяють їх корпоративному та індивідуальному ціннісному осмисленню та прийняттю. Назагал, як вид соціального регулювання, право забезпечує системну цілісність «усіх видів соціальних норм у їх сукупності», синтез «їх своєрідності, їх особливих властивостей і можливостей» [26, с. 82], «ставить завдання знаходження оптимальних варіантів сполучення правових форм впливу з регулятивними можливостями інших соціальних норм» [7, с. 56].

З огляду на специфіку аналізу проблеми у площині прикладних соціально-комунікативних технологій, з'ясуємо *соціально-комунікативний потенціал правового регулювання діяльності ЗМІ*. Опираючись на соціально-комунікативні методології, у подальшому притримуємося тези, що соціально-комунікативне значення медіа права визначено сутністю, принципами, метою та функціями права, котрі мають комунікативний зміст. Зокрема комунікативно вагомим видається «загально-соціальне» [8, с. 105] розуміння *сутності* права як загально визнаного *компромісу* «між різними класами, групами та соціальними станами для забезпечення потреб та інтересів як громадянського суспільства в цілому, так і окремих його суб'єктів» [8, с. 105], котрий уможливує формулювання загально визнаних завдань ЗМІ.

Комунікативний сенс мають й *функції* права – основні *напрями* його впливу «на суспільні відносини, які виражають його сутність і соціальне призначення» [8, с. 106]. Так, реалізація загальносоціальних (гуманістичної, організаційно-управлінської, інформаційної, оцінково-орієнтаційної, ідеологічно-виховної) та спеціально-юридичних (регулятивної, охоронної) функцій права, закріплюючи права і обов'язки учасників соціальної комунікації як вільних, незалежних, автономних суб'єктів, утверджуючи правомірні моделі поведінки; підтримуючи та охороняючи суспільний порядок, забезпечуючи функціонування та динамічний розвиток суспільних відносин, формує упорядкований, ціннісно маркований контекст обігу інформації й сприяє досягненню перфекціоністських цілей ЗМІ.

У низці філософсько-правових праць право осмислено як форму спілкування між соціальними суб'єктами й виокремлено його *комунікативну функцію*, диференційовану на *координацію* і *трансляцію* [2, с. 148]. Завдяки першій забезпечується соціальний порядок, субординація елементів і структурних підрозділів, що входять до суспільної системи; узгодження, координація й підпорядкування комунікаційних міжсуб'єктних взаємодій правовим нормам, встановлення правових відносин, які передбачають, що «сторони готові використовувати імперативно-регулятивний і

примусовий потенціал правових вимог для вирішення взаємоважливих практичних завдань» [2, с. 148–149]. Завдяки другій – збереження та трансмісія соціально-нормативної інформації [2, с. 150].

Комунікативно важливою є *адаптивна* функція права, спрямована на урівноваження «владних функцій держави та лібертарних інтенцій особистості», приведення у функціональну відповідність протилежних силових векторів усередині цивілізаційної системи, забезпечення пошуку «взаємоприйнятних рішень, які оберігають стан динамічної рівноваги і дозволяють системі виступати як єдине коопероване ціле, що вирішує загальні соціальні завдання» [2, с. 143].

Першочергового значення у соціальній, зокрема мас-медійній комунікації, набуває *егалітарна* функція права, що «означає його здатність наділяти всіх громадян рівною мірою свободи і прав у їхньому соціальному житті і діяльності» й дозволяє «кожному правоздатному громадянину усвідомлювати власну соціальну повноцінність перед державою та законом» [2, с. 153]; сприяє формуванню поваги до прав представників мас-медіа з боку владних структур, урахуванню інтересів держави, суспільства і громадян у діяльності ЗМІ.

Комунікативно істотною є *кратична* функція права, що завдяки підтриманню соціального порядку та урегулюванню протиріч між учасниками соціальної комунікації стабілізує канали обігу соціально значущої інформації, мінімізує комунікаційні ризики та упереджує комунікаційні делікти, забезпечує спільність легітимних комунікативних кодів та поведінкових стратегій, збалансовує інтереси учасників інформаційних відносин.

Комунікативного сенсу набуває здатність права реалізовувати вимоги інших, передусім, моральних соціальних норм.

Важливим позитивним наслідком дотримання правових вимог є якнайповніша реалізація функцій мас-медіа, їх забезпечення від судових позовів, налагодження контактів журналістів з аудиторією і в колективі, зростання суспільного авторитету й комунікативного потенціалу ЗМІ.

Висновки. Отже, дослідження функціонального статусу медіа-права у системі соціально-інформаційних комунікацій підтверджує комунікативну та соціально-регулятивну детермінованість необхідності правового регулювання діяльності ЗМІ. З боку структурно-функціональних характеристик соціально-комунікативного простору передумовами конститування правового механізму регулювання діяльності мас-медіа постають гетерогенність інтересів учасників інформаційного обміну, що підвищує комунікаційні ризики, та необхідність налагодження ефективної взаємодії між ними, зорієнтованої на підтримання цілісності та поступальний розвиток суспільства. З боку системи соціального регулювання діяльності ЗМІ необхідність правового впливу зумовлена формалізованістю та імперативністю санкцій правових норм, яких позбавлені інші форми регуляції, й необхідністю підкріплення етичних медіа-принципів законодавчими приписами. Соціально-комунікативне значення правового регулювання діяльності ЗМІ підтверджують комунікативні потенції права, зокрема здатність координації прав та обов'язків суб'єктів соціальної взаємодії та консолідації соціально-комунікативного простору.

ЛІТЕРАТУРА

- Аббаси П. Место и роль СМИ в системе социальных коммуникаций современного общества / П. Аббаси // Социологический альманах. – 2013. – № 4. – С. 487–495.
- Бачинін В.А., Журавський В.С., Панов М.І. Філософія права: підручник / В.А. Бачинін, В.С. Журавський, М.І. Панов. – К.: Видавничий Дім «Ін Юре», 2003. – 472 с.
- Бухтатий О.Є. Конституційно-правові засади державного управління в інформаційній сфері: цілі, завдання, функції та існуючі протиріччя / О.Є. Бухтатий // Актуальні проблеми державного управління: зб. наук. пр. – Харків: Вид-во ХарPI НАДУ «Магістр», 2009. – № 2 (36). – С. 394–403.
- Вербицький П.С. Нормативно-правове забезпечення взаємодії журналістів із представниками влади в Україні / П.С. Вербицький // Голова ред. ради доктор юрид. наук О.А. Монаєнко; гол. ред. доктор наук з соц. комунікацій О.В. Богуславський]. – Сер. «Соціальні комунікації». – 2016. – № 4 (28). – Запоріжжя: Класичний приватний університет, 2016. – С. 101–105.
- Вознесенська О.А. Правові засади державного регулювання в галузі аудіовізуальних засобів масової інформації: дис. ... канд. юрид. наук.: 12.00.07 – адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право / О.А. Вознесенська. – К.: НАПН укр. НДІ інформатики і права, 2012. – 215 с.
- Гвоздев В. Необходимость и значения дотримання етичних принципів у діяльності ЗМІ для розбудови громадянського суспільства / В.М. Гвоздев // Матеріали міжнар. конф. «Етичні засади діяльності організацій громадянського суспільства в Україні», 29–30 вересня 2003 року, Київ. – К., 2003. – С. 62–63.
- Гольцова О.Є. Соціальне регулювання та правове регулювання – співвідношення понять / О.Є. Гольцова // Часопис Київського університету права. – 2013/2. – С. 53–57.
- Гусарев С.Д., Олійник А.Ю., Слюсаренко О.Л. Теорія держави і права: навч. посіб. / С.Д. Гусарев, А.Ю. Олійник, О.Л. Слюсаренко. – К.: Всеукр. Асоціація видавців «Правова єдність», 2008. – 270 с.
- Дубняк К.А. Соціокомунікативний вимір інформаційної безпеки держави: автореф. дис. ... канд. наук з соц. комунікацій: 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій / К.А. Дубняк. – К.: Інститут журналістики КНУ ім. Т. Шевченка, 2016. – 16 с.
- Збирак Т.В. Адміністративно-правове забезпечення права на свободу слова в Україні та досвід Європейського Союзу: дис. ... канд. юрид. наук.: 12.00.07 – адміністративне право і процес; фінансове право; інформаційне право / Т.В. Збирак. – К., 2014. – 212 с.
- Іванов В. Деякі моменти когнітивно-регулятивного підходу до масової комунікації // Наукові записки Інституту журналістики / КНУ ім. Т.Шевченка. – К., 2001. – Том 4. – С. 32–44.
- Іванов В.Ф. Правові засади діяльності українських мас-медіа / В.Ф. Іванов // Вісник Львівського університету. – Серія: «Журналістика». – Львів, 2001. – Вип. 21. – С. 58–65.
- Каплій О.В. Конституційно-правові засади організації та діяльності засобів масової інформації в Україні: автореф. дис. ... канд. юрид. наук.: 12.00.02 – конституційне право, муніципальне право / О.В. Каплій. – Одеса, 2014. – 23 с.
- 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. О.В. Козаченка, Є.Л. Стрельцова; МОН України, НУ «ЮА», каф.крим. права та ін. крим.-прав. дисциплін; Миколаїв. ін-т. права, ПРЦ НАПрНУ, ГО «Всеукр. асоціація крим. права». – Миколаїв: Іліон, 2016. – С. 450–476.
- Козырьков В.П. Социокультурный подход к исследованию системы массовых коммуникаций / В.П. Козырьков // Вест-

- ник НГТУ ім. Р.Е. Алексеева. «Управление в социальных системах. Коммуникативные технологии». – С. 6–17.
16. Криворучко С.В. Професійна етика журналіста на сучасному етапі розвитку демократії в Україні: автореф. дис... канд. філол. наук: 10.01.08 / С.В. Криворучко; Київ. нац. ун-т ім. Т.Шевченка. – К., 2003. – 20 с.
 17. Кузнецова О.Д. Правові гарантії незалежності преси / О.Д. Кузнецова // Українська періодика: історія і сучасність: IV Всеукр. наук.-теорет. конф., 19–20 груд. 1997 р. – Львів, 1997. – С. 142–145.
 18. Кукіна З.О. Міжнародно-правові джерела медіа-права / З.О. Кукіна // Часопис Київського університету права. – 2011/3. – С. 296–300.
 19. Кушакова Н.В. Конституційне право на інформацію в Україні (порівняльний аналіз): дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.02 / Н.В. Кушакова. – К., 2003. – 243 с.
 20. Лисенко О.О. Правовий захист суспільства від шкідливої інформації: автореф. дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.07 / О.О. Лисенко. – Харків, 2011. – 20 с.
 21. Лисова С.Ю. Средства массовой коммуникации в становлении гражданского общества / С.Ю. Лисова // Научные ведомости Белгородского гос. ун-та. – Серия: «История. Политология». – 2009. – № 9 (64). – Т. 11. – С. 223–233.
 22. Литвин В.С. Етичні засади діяльності журналістів у нормативно-правових актах / В.С. Литвин // Наук. записки Інституту журналістики. – К., 2008. – Т. 30. – С. 160–169.
 23. Матюшина А.В. Соціокультурна роль мас-медіа у формуванні громадянського суспільства в Україні: комунікативний дискурс: автореф. дис. ... канд. наук з соц. комунікацій: 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій / А.В. Матюшина. – К.: КНУ ім. Т. Шевченка, 2009. – 17 с.
 24. Назаров М.М. Массовая коммуникация в современном мире: методика анализа и практика исследований / М.М. Назаров. – М., 2002. – 106 с.
 25. Невоструева А.Ф. Методологические аспекты изучения социальной коммуникации / А.Ф. Невоструева // Известия Российского государственного педагогического университета им. А.И. Герцена. – 2008. – № 73-1. – С. 331–335.
 26. Нересеянц В.С. Общая теория права и государства: учебн. для юрид. вузов и фак-в / В.С. Нересеянц. – М.: Узд. группа НОРМА-ИНФРА, 1999. – 552 с.
 27. Ольшанский Д.В. Психология масс / Д.В. Ольшанский. – СПб.: Питер, 2002. – 368 с.
 28. Петров Л.В. Массовая коммуникация и культура. Введение в теорию и историю. – СПб.: СПбГАК, 1999. – 211 с.
 29. Почепцов Г. Теория коммуникации / Г. Почепцов. – 2-е изд., стер. – М.: СмарТБук, 2009. – 651 с.
 30. Приступенко Т.О. Правові засади функціонування сучасних засобів масової комунікації України: монографія / [За ред. В.В. Різуна; КНУ ім. Т. Шевченка] / Т.О. Приступенко. – К., 2000. – 156 с.
 31. Приступенко Т.О. Теорія журналістики: етичні та правові засади діяльності засобів масової інформації: навч. посіб. – К.: Знання, 2011. – 351 с.
 32. Про підсумки парламентських слухань «Суспільство, засоби масової інформації, влада: свобода слова і цензура в Україні»: Постанова Верховної Ради України від 16 січня 2003 р. №441 – VI // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – №16. – Ст. 130.
 33. Різун В. Поняття про соціальні комунікації в системі взаємозв'язків влади з громадою / В. Різун // Запровадження комунікацій у суспільстві / [За заг. ред. Н.К. Дніпроенко, В.В. Різуна]. – К.: ТОВ «Вістка», 2009. – С. 9–11.
 34. Різун В.В. Теорія масової комунікації: підручник / В.В. Різун. – К.: ВЦ «Просвіта», 2008. – 260 с.
 35. Селиванов В., Діденко Н. Правова природа регулювання суспільних відносин // Право України. – 2000. – № 10. – С. 10–20.
 36. Соколов А.В. Общая теория социальной коммуникации: учебн. пособие / А.В. Соколов. – СПб.: Изд-во В.А. Михайлова, 2002. – 461 с.
 37. Тарахонич Т.І. Право та мораль у системі соціальної регуляції / Т.І. Тарахонич // Проблеми філософії права. – 2003. – Том 1. – С. 147–149.
 38. Фінклер Ю.Е. Мас-медіа як соціальний інститут: особливості взаємин з владою: дис. ... д-ра філол. наук: 10.01.08 – журналістика / КНУ ім. Т. Шевченка. Інститут журналістики / Ю.Е. Фінклер. – К., 2004. – 441 с.
 39. Цимбалюк В.С. Інформаційне право (основи теорії і практики): монографія / В.С. Цимбалюк. – К.: Освіта України, 2010. – 388 с.
 40. Цимбалюк В.С. Мас-медіа право в інформаційному суспільстві / В.С. Цимбалюк // Інформація і право. – 2011. – №1. – С. 30–33.
 41. Ширченко Я.І. Журналістська етика: проблеми і концепції (світовий та вітчизняний досвід): автореф. дис. ... канд. наук із соц. комунікацій: 27.00.01 – теорія та історія соціальних комунікацій / Я.І. Ширченко. – К.: Київський нац. ун-т ім. Т. Шевченка, 2008. – 16 с.

REFERENCES

1. Abasi, P. Place and role of mass media in the system of social communication in the modern society / P. Abasi // Sociological almanac. – 2013. – № 4. – P. 487–495.
2. Bachynin, V. A., Zhuravskiy, V. S. and Panov, M. I. Philosophy of law : textbook / V. A. Bachynin, V. S. Zhuravskiy, M. I. Panov. – K. : Vydavnychiy Dim «In Yure», 2003. – 472 p.
3. Bukhtaty, O. Y. Constitutional and legal basis of state management in mass media sphere : aims, tasks, functions and existing opposition / O. Y. Bukhtaty // The urgent problems of state management : digest of science works. – Kharkiv : Vydavnytstvo KharRI NADU «Mahistr», 2009. – № 2 (36). – P. 394–403.
4. Verbytskyi, P. S. Normative and legal ensuring of interaction of journalists and Ukrainian authority representatives / P. S. Verbytskyi // State and regions : research-and-production journal / [The chief of editorial board is doctor of law O. A. Monaienko ; editor in chief is doctor of law O. V. Bohuslavskiy]. – Part “Social communications”. – 2016. – № 4 (28). – Zaporizhzhia : Klyasychnyi pryvatnyi universytet, 2016. – P. 101–105.
5. Voznesenska, O. A. Legal basis of state management in the sphere of audiovisual mass media : PhD diss. (legal sci.) : 12.00.07 – administrative law and process ; financial law, information law / O. A. Voznesenska. – K. : NAPN ukr. NDI informatyky i prava, 2012. – 215 p.
6. Hvozdiev, V. M. Necessity and meaning of observance the ethical principles in mass media activity for civil society building up / V. M. Hvozdiev // Materials of international conference “Ethical principles in activity of civil society organizations in Ukraine”, September 29–30, 2003, Kyiv. – K., 2003. – P. 62–63.
7. Holtsova, O. Y. Social regulation and legal regulation – correlation of concepts / O. Y. Holtsova // Periodical of Kyiv university of law. – 2013/2. – P. 53–57.
8. Husariev, S. D., Oliinyk, A. Y. and Sliusarenko, O. L. Theory of state and law: tutorial / S. D. Husariev, A. Y. Oliinyk, O. L. Sliusarenko. – K. : Vseukr. Asotsiatsiia vydavtsiv «Pravova yednist», 2008. – 270 p.
9. Dubniak, K. A. Social and communicative dimension of state information safety : Abstract of the PhD diss. (social commun. sci.) : 27.00.01 – theory and history of social communication / K. A. Dubniak. – K. : Instytut zhurnalistyky KNU im. T. Shevchenka, 2016. – 16 p.
10. Zbyrak, T. V. Administrative and legal ensuring of right to freedom of speech in Ukraine and experience of European Union : PhD diss. (legal sci.) : 12.00.07 – administrative law and process ; financial law, information law / T. V. Zbyrak. – K., 2014. – 212 p.
11. Ivanov, V. Some moments of cognitive and regulating approach to mass media / V. Ivanov // Scientific notes of Institute of journalism / T. Shevchenko NU of Kyiv. – K., 2001. – Vol. 4. – P. 32–44.
12. Ivanov, V. F. Legal basis of Ukrainian mass media activity / V.

- F. Ivanov // Bulletin of Lviv university. – Part “Journalism”. – Lviv, 2001. – Issue 21. – P. 58–65.
13. Kaplii, O. V. Constitutional and legal basis of mass media organization and activity in Ukraine: Abstract of the PhD diss. (legal sci.): 12.00.02 – constitutional law, municipal law / O. V. Kaplii. – Odesa, 2014. – 23 p.
 14. Kaplii, O. V. Legal influence of non-governmental mass media on formation of legal culture and legitimate citizens' behavior / O. V. Kaplii // Legal influence on illegitimate behavior: actual sides: monograph / Editors O. V. Kozachenko, Y. L. Streltsova; MES of Ukraine, NU “OAOFL”, department of criminal law and institute of criminal and law subjects; Mykolaiv institute of law, The Ministry of Education and Science of Ukraine, the National University “Odessa Academy of Law”, “All-Ukrainian association of criminal law”. – Mykolaiv: Ilion, 2016. – P. 450–476.
 15. Kozyrkov, V. P. Sociocultural approach to research of mass media system / V. P. Kozyrkov // Bulletin of NNSTU n. a. R. E. Alekseev. “Management in social systems. Communicative technologies”. – P. 6–17.
 16. Krivoruchko, S. V. Professional journalistic ethics on the present stage of democracy development in Ukraine: Abstract of the PhD diss. (phil. sci.): 10.01.08 / S. V. Krivoruchko; T. Shevchenko national university of Kyiv. – K., 2003. – 20 p.
 17. Kuznetsova, O. D. Legal guarantees of press independence / O. D. Kuznetsova // Ukrainian periodicals: history and the present time: IV All-Ukrainian scientific and theoretical conference, December 19–20, 1997. – Lviv, 1997. – P. 142–145.
 18. Kukina, Z. O. International and legal sources of media law / Z. O. Kukina // Kyiv university of law periodical. – 2011/3. – P. 296–300.
 19. Kushakova, N. V. Constitutional right on information in Ukraine (comparative analysis) PhD diss. (legal sci.): 12.00.02 / N. V. Kushakova. – K.: 2003. – 243 p.
 20. Lysenko, O. O. Legal defense of society from harmful information: Abstract of the PhD diss. (legal sci.): 12.00.07 / O. O. Lysenko. – Kharkiv, 2011. – 20 p.
 21. Lisova, S. Y. Mass media in civil society formation / S. Y. Lisova // Scientific bulletin of Belgorod national university. – Part “History. Politology.” 2009. – № 9 (64). – Vol. 11. – P. 223–233.
 22. Lytvyn, V. Y. Ethical basis of journalists' activity in normative and legal statements / V. Y. Lytvyn // Scientific notes of Institute of journalism. – K., 2008. – Vol. 30. – P. 160–169.
 23. Matiushyna, A. V. Sociocultural role of mass-media in Ukrainian democratic society development: communicational discourse: Abstract of the PhD diss. (soc. commun. sci.): 27.00.01 – theory and history of social communications / A. V. Matiushyna. – K.: T. Shevchenko national university of Kyiv, 2009. – 17 p.
 24. Nazarov, M. M. Mass communication in modern world: analysis methodology and research practice / M. M. Nazarov. – M., 2002. – 106 p.
 25. Nevostueva, A. F. Methodological aspects of social communication studying / A. F. Nevostueva // Bulletin of Russian national pedagogical university n. a. A. I. Herzen. – 2008. – № 73-1. – P. 331–335.
 26. Nersesiants, V. S. General theory of law and state: textbook for law colleges and faculties / V. S. Nersesiants. – M.: Izd. gruppa NORMA-INFRA, 1999. – 552 p.
 27. Olshanskii, D. V. Psychology of the masses / D. V. Olshanskii. – SPb: Piter, 2002. – 368 p.
 28. Petrov, L. V. Mass communication and culture. Introduction to theory and history / L. V. Petrov. – SPb.: SPbGAK, 1999. – 211 p.
 29. Pocheptsov, G. Theory of communication / G. Pocheptsov. – 2nd edition. – M.: SmartBuk, 2009. – 651 p.
 30. Prystupenko, T. O. Legal basis of modern mass media functioning in Ukraine: monograph / [Editors: V. V. Rizun; T. Shevchenko national university of Kyiv] / T. O. Prystupenko. – K., 2000. – 156 p.
 31. Prystupenko, T. O. Theory of journalism: ethical and legal basis of mass media activity: textbook / T. O. Prystupenko. – K.: Znannia, 2011. – 351 p.
 32. About the sum of parliament hearing: “Society, mass media, authority: freedom of speech and censorship in Ukraine”: regulation of Verkhovna Rada of Ukraine of 16 January 2003 № 441 – VI // Record of Verkhovna Rada of Ukraine. – 2003. – № 16. – Paragraph 130.
 33. Rizun, V. Social communications concept in the system of authority and society interconnection / V. Rizun // Communication in society introducing / [Editors: N. K. Dniprenko, V. V. Rizun]. – K.: LLC “Vistka”, 2009. – P. 9–11.
 34. Rizun, V. V. Theory of mass communication: textbook / V. V. Rizun. – K.: PC “Prosvita”, 2008. – 260 p.
 35. Selyvanov, V., Didenko, N. Legal nature of social relations regulation / V. Selyvanov, N. Didenko // Law of Ukraine. – 2000. – № 10. – P. 10–20.
 36. Sokolov, A. V. General theory of social communication: textbook / A. V. Sokolov. – SPb.: Yzd-vo V. A. Mykhailova, 2002. – 461 p.
 37. Tarakhonych, T. I. Law and morals in the system of social regulation / T. I. Tarakhonych // Problems of law philosophy. – 2003. – Vol. 1. – P. 147–149.
 38. Finkler, Iu. E. Mass media as a social institute: peculiarities of relations with authority: PhD diss. (phil. sci.): 10.01.08 – journalism / T. Shevchenko national university of Kyiv. Institute of journalism. / Iu. E. Finkler. – K., 2004. – 441 p.
 39. Tsymbaliuk, V. S. Information law (theory and practice basis): monograph / V. S. Tsymbaliuk. – K.: Osvita Ukrainy, 2010. – 388 p.
 40. Tsymbaliuk, V. S. Mass media law in information society / V. S. Tsymbaliuk // Information and law. – 2011. – № 1. – P. 30–33.
 41. Shyrchenko, Y. I. Journalistic ethics: problems and concepts (world and native experience): Abstract of the PhD diss. (soc. commun. sci.): 27.00.01 – theory and history of social communication / Y. I. Shyrchenko. – K.: T. Shevchenko national university of Kyiv, 2008. – 16 p.

Social and communicative basis of institutionalization of mass media activity legal regulation

L. I. Dancha

Abstract. The article deals with the analysis of the social and communicative prerequisites of law institutionalization. The author proves the necessity of media legal forms of regulation in the system of social communication and social media regulation caused by structural and functional characteristics of social and communicative space, formalization and imperative of legal rules sanctions that other forms of mass media social regulation do not have.

Keywords: social communication, social regulation of mass media activity, media law, legal rules, communicative functions of law.

Социально-коммуникативные основания конституирования правового регулирования деятельности масс-медиа

Л. И. Данча

Аннотация. Проанализированы социально-коммуникативные предпосылки конституирования медиа права. Доказана необходимость медиа правовых форм регулирования в системе социальных коммуникаций и социального медиа-регулирования, обусловленная структурно-функциональными характеристиками социально-коммуникативного пространства, формализованностью и императивностью санкций правовых норм, которых лишены иные формы социального регулирования деятельности СМИ.

Ключевые слова: социальная коммуникация, социальное регулирование деятельности масс-медиа, медиа право, правовые нормы, коммуникативные функции права.