

Харенко О. В.,

асистент кафедри конституційного та адміністративного права  
юридичного факультету

Київського національного економічного університету імені Вадима Гетьмана

## ІНФОРМАЦІЙНО-ПРАВОВИЙ СТАТУС ДРУКОВАНИХ ЗАСОБІВ МАСОВОЇ ІНФОРМАЦІЇ

**Анотація.** Стаття присвячена визначенню поняття інформаційно-правового статусу друкованих засобів масової інформації й дослідженню елементів їхнього інформаційно-правового статусу згідно з чинним законодавством.

**Ключові слова:** друковані засоби масової інформації, інформаційна діяльність, інформаційно-правовий статус, функції друкованих засобів масової інформації, права друкованих засобів масової інформації, обов'язки друкованих засобів масової інформації, принципи друкованих засобів масової інформації.

**Постановка проблеми.** Друковані засоби масової інформації (далі – друковані ЗМІ) – це особливі суб'єкти інформаційної діяльності. Об'єктом інформаційної діяльності друкованих ЗМІ є друкована масова інформація, яка поширюється друкованими ЗМІ у вигляді таких інформаційних продуктів, як журнали, газети, бюлетені, альманахи, збірники, календарі, дайджести тощо й додатки до них. Друковані ЗМІ є одним із основних засобів формування та поширення масової інформації, що зумовлює необхідність дослідження інформаційно-правового статусу друкованих ЗМІ.

Окремі питання правового регулювання інформаційної діяльності друкованих ЗМІ досліджували К.І. Беляков, Л.І. Біловус, Ю.П. Бурило, С.С. Демський, А.І. Марущак, О.В. Олійник, О.В. Нестеренко, А.Н. Новицький, Т.В. Шевченко, В.І. Шпак, Т.В. Чубарук, В.С. Цимбалюк та інші. Однак на сьогодні відсутні ґрунтовні науково-правові дослідження правового статусу друкованих ЗМІ й особливостей їхньої інформаційної діяльності.

Інформаційне законодавство у сфері інформаційної діяльності друкованих ЗМІ не має системності, є застарілим і містить низку положень, що ускладнюють тлумачення та правозастосування в цій сфері. Тому метою статті є комплексний аналіз інформаційного законодавства щодо особливостей виконання друкованими ЗМІ інформаційної діяльності, функцій друкованих ЗМІ та визначення їхнього інформаційно-правового статусу.

**Виклад основного матеріалу дослідження.** Аналіз чинного законодавства й теоретичних праць у сфері інформаційного права дає змогу сформулювати таке визначення.

Інформаційно-правовий статус друкованих засобів масової інформації – це регламентоване нормами інформаційного та інших галузей права становище друкованих засобів масової інформації в інформаційному середовищі, яке характеризується такими елементами:

1) призначення й функції друкованих ЗМІ, види інформаційної діяльності друкованих ЗМІ;

2) структурно-організаційна складова: реєстрація, перереєстрація, припинення діяльності, структура друкованого ЗМІ, порядок і сфери його розповсюдження, періодичність, види друкованих ЗМІ залежно від засновника (співзасновників) дру-

кованого видання, виду видання, мови, сфери розповсюдження й категорії читачів, програмних цілей, періодичності випуску, обсягу, формату і статусу видання, цільового призначення видання);

3) права, обов'язки та принципи при здійсненні інформаційної діяльності;

4) правові обмеження при здійсненні інформаційної діяльності;

5) джерела фінансування;

6) порядок вирішення внутрішньо-організаційних питань.

Розглянемо деякі правові особливості таких елементів інформаційно-правового статусу друкованих ЗМІ.

Друковані ЗМІ призначені для забезпечення численного кола осіб масовою інформацією, тобто для інформування населення. Уважаємо доцільним виокремити такі функції друкованих ЗМІ, за допомогою яких вони реалізують своє призначення:

1) загальні функції: формування й поширення друкованої масової інформації, вони є змістом інформаційної діяльності друкованих ЗМІ;

2) спеціальні функції, що здійснюються суб'єктами інформаційної діяльності друкованих ЗМІ: пошук, збирання, отримання, обробка, редагування, створення, перетворення, використання, збереження, передання, опублікування, охорона, захист і знищення масової інформації.

Чинне інформаційне законодавство України у сфері інформаційної діяльності друкованих ЗМІ містить низку правових норм, що регулюють інформаційну діяльність різноманітних друкованих ЗМІ, їхні особливості, а також порядок формування та опублікування масової інформації в кожному з них.

Пропонується класифікувати інформаційну діяльність друкованих ЗМІ так: 1) за видом друкованих ЗМІ: на державну, громадську, комерційну й некомерційну інформаційну діяльність; 2) за територіальною сферою розповсюдження масової інформації: на внутрішню та міжнародну інформаційну діяльність; 3) за відповідністю правовим нормам: на правомірну й неправомірну інформаційну діяльність [1, с. 71].

Державна реєстрація друкованих ЗМІ – це регламентований правовими нормами комплекс дій відповідального за реєстрацію державного органу (його посадових осіб) щодо прийняття й правової експертизи заяви засновника (співзасновників) на відповідність дотримання встановлених законом умов і порядку державної реєстрації друкованого засобу масової інформації, дослідження обставин справи, прийняття рішення щодо заяви, унесення відповідних записів до Державного реєстру друкованих засобів масової інформації та інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної діяльності, видання свідоцтва про державну реєстрацію, ведення державного нагляду, здійснення контролю за законністю вищевказаних дій і забезпечення доступу до публічної інформації, розпорядником якої є орган, який реєструє [2, с. 71].

Крім того, державна реєстрація друкованого ЗМІ – це адміністративна послуга, суб'єктом надання якої є Департамент державної реєстрації Міністерства юстиції України, а суб'єктом звернення – засновник (співзасновники) друкованого засобу масової інформації. Така адміністративна послуга є платною, її результатом є видання свідоцтва про державну реєстрацію друкованого засобу масової інформації [3, с. 63].

Друковані ЗМІ класифікуються національним законодавством за такими ознаками: залежно від засновника (співзасновників) друкованого видання, виду видання, мови, сфери розповсюдження й категорії читачів, програмних цілей, періодичності випуску, обсягу, формату і статусу видання, цільового призначення видання.

Законодавством не обмежується перелік видів видань, серед них розрізняють такі друковані ЗМІ: газета, журнал, збірник, бюлетень, альманах, календар, дайджест тощо й додатки до них.

Поняття таких видів видань закріплені в численних нормативно-правових актах, а саме: 1) поняття газети надається в Інструкції з обліку документів, що знаходяться в бібліотечних фондах, затвердженій Наказом Міністерства культури і туризму України від 03 квітня 2007 р. № 22 [4] (далі – Інструкція з обліку документів), ДСТУ 3017-95 [5], Переглянутій рекомендації про міжнародну стандартизацію статистики випуску і розповсюдження книг, газет і періодичних видань [6]; 2) журналу – в Інструкції з обліку документів, ДСТУ 3017-95; 3) бюлетеня, збірника, альманаху та календаря – у ДСТУ 3017-95; 4) дайджесту – у Наказі Державного комітету статистики України, Міністерства України у справі науки і технологій «Про затвердження типових форм первинного обліку науково-інформаційної діяльності та Інструкції про порядок їх використання і застосування» від 07 серпня 1998 р. № 272/219 [7].

Окрім цього, ДСТУ 3017-95 також виділяє таке періодичне друковане видання, як експрес-інформація – періодичне реферативне видання розширених і зведених рефератів найактуальніших опублікованих зарубіжних матеріалів або неопублікованих вітчизняних документів, призначене для оперативного інформування фахівців.

За мовою/мовами розрізняють такі видання: одномовне, кількома мовами водночас (паралельними випусками), змішаними мовами (кількома мовами в одному випуску) [8].

Сферами розповсюдження друкованого ЗМІ є місцева, регіональна, загальнодержавна та зарубіжна сфери [9].

За статусом видання розрізняють так: 1) вітчизняне – друкований ЗМІ, у якого засновником є українська/и/ юридична/и/ та/або фізична/и/ особа/и/; 2) спільне – друкований засіб масової інформації, створений за участі іноземної/их/ юридичної/их/ та/або фізичної/их/ особи/осіб/.

За цільовим призначенням розрізняють такі види видань: загальнополітичне, з питань економіки і бізнесу, виробничо-практичне, наукове, науково-виробниче, науково-популярне, навчальне, довідкове, літературно-художнє, з питань мистецтва, спортивне, юридичне, еротичне, для дозвілля, медичне, релігійне, уфологічне, екологічне, туристичне, рекламне, інформаційне, для дітей тощо [8]. Щодо рекламних і еротичних друкованих ЗМІ є спеціальні норми.

Чинне інформаційне законодавство не дає розмежувань друкованих ЗМІ за періодичністю, обсягом і форматом видання. Детальне пояснення таких видів друкованих ЗМІ надає Єдиний галузевий класифікатор друкованих ЗМІ (далі – Класифікатор) – інструмент систематизації й стандартизації ринку

преси, надання йому більшої прозорості. Класифікатор розроблений Українською асоціацією видавців періодичної преси у 2009 р. відповідно до світових традицій і стандартів систематизації газетно-журнальної преси [10].

За таких обставин, коли особливості окремих видів друкованих ЗМІ та їхніх класифікаційних ознак не мають системності, закріплені в численних нормативно-правових актах, а деякі не мають правового врегулювання, погоджуємось із тим, що відсутність єдиної системи галузевих стандартів, яка дала б змогу працювати в єдиному понятійному, юридично-правовому та інформаційному полі, є ще однією структурно-організаційною проблемою вітчизняної преси. Такі системи широко застосовуються у світовій практиці й незаперечно довели свою ефективність. Основними їхніми елементами, як правило, є Національний класифікатор друкованих ЗМІ [11]. Уважаємо, що Єдиний галузевий класифікатор друкованих ЗМІ може становити основу для розробки Національного класифікатора друкованих ЗМІ.

Як й інші суб'єкти правового регулювання, друковані ЗМІ під час своєї інформаційної діяльності мають комплекс прав та обов'язків. Переконані, що при цьому варто розмежовувати права й обов'язки власне друкованих ЗМІ і права й обов'язки суб'єктів інформаційної діяльності друкованих ЗМІ. Друковані ЗМІ здійснюють загальні функції, які є змістом інформаційної діяльності друкованих ЗМІ, а саме: формування та поширення друкованої масової інформації. А суб'єкти інформаційної діяльності друкованих ЗМІ – журналісти, автори, редакція, трудовий колектив редакції і т. д. – виконують спеціальні функції: пошук, збирання, отримання, обробка, редагування, створення, перетворення, використання, збереження, передання, опублікування, охорона, захист і знищення масової інформації. Відповідно, права й обов'язки друкованих ЗМІ як суб'єкта інформаційної діяльності будуть відрізнятися від прав та обов'язків суб'єктів інформаційної діяльності друкованих ЗМІ.

Аналіз інформаційного законодавства у сфері інформаційної діяльності друкованих ЗМІ надає можливість виокремити їхні права та класифікувати їх так: 1) *загальні права*: право на економічну самостійність і забезпечення економічної підтримки державою своєї діяльності; право на запобігання державою зловживанню монополієм становити на ринку з боку видавців і розповсюджувачів друкованої продукції; право на самостійність їхніх суб'єктів у всіх видах відносин, пов'язаних зі здійсненням їхніх прав і обов'язків; право вільно провадити свою діяльність; право оскарження засновником (співзасновниками) у судовому порядку відмови в державній реєстрації друкованого засобу масової інформації, порушення порядку державної реєстрації та судового рішення про припинення випуску видання; 2) *організаційні права*: включати до свого складу інші носії інформації (платівки, дискети, магнітофонні та відеокасети тощо), розповсюдження яких не заборонено чинним законодавством України; право самостійно визначати обсяг реклами; право висвітлювати всі аспекти діяльності органів державної влади й органів місцевого самоврядування; право проводити власне дослідження й аналіз діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування, їхніх посадових осіб, коментувати їхню діяльність і події державного життя в Україні, давати їм оцінку; право на отримання від органів державної влади й органів місцевого самоврядування повної інформації про їхню діяльність через відповідні інформаційні служби органів державної влади й органів місцевого

самоврядування; право засновника (співзасновників) розпочати випуск друкованого засобу масової інформації протягом одного року з дня одержання свідоцтва про державну реєстрацію; право засновника (співзасновників) припинити випуск видання у випадках і порядку, передбачених установчим договором або статутом редакції чи іншим договором, укладеним між засновником (співзасновниками) й редакцією; право на відшкодування збитків, заподіяних засновнику (співзасновникам), включаючи неoderжані доходи, у разі скасування судового рішення про припинення випуску друкованого засобу масової інформації; право брати участь у спеціальному інформаційному забезпеченні виборів народних депутатів, виборів Президента України, місцевих виборів відповідно на замовлення Центральної чи окружної виборчої комісії на підставі відповідних договорів, укладених із зазначеними комісіями, а щодо фактів і подій, пов'язаних із виборчим процесом, – із власної ініціативи; 3) *реєстраційні права*: право на пільги щодо сплати реєстраційного збору за видання свідоцтва про державну реєстрацію друкованих ЗМІ для дітей, інвалідів і друкованих ЗМІ, основаних із благодійною метою і призначених для безплатного розповсюдження; право на отримання дублікату свідоцтва про державну реєстрацію на підставі письмової заяви засновника (співзасновників) до органу, який реєструє, у разі пошкодження або втрати свідоцтва про державну реєстрацію.

Обмеження інформаційної діяльності друкованих ЗМІ допускаються лише в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я населення, захисту репутації або прав інших людей, для запобігання розголошенню інформації, одержаної конфіденційно, або для підтримання авторитету й неупередженості правосуддя; такі обмеження стосуються того, що друковані ЗМІ в Україні не можуть бути використані для такого: закликів до захоплення влади, насильницької зміни конституційного ладу або територіальної цілісності України; пропаганди війни, насильства та жорстокості; розпалювання расової, національної, релігійної ворожнечі; розповсюдження порнографії; з метою вчинення терористичних актів та інших кримінально караних діянь; пропаганди комуністичного й/або націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів і їхньої символіки; втручання в особисте та сімейне життя особи, крім випадків, передбачених законом; завдання шкоди честі й гідності особи; розголошення будь-якої інформації, яка може призвести до вказання на особу неповнолітнього правопорушника без його згоди і згоди його представника. Крім того, стиль і лексика друкованих ЗМІ мусять відповідати загальноновизнаним етично-моральним нормам, уживання лайливих і брутальних слів не допускається.

До обов'язків друкованих ЗМІ можемо зарахувати такі: повідомляти орган, який реєструє, у місячний термін про зміну виду видання, юридичної адреси засновника (співзасновників), місцезнаходження редакції; здійснювати перереєстрацію в разі зміни засновника (складу співзасновників), назви, мови, сфери розповсюдження видання; використовувати авторські матеріали, твори літератури, науки й мистецтва з дотриманням законодавства з питань інтелектуальної власності; публікувати спростування поширених відомостей про громадян, юридичних осіб і державні органи, що не відповідають дійсності або принижують їхню честь і гідність; розмішувати соціальну рекламу державних органів та органів місцевого самоврядування, громадських організацій безкоштовно в обсязі не менше ніж 5 відсотків друкованої площі, відведених для реклами,

якщо це друковані ЗМІ – розповсюджувачі реклами, діяльність яких повністю або частково фінансується з державного або місцевих бюджетів; надавати пільги при розміщенні соціальної реклами, замовником якої є заклади освіти, культури, охорони здоров'я, що утримуються за рахунок державного або місцевих бюджетів, а також благодійні організації, якщо це друковані ЗМІ – розповсюджувачі реклами, що повністю або частково фінансуються з державного або місцевих бюджетів; зазначати в умовах передплати кількість реклами в загальному обсязі видання, якщо воно розповсюджується за передплатою; не відводити більше ніж 20 відсотків обсягу друкованої площі кожного номера видання чи додатка до нього на політичну рекламу впродовж виборчого процесу (крім друкованих ЗМІ, засновниками яких є політичні партії); припинити виготовлення, випуск і розповсюдження продукції друкованого засобу масової інформації після припинення випуску цього друкованого засобу масової інформації; розмішувати в кожному випуску такі вихідні дані: назва видання, засновник (співзасновники), прізвище й ініціали редактора (головного редактора), порядковий номер випуску і дата його виходу у світ, прізвище та ініціали особи, відповідальної за випуск відповідного видання, індекс видання, розповсюдженого за передплатою, тираж, ціна або помітка «Безкоштовно», адреси редакції, видавця, друкарні, серія, номер і дата видання свідоцтва про державну реєстрацію, видавець (співвидавці); безоплатно надсилати обов'язкові примірники періодичних і таких, що продовжуються, видань відразу після надрукування засновникові (співзасновникам), органу, який реєструє, та іншим суб'єктам відповідно до Переліку одержувачів обов'язкового безоплатного примірника видань України, затвердженого Кабінетом Міністрів України [12]; об'єктивно, справедливо, збалансовано й неупереджено висвітлювати хід підготовки і проведення виборів народних депутатів, місцевих виборів, поширювати повідомлення про перебіг виборчого процесу, події, пов'язані із виборами, базуючись на засадах достовірності, повноти й точності, об'єктивності інформації та її неупередженого подання; збалансовано висвітлювати коментарі всіх партій і кандидатів у депутати, усіх партій-суб'єктів виборчого процесу, кандидатів на пост Президента України, усіх кандидатів, суб'єктів їх висування в місцевих виборах щодо подій, пов'язаних із виборами; дотримуватися об'єктивності, неупередженості, збалансованості, достовірності, повноти й точності інформації при поширенні інформації про вибори, яка не є передвиборною агітацією, про хід виборчого процесу та події, пов'язані з виборами; публікувати розцінки одиниці вартості друкованої площі не пізніше як за дев'яносто днів до дня голосування під час виборів народних депутатів і Президента України; публікувати розцінки вартості одиниці друкованої площі не пізніше як за сімдесят вісім днів до дня позачергових виборів Президента України; надавати партії, кандидату в народні депутати, кандидату на пост Президента України, партії, місцевій організації партії, кандидату, щодо яких поширено недостовірну інформацію, можливість за рахунок друкованого засобу масової інформації оприлюднити відповідь не пізніше як через три дні після дня звернення з вимогою про відповідь, але не пізніше за останній день перед днем голосування; зазначати повну назву організації, що проводила опитування, замовників опитування, а також інші відомості, визначені законом, у разі поширення результатів опитування громадської думки, пов'язаного з виборами; не поширювати інформацію про результати опитувань громадської думки щодо кандидатів на пост Президента України, громадського опиту-

вання, пов'язаного з виборами, у тому числі щодо місцевих організацій партій-суб'єктів виборчого процесу та кандидатів, або коментувати рейтинги кандидатів, місцевих організацій партій протягом останніх двох днів перед днем виборів; під час виборчого процесу не агітувати голосувати за або не голосувати за партії, кандидатів у депутати чи поширювати інформацію, яка має ознаки політичної реклами, безоплатно або яка оплачена з джерел, не передбачених законом, а так само поширювати будь-яку інформацію з метою спонукання виборців голосувати за або не голосувати за певного суб'єкта виборчого процесу, у своїх матеріалах і передачах, не обумовлених угодами.

До принципів інформаційної діяльності друкованих ЗМІ пропонуємо зарахувати такі: свободи слова й вільного вираження у друкованій формі своїх поглядів і переконань, тобто право вільно та незалежно шукати, одержувати, фіксувати, зберігати, використовувати й поширювати будь-яку інформацію за допомогою друкованих ЗМІ, крім випадків, визначених законом; рівноправність друкованих ЗМІ всіх форм власності; заборона вилучення тиражу чи окремої його частини за відсутності рішення або вироку суду, які набрали чинності; невтручання в діяльність і виробничий процес друкованих ЗМІ поза межами, визначеними законом; заборона цензури; необмеженість сфери розповсюдження; заборона монополізації ринку друкованих ЗМІ; рівний доступ усіх кандидатів у депутати і партій-суб'єктів виборчого процесу, кандидатів на пост Президента України, кандидатів у депутати Верховної Ради Автономної Республіки Крим, обласних, районних, міських, районних у містах, сільських, селищних рад, кандидатів на пост сільських, селищних, міських голів та старост, місцевих організацій партій-суб'єктів виборчого процесу до друкованих ЗМІ незалежно від їхньої форми власності, для передвиборної агітації; рівне та неупереджене ставлення до кандидатів у депутати, партій-суб'єктів виборчого процесу, кандидатів на пост Президента України, кандидатів у депутати Верховної Ради Автономної Республіки Крим, обласних, районних, міських, районних у містах, сільських, селищних рад, кандидатів на пост сільських, селищних, міських голів і старост, місцевих організацій партій-суб'єктів виборчого процесу.

Джерелами фінансування інформаційної діяльності друкованих ЗМІ, залежно від їхніх засновників, є бюджетні кошти (кошти Державного бюджету України та місцевих бюджетів) і кошти фізичних і юридичних осіб, у тому числі кошти юридичних осіб інших держав, іноземців та осіб без громадянства. Є певні обмеження щодо фінансування друкованих ЗМІ. Наприклад, законодавством встановлена заборона щодо фінансування політичних партій іноземними державами та їхніми громадянами, підприємствами, установами, організаціями, відповідно, такі кошти не можуть бути джерелами фінансування інформаційної діяльності друкованих ЗМІ, засновниками яких є політичні партії.

Внутрішньо-організаційна діяльність друкованого ЗМІ забезпечує формування й функціонування друкованого ЗМІ, постановку завдань, здійснення керівництва та контролю за їхнім виконанням, тобто охоплює відносини між різними суб'єктами інформаційної діяльності друкованого ЗМІ – засновником (співзасновниками), редактором (головним редактором), редакційною колегією, редакцією, трудовим колективом редакції, журналістським колективом, журналістами, авторами, видавцями, розповсюджувачами – у процесі формування й поширення друкованої масової інформації. Кожний із зазначених суб'єктів має свої права та обов'язки, пов'язані зі специфічною

сферою – сферою інформаційної діяльності друкованого ЗМІ, які у своїй комплексності й взаємопов'язаності є елементами правового статусу цих суб'єктів інформаційної діяльності.

**Висновки.** Інформаційно-правовий статус друкованих ЗМІ визначає їх особливе місце у сфері формування та поширення масової інформації й полягає в регламентованому нормами інформаційного та інших галузей права становищі друкованих ЗМІ в інформаційному середовищі. Інформаційно-правовий статус друкованих ЗМІ включає в себе елементи, пов'язані з особливостями їхньої інформаційної діяльності: функції друкованих ЗМІ, організаційно-правові особливості, права й обов'язки при виконанні інформаційної діяльності, правові обмеження та принципи, якими вони керуються під час формування й поширення масової інформації за допомогою друку, а також джерела фінансування та порядок вирішення внутрішньо-організаційних питань. Функціями друкованих ЗМІ, за допомогою яких вони реалізують своє призначення, є загальні – формування й поширення друкованої масової інформації; спеціальні, що виконують суб'єкти інформаційної діяльності друкованих ЗМІ, полягають у пошуку, збиранні, отриманні, обробці, редагуванні, створенні, перетворенні, використанні, збереженні, передачі, опублікуванні, охороні, захисті й знищенні масової інформації. Потребують правового дослідження спеціальні функції друкованих засобів масової інформації, що здійснюються їхніми суб'єктами, тобто суб'єктами інформаційної діяльності друкованих ЗМІ – засновником (співзасновниками), редактором (головним редактором), редакційною колегією, редакцією, трудовим колективом редакції, журналістським колективом, журналістами, авторами, видавцями, розповсюджувачами, і дослідження їхнього правового статусу.

#### *Література:*

1. Харенко О.В. Правовые подходы к классификации информационной деятельности печатных средств массовой информации в Украине / О.В. Харенко // *Legea și viața*. – 2015. – № 10/3. – С. 68–71.
2. Харенко О.В. Щодо правового регулювання державної реєстрації друкованих засобів масової інформації / О.В. Харенко // *Розвиток сучасного права в умовах глобальної нестабільності: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, Україна, 11–12 вересня 2015 р.)*. – Одеса: ГО «Причорноморська фундація права», 2015. – 104 с.
3. Харенко О.В. Державна реєстрація друкованого засобу масової інформації як адміністративна послуга / О.В. Харенко // *Тенденції та пріоритети реформування законодавства України: матеріали Міжнар. наук.-практ. конф. (м. Одеса, 2–3 жовтня 2015 року)*. – Херсон: Видавничий дім «Гельветика», 2015. – 112 с.
4. Інструкція з обліку документів, що знаходяться в бібліотечних фондах: Наказ Міністерства культури і туризму України від 03 квітня 2007 р. № 22 // *Офіційний вісник України*. – 2007. – № 38. – Ст. 157.
5. ДСТУ 3017-95. Видання. Основні види. Терміни та визначення: Наказ Державного стандарту України від 23 лютого 1995 р. № 58. – К.: Держстандарт України, 1996. – 47 с.
6. Переглянута рекомендація про міжнародну стандартизацію статистики випуску і розповсюдження книг, газет і періодичних видань: Рекомендація ЮНЕСКО від 01 листопада 1985 р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: [http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995\\_294/ed19851101/ind?text=%C3%E0%E7%E5%E2%FB](http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/995_294/ed19851101/ind?text=%C3%E0%E7%E5%E2%FB).
7. Про затвердження типових форм первинного обліку науково-інформаційної діяльності та Інструкції про порядок їх використання і застосування: Наказ Державного комітету статистики України, Міністерства України у справі науки і технологій від 07 серпня 1998 р. № 272/219 // *Офіційний вісник України*. – 1998. – № 46. – Ст. 69.
8. Про затвердження Положення про державну реєстрацію друкованих засобів масової інформації в Україні та Положення про державну реєстрацію інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної діяльності: Наказ Міністерства юстиції України від 21 лютого 2006 р. № 12/5 // *Відомості Верховної Ради України*. – 1993. – № 1. – Ст. 1.

9. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні : Закон України від 16 листопада 1992 р. № 2783-ХІІ // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 1. – Ст. 1.
10. УАВПП розробила та рекомендує до використання класифікатор друкованих ЗМІ України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : [http://www.uapp.org/uk/news\\_uapp/7119.html](http://www.uapp.org/uk/news_uapp/7119.html).
11. Друковані ЗМІ як складова єдиного національного інформаційного простору України : [аналітична записка] / Національний інститут стратегічних досліджень, березень 2009 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://old.niss.gov.ua/Monitor/mart2009/18.htm>.
12. Про порядок доставляння обов'язкових примірників документів : Постанова Кабінету Міністрів України від 10 травня 2002 р. № 608 // Офіційний вісник України. – 2002. – № 19. – Ст. 20.

**Харенко О. В. Інформаційно-правовий статус печатних средств массовой информации**

**Анотація.** Стаття посвячена определению понятия інформаційно-правового статусу печатних средств массовой информации и исследованию элементов их ин-

формаційно-правового статусу согласно действующему законодательству.

**Ключевые слова:** печатные средства массовой информации, информация деятельность, информация-правовой статус, функции печатных средств массовой информации, права печатных средств массовой информации, обязанности печатных средств массовой информации, принципы печатных средств массовой информации.

**Kharenko O. Information-legal status of the print media**

**Summary.** The article is devoted to the definition of the concept of information-legal status of the print media and research elements of their information-legal status under the law.

**Key words:** print media, information activities, information-legal status, function of print media, right of print media, te responsibilities of print media, principles of print media.