

Міністерство освіти і науки України
Київський національний торговельно-економічний університет
Факультет міжнародної торгівлі та права
Кафедра міжнародного публічного права

ВИПУСКНА КВАЛІФІКАЦІЙНА РОБОТА
на тему:
«ПРАВОВЕ РЕГУЛЮВАННЯ НАДАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ЄС»

Студента II курсу, 12-м групи,
деної форми навчання
спеціальності 293
«Міжнародне право»

Підпис студента

Семенчук Володимир
Ігорович

Науковий керівник:
кандидат юридичних наук,
доцент

Підпис керівника

Переверзева Ольга
Сергіївна

Керівник професійної програми:
доктор юридичних наук,
доцент

Підпис гаранта

Дешко Людмила
Миколаївна

Київ 2018

ЗМІСТ

СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ.....	2
ВСТУП.....	3
РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ НАДАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ЄС.....	8
1.1. Історія розвитку інформаційних технологій і ринку надання інформаційних послуг.....	8
1.2. Поняття, види та особливості надання інформаційних послуг в ЄС.....	18
РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ надання НАДАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ЄС.....	33
2.1. Інформаційна політика ЄС як об'єкт правового регулювання.....	33
2.2. Медіа-ресурси як об'єкт правового регулювання на ринку інформаційних надання послуг ЄС.....	42
2.3. Правове регулювання нових технологій на ринку інформаційних послуг.....	54
РОЗДІЛ 3. РОЗВИТКУ РИНКУ НАДАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В РІЗНИХ ДЕРЖАВАХ.....	65
3.1. Особливості міждержавного регулювання інформаційних послуг в Європейському Союзі.....	65
3.2. Особливості правового регулювання надання інформаційних послуг в різних державах Європейського Союзу.....	81
3.3. Еволюція правового регулювання надання інформаційних послуг в Україні.....	85
ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ.....	95
ДОДАТОК А.....	99
ДОДАТОК Б.....	102
СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ.....	113

СПИСОК УМОВНИХ СКОРОЧЕНЬ

АРП – автоматизовані розрахункові палати

ДФЄС – договір про функціонування європейської спільноти

ЕОМ – електронна обчислювальна машина

ЕФІСБ – єдина федеральна інформаційно-стільникова мережа банків

ЄС – Європейський Союз

ЗМІ – засоби масової інформації

ОБСЄ – організація з безпеки і співробітництва в Європі

ООН – організація об'єднаних націй

ІКТ – інформаційно-комунікаційні технології

ІПС – Інформаційно-пошукова система

РЄ – Рада Європи

BEREC – орган європейської регуляції електронних комунікацій

ERG – європейська регуляторна група електроніх комунікацій сетей та сервісу

ESPRIT - Європейська стратегічна програма промислового розвитку й впровадження технологій

GBC – проект «Глобальний виклик Бангемана» (Global Bangemann Challenge)

ІМПАКТ – Інформаційні технології і ринкова політика

ІТ – інформаційні технології

NAP – незалежна автономна мережа

NSF – Національний науковий фонд США

ODAS – саморегульована організація інформаційних мереж

RTD – розвиток технологічних досліджень

ВСТУП

Сучасне людство перейшло в епоху інформатизації – період свого розвитку, який спрямований на повне використання достовірного, вичерпного і сучасного знання в усіх суспільно важливих областях людської діяльності.

Завдяки процесу інформатизації створюється нова суспільна ланка – інформаційне суспільство, яке в свою чергу характеризується високим рівнем інформаційних технологій, розвинутими інфраструктурами, які забезпечують виготовлення інформаційних ресурсів і можливість доступу до інформації, прискоренням процесів автоматизації обробки інформації, радикальними змінами соціальних структур, внаслідок чого, відбувається розширення сфери інформаційної діяльності.

Актуальність теми дослідження пов'язана з тим, що, сьогодні відбувається неспинний процес інформатизації суспільства, який впливає на визначення нових освітніх стандартів, впровадження сучасних технологій до усіх галузей життєдіяльності. В той же час, правове регулювання інформаційних послуг не завжди досконале. Це пов'язане зі швидкими темпами розвитку інформаційних технологій порівняно з розвитком правових систем навіть розвинутих держав. Тому, налагодження правового регулювання сфери надання інформаційних послуг ЄС є однією з пріоритетних задач розвитку інформаційного суспільства та підготовки людини до активної і плідної життєдіяльності в інформаційному суспільстві. Важливо зазначити, що правове регулювання інформаційних технологій в ЄС сьогодні відбувається на досить непоганому рівні і дослідження досвіду побудови правової системи ЄС в цій сфері є необхідним для оптимізації і побудови системи права інших держав світу, зокрема України, де правове регулювання ринку інформаційних послуг не настільки досконале.

Впродовж останніх років в економіці і законодавчій базі нашої країни формуються нові економічні і правові відносини господарюючих суб'єктів різних

форм власності, що обумовлені реформуванням структури економіки і права, розривом старих господарських зв'язків і утворенням нових ринкових відносин. Вирішальна роль у формуванні та розвитку цих відносин належить регіональним ринкам, у тому числі ринку інформаційних послуг. Істотно, що у період корінних економічних і законодавчих перетворень виникає безліч проблем, пов'язаних з формуванням і розвитком локальних ринків окремих товарів і послуг на регіональному рівні, що вимагають ретельного вивчення. Складність проблеми полягає в тому, що по ряду методичних положень розвитку регіональних ринків вітчизняні дослідження тільки починаються, а зарубіжний досвід потребує коригування з урахуванням як специфіки розвитку ринкових відносин, так і відмінних особливостей формування порівняно нового ринку – ринку інформаційних послуг. Це особливо актуально, враховуючи реформування регіонального інформаційного ринку України сьогодні.

Метою даної роботи є дослідження правового регулювання надання інформаційних послуг ЄС, особливостей структури законодавства країн ЄС в цій сфері та визначення пріоритетних напрямків подальшого вдосконалення законодавства в цій сфері в Україні та державах ЄС.

Сформована мета дослідження стає основою для вирішення таких поставлених **задач**:

- дослідити історію розвитку надання інформаційних технологій і інформаційних послуг в світі;
- визначити поняття та особливості надання інформаційних послуг відповідно до теоретичних наукових матеріалів і актів законодавства;
- проаналізувати види і типологічні форми інформаційних послуг;
- виявити особливості інформаційної політики в ЄС;
- дослідити особливості правової регламентації медіа-ресурсів в ЄС;
- визначити особливості правового закріплення нових технологій в ЄС;

- проаналізувати особливості розвитку надання інформаційних послуг в ЄС та його державах;
- виявити особливості розвитку надання інформаційних послуг в Україні.

Об'єктом дослідження є правовідносини, які виникають в результаті реалізації інформаційних послуг.

Предметом дослідження є інформаційні послуги як категорія правового регулювання законодавством ЄС.

Вперше поняття інформації як економічної категорії було застосовано А. Хартом. Основи для визначення окремих напрямів, проблем становлення ринку інформаційних продуктів і послуг та його значення у формуванні економіки нового типу заклали такі вчені, як Ю. М. Бажал, В. В. Бодров, В. О. Глушков, С. О. Громов, В. В. Добровольська, А. Е. Казанцева, С. О. Лазарева, В. О. Мандибура. Дослідженням в галузі економічних інформаційних систем присвячені праці Ю. М. Канигіна, М. О. Коростіль, С. В. Мельниченко, Т. В. Січко, О. О. Стойчева та інших.

Сьогодні інформаційні технології впроваджуються і використовуються майже у всіх сферах людської діяльності, завдяки чому можуть надаватися інформаційні послуги. Так, І. К. Корнєєв, В. А. Машурцев досліджували використання інформаційних послуг в управлінні, А. М. Береза займався проблемами створення різноманітних інформаційних систем, І. А. Козак вивчав можливості інформаційних технологій при створенні віртуальних організацій і наданні ними інформаційних послуг. Основи формування інформаційної культури при реалізації інформаційних послуг досліджувалися В. О. Глушковым, Л. С. Вінариком, В. А. Єршовим, М. І. Жалдаком, О. В. Малярчук, Є. І. Машбіцем, А. В. Ясінським. Видозміни в діяльності із використанням інформаційних технологій при наданні інформаційних послуг досліджувалися Г. О. Баллом, А. В. Брушлінським, В. О. Глушковым, М. І. Жалдаком, Є. І. Машбіцем, В. В. Монаховим, І. П. Підласим, О. О. Тихомировим. Проте на сьогодні закономірності розвитку

і функціонування ринку інформаційних послуг залишаються ще недостатньо дослідженими. Зокрема, потребує свого якісного вдосконалення категоріальний апарат теорії ринку інформаційних послуг.

У процесі підготовки дослідження, відповідно до специфіки теми, мети та завдань застосовувався комплекс філософсько-світоглядних, загальнонаукових та спеціально-наукових методів, з метою єдності аналізу правового регулювання інформаційних послуг В ЄС. Інформаційні послуги в ЄС досліджено з урахуванням останніх досягнень міжнародної та вітчизняної теоретико-правової думки на основі загальних принципів. Застосовувалися такі методи як історичний, порівняльний та аналітичний, методи класифікації, метод аналізу і синтезу, формально-юридичний, системно-структурний, а також звернення до категорії загального та особливого, абстрактного та конкретного.

Історичний метод використовувався для визначення історії виникнення інформаційних послуг (підрозділ 1.1, 1.2, 2.2) За допомогою порівняльного методу здійснено аналіз правового регулювання ринку інформаційних послуг в різних державах ЄС, України (підрозділ 3.1, 3.2). Системно-структурний метод використовувався для визначення класифікації інформаційних послуг (підрозділ 1.2). Формально-юридичний метод використовувався при аналізі міжнародно-правових актів та інших документів (підрозділ 2.1, 2.2, 2.3).

Структура дослідження обумовлена метою і завданнями роботи і складається зі вступу, трьох розділів, восьми підрозділів, висновків, списку використаних джерел. Загальний обсяг роботи становить 114 сторінок.

РОЗДІЛ 1. ЗАГАЛЬНІ ЗАСАДИ РОЗВИТКУ НАДАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ЄС

1.1. Історія розвитку інформаційних технологій і ринку надання інформаційних послуг

Обмін інформацією виник кілька мільйонів років тому разом з першими прийомками спілкування (нечленороздільними звуками, мімікою, жестами, дотиками). З появою усного мовлення (близько 100 тисяч років тому) з'явилася й можливість накопичення інформації, поки що індивідуальної, в пам'яті людини.

Наступний етап – виникнення писемності (5-6 тисячоліть тому), що дає людству колективну (суспільну) пам'ять. Поява писемності дозволяє реалізувати повний набір процесів циркуляції і переробки інформації: її збір, передачу, переробку, зберігання та доведення до користувача. Ці можливості відкрила фіксація інформації на матеріальних носіях. В якості матеріального носія інформації використовувалися вироблені шкури тварин, виготовлені з очерету папірусні сувої, берестяна кора, глиняні та дерев'яні дощечки, тканини і, нарешті, найбільш поширений носій [16, с. 28].

Інформаційна символіка зазнала ряд істотних змін: піктографічне письмо, ідеографічне лист, рисункові ієрогліфічне письмо (збереглася до сих пір в деяких країнах Азії), клинопис, лінійне складове письмо і, нарешті, алфавітний лист.

Удосконалювалися також системи подання числової інформації (позиційна система числення у Вавилоні, римська система числення, арабські цифри), позначення речовин, хімічних операцій і приладів, математична символіка. Еволюція системи подання інформації завершилася загальною тенденцією створення раціональних форм інформаційної символіки [23, с. 145].

Революційними в процесі розвитку інформаційних технологій став винахід (середина XV ст.) В Німеччині книгодрукування, і поява парового двигуна (кінець XVIII ст.) – основи машинного виробництва. По суті, це стало початком но-

вого науково-технічного етапу у природознавстві. Головним якісним змістом інформаційних технологій стало народження систем науково-технічної термінології в основних галузях знань, а кількісним – випуск багатотиражних книжок, журналів, газет, географічних карт, технічних креслень, а також перших енциклопедій – свого роду стаціонарних інформаційно-пошукових систем на алфавітній основі [25, с. 56-65].

Новий етап у розвитку інформаційних технологій пов'язаний з бурхливим розвитком науково-технічної революції: виникненням фотографії (1839 р.), винаходом електричного телеграфу (1832 р.), телефону (1876 р.), радіо (1895 р.), кінематографу (1895 р.), бездротової передачі зображення на відстань (1907 р.) та промислового телебачення (з кінця 20-х рр.). Настав період створення загальноосвітньої системи зосередження, зберігання та швидкої передачі інформації в найбільш зручній для користувачів формі. Це перетворило інформацію в рушійну силу технічного, соціального і економічного прогресу, визначило її провідну роль на етапі сучасної технологічної революції. Перетворення інформаційних технологій в інтелектуальну індустрію супроводжувалося появою (в середині 60-х рр. ХХ ст.), а потім і широким використанням електронних засобів обчислювальної техніки [34, с. 150-170].

З 1986 року починається історія розвитку Інтернету, коли Національний науковий фонд США (NSF) почав створення мережі NSFNET, в якій використовувались високошвидкісні телефонні канали, що з'єднували 6 суперкомп'ютерів у різних куточках країни на основі протоколу TCP/IP та інших технологій, відпрацьованих у мережі ARPANET (перша у світі глобальна мережа створена у 1968 р., припинила функціонування в 1990 році). Мережа NSF NET стала основною магістральною (backbone) структурою для Інтернет, офіційною датою виникнення якого є 1990 рік.

В даний час основу Інтернет складають високошвидкісні магістральні мережі. Незалежні автономні мережі підключаються до магістральної мережі через крапки мережного доступу NAP (Network Access Point).

Інтернет побудована за регіональним принципом і як автономні системи зазвичай виступають великі національні мережі (наприклад UANET, RUNET та ін.), кожна з них має власне адміністративне керування і власні протоколи маршрутизації. Автономні мережі можуть утворювати компанії, що спеціалізуються на наданні послуг доступу в мережу Інтернет, – провайдери [37, с. 24-29].

Національні мережі в свою чергу складаються не менш ніж з 32 менших по розміру мереж (мережі університетів, дослідницьких центрів і комерційних фірм, а також мережі більш дрібних регіональних провайдерів).

У 1994 році фінансування основної магістралі мережі Інтернет було цілком передане від NSF різним державним і комерційним організаціям. Починаючи з 1996 року консорціумом Internet2 (в який входять більш ніж 200 американських університетів, урядові структури, а також ІТ-компанії Microsoft, 3Com, IBM, Cisco і багато інш.) ведуться роботи над удосконаленням Інтернет. Головною метою Internet 2 є розробка нових технологій передачі даних з метою прискорення і підвищення якості передачі та надання нових послуг. Існує також ряд інших проєктів, направлених на розвиток Інтернет (наприклад, федеральний проєкт США, NGI – Next Generation Internet) [41, с. 220-250].

Наприкінці XX – на початку XXI століття в світі відбулася інформаційна революція, однією з ключових особливостей якої є стрімкий розвиток інформаційних технологій і зростання значимості інформації. Нині спостерігається поступальний розвиток інформаційної сфери як особливої системи суспільних відносин, що виникають в усіх сферах життєдіяльності людини, суспільства і держави.

Історичний аналіз свідчить, що інформаційна сфера існувала з часу виникнення людства та суспільних відносин. Водночас питання розбудови складових

інформаційного суспільства і правового регулювання інформаційних відносин почали активно опрацьовуватися у провідних країнах світу лише в другій половині ХХ століття [53, с. 196-198].

За радянських часів ще у 1970-х роках відомими українськими вченими Глушковим В. М. і Амосовим М. М. уперше у світі було піднято низку фундаментальних проблем у цій сфері, але надалі до їх практичної розробки долучилися переважно вчені країн Західної Європи, США і Японії.

Якісні зміни ринок інформаційних послуг зазнав в середині 1960-х рр. з появою обчислювальної техніки і її використанням в області обробки і передачі інформації. У цей період основними джерелами інформації були державні інформаційні служби, навчальні заклади, різні громадські організації, що займаються збором інформації в певній області, бібліотеки. Користувачам - фахівцям в різних галузях науки і техніки - надавалася бібліографія, реферативна і аналітична інформація. Користувач міг звернутися за інформацією у бібліотеку або за запитом отримати копію першоджерела. Такі інформаційні послуги надавалися, як правило, на некомерційній основі [54, с. 338-340].

Перші автоматизовані інформаційні системи дістали назву "Інформаційно-пошукові системи" (далі - ІПС). У зв'язку з українськими обмеженими можливостями перших ІПС - невеликий об'єм пам'яті, послідовний перегляд записів на магнітних стрічках - в ІПС зберігалися вторинні документи - пошукові зразки документів. Первинні документи зберігалися як і раніше у бібліотеках і в архівах. В результаті пошуку у вторинних документах видавалася адреса зберігання первинного документу, тобто його місце в сховищі. Такі системи працювали в двох режимах: вибіркового розповсюдження інформації і ретроспективного пошуку. При вибіркового поширенні інформації забезпечувалися періодичні пошуки в масиві нових надходжень відповідно до постійно діючих запитів і сповіщення користувача про знайдені документи. При ретроспективному пошуку здійснювався перегляд усього масиву по разовому запиту.

При запровадженні ІПС була автоматизована лише частина функцій інформаційного обслуговування. Хоча корінних змін в якості обслуговування користувача не сталося, інформаційно-позовні системи зіграли свою позитивну роль в якості бази для подальшого розвитку автоматизації інформаційних процесів. Наступним кроком, завдяки якому відбулося зростанням об'ємів пам'яті і швидкодії у зв'язку з розвитком обчислювальної техніки, стало виникнення фактографічних інформаційних систем. Ці системи містили вже формалізовану інформацію у вигляді значень властивостей різних об'єктів (облич, організацій, подій і інше) [56, с. 160-180].

Користувач таких систем міг отримати відповідь на своє питання, не звертаючись до першоджерел. Інформація у фактографічних системах організовувалася у вигляді баз даних. У цих базах могли зберігатися також бібліографічні описи документів і рефератів.

Фактографічні системи дозволили здійснювати обробку інформації за вказівкою користувача. З розширенням ринку електронної інформації спостерігається зменшення долі державних служб на інформаційному ринку. Проте слід враховувати, що певна доля державних інформаційних служб збережеться і надалі, оскільки вони забезпечують органи влади інформацією, необхідною для прийняття державних рішень в області економіки, політики, соціальних процесів, освіти і інше [58, с. 340-350].

Становлення ринку електронної інформації супроводжувалося самоспеціалізацією (розподілом праці) організацій, що займаються інформаційним обслуговуванням. Сформувалися три групи інформаційних служб:

- центри-генератори (виробники інформації) – спеціалізуються на здобичі інформації, формуванні баз даних і підтримці їх в актуальному стані;
- центри розподілу (постачальники інформації, так звані вендори) - займаються інформаційним обслуговуванням користувачів на основі баз даних, таких, що поставляються їм на комерційній основі центрами-генераторами;

- інформаційні агентства – окрім функції збору інформації, формування і ведення баз даних, здійснюють і функції обслуговування користувачів.

Великий вплив на розвиток сфери інформаційних послуг здійснило створення національних і світових мереж передачі даних. Ця обставина, разом із зростанням можливостей обчислювальної техніки, породила виникнення принципово нових інформаційних технологій, що у свою чергу забезпечило корінне покращення якості інформаційного обслуговування [46, с. 158-160].

Одне з головних досягнень в цій сфері – поява можливості діалогового доступу користувачів до видалених баз даних (режим on - line). Оновлення інформаційних технологій і розширення номенклатури і якості інформаційних послуг підвищили продуктивність праці в інформаційній сфері. Перехід до застосування комп'ютерів при підготовці друкованих видань дозволив різко скоротити витрати на формування баз даних з використанням цих джерел.

Необхідно відмітити, що першопричиною великого кроку в розвитку сфери інформаційного обслуговування стало різке зростання потреб користувачів, пов'язане зі зростанням виробництва і розвитком науки і техніки. Ця обставина визначила вигідність даної сфери і створення великої кількості інформаційних корпорацій [48, с. 130].

Вказані процеси визначають умови становлення інформаційного суспільства, сутність якого була визначена 1993 року Комісією Європейського Союзу: інформаційне суспільство – це суспільство, в якому діяльність людей здійснюється на основі використання послуг, що надаються за допомогою інформаційних технологій і технологій зв'язку [1].

Процеси інформатизації, що відбувалися у всьому цивілізованому світі, не могли залишитися поза увагою керівництва суверенної Української держави. Але на початку 1990-х років ця робота здійснювалась досить сегментарно. Ситуація почала кардинально змінюватися з утворенням відповідно до Указу Президента

України від 13.03.1995 № 206/95 Національного агентства з питань інформатизації при Президентові України [11].

Початком системної роботи у сфері інформатизації можна вважати 4 лютого 1998 року, коли вперше на пострадянському просторі було прийнято закони України «Про Концепцію Національної програми інформатизації» та «Про Національну програму інформатизації», які розроблялися за участі Кібернетичного центру НАН України, Національного агентства з питань інформатизації при Президентові України, Секретаріату Кабінету Міністрів України та Секретаріату Верховної Ради України [16, с. 20-24].

У цей же період в Україні розпочалося активне формування інформаційного законодавства, що нині містить близько 4-х тисяч законів та інших нормативно-правових актів, які безпосередньо чи опосередковано регулюють інформаційні відносини.

Подальшій активізації системної роботи у сфері інформатизації та об'єднанню інтересів державного і приватного секторів сприяла діяльність Державної комісії з питань запобігання та усунення можливих негативних наслідків комп'ютерної кризи 2000 року та Урядової комісії з питань інформаційно-аналітичного забезпечення діяльності органів виконавчої влади, створених згідно з постановами Кабінету Міністрів України від 16.02.1999 № 218 та від 7.05.2000 № 777 відповідно [31].

З розвитком інформаційних технологій інформація перетворюється на звичайний товар, причому такий, який стає наймасовішим об'єктом купівлі-продажу. Тому істотною особливістю розвитку ринкових відносин на сучасному етапі є формування інформаційного ринку. Прискорення розвитку останнього сприяє переходу до інформаційного суспільства і є головним фактором інформатизації всіх сфер діяльності людини [65].

Ринок інформаційних послуг є сегментом споживчого ринку, об'єктом якого є інформаційні послуги. Його розглядають у широкому та вузькому розумінні. Ринок інформаційних послуг у широкому розумінні — це економічний простір, де реалізуються інтереси виробників і споживачів цих послуг; цей простір формується з метою створення і реалізації (продажу) таких послуг на основі технологічної взаємодії, в якій рішення щодо розподілу ресурсів і обсягів виробництва приймаються на основі тарифів, що утворюються в результаті обміну між виробниками, користувачами, працівниками і власниками факторів виробництва. Ринок інформаційних послуг у вузькому розумінні – це сфера здійснення, надання та передачі інформації, в основі яких лежать соціально-економічні відносини щодо реалізації (продажу) інформаційних послуг користувачам (тобто фізичним і юридичним особам). Загалом ринок інформаційних послуг – це сукупність економічних, правових і організаційних відносин з продажу і купівлі інформаційних продуктів та послуг, які складаються між їхніми постачальниками і споживачами. Ринок інформаційних послуг характеризується, з одного боку, попитом громадськості, господарських підприємств і державних установ, а з іншого боку, пропозицією послуг державних установ, підприємств із змішаним капіталом та приватних [95].

Зауважимо, що у відмінності від ринку споживчих товарів, що має чіткі територіальні межі, ринок інформаційних послуг характеризується низьким ступенем локалізації. З розвитком сучасних технологій перелік інформаційних послуг виходять за територіальні межі регіонів розширюється за рахунок інших сфер послуг: телемедицини, електронних платіжних систем і перекладів, дистанційної освіти, електронної пошти та багатьох інших. Варто зазначити, що розуміння інформаційної послуги є вкрай широким. Різні фахівці відносять до інформаційних послуг послуги з передачі інформації (цифрові мережі, супутникові системи зв'язку, телефонні мережі тощо), збору і обробки інформації, а також інформаційні

та консалтингові послуги, видавничу діяльність, послуги з навчання та підвищення кваліфікації, створенню інформаційних систем, послуги засобів масової інформації, наукові та проектні розробки, послуги з обслуговування обладнання, пов'язані з обробкою і передачею інформації, об'єкти художньої культури (кіно-, відео-, театральні-видовищні послуги). Проте на сьогодні повний перелік конкретних видів інформаційних послуг навести неможливо, він завжди залишається відкритим. При такому розгляді ринку інформаційних послуг терміни "інформаційний продукт" і "інформаційна послуга" в основному розглядаються як тождісні. Це пов'язано з особливостями інформаційних продуктів: інформаційний продукт не схильний знищенню і фізичному зносу, але часто пов'язаний з конкретним моментом часу, він може легко тиражуватися і одночасно брати участь у кількох процесах відтворення [72].

Інформаційний ринок за оборотом та темпами зростання у більшості розвинених країн світу значно випередив ринок матеріальних продуктів і послуг. Поняття інформаційного ринку досі не є повністю визначеним, його змістове наповнення змінюється разом зі зміною підходів до визначення інформаційної сфери економіки і відрізняється в різних країнах. Інформаційними продуктами, які поширюються на машинних носіях, є текстові файли, бази даних, програми тощо. Відповідні інформаційні послуги, що полягають в організації доступу до цих продуктів, надаються за допомогою спеціальних програм, які поставляються користувачеві разом із самими даними і є невід'ємною частиною інформаційного продукту, або дані, що орієнтовані на обробку стандартними засобами, які є у користувача. Поширення інформації на машинних носіях є тією новою інформаційною технологією, яка за принципом і способом сприйняття найближча до традиційної: користувач точно знає, що він отримує, але він не знає, чи потрібно йому це в такому обсязі. Загалом на світовому інформаційному ринку розрізняють такі основні види інформаційних підприємств: агентства економічної інфор-

мації, документаційні установи, інформаційні брокери, інститути досліджень ринку, консультанти підприємств, економічні довідкові бюро, видавництва фірмової інформації, економічних газет і часописів, економічних книг, виробники банків і баз даних [67, с.2].

Оскільки відбувається конвергенція сегментів ринку, то перетин усіх основних елементів інформаційних технологій і сегментів ринку інформаційних технологій дає уявлення про основні сфери поширення інформаційних технологій. Це дає змогу визначити межі попиту споживачів на окремі види продукції, прогнозувати розвиток ринку інформаційних технологій. Найважливішим фактором, який впливає на процес зростання кількості інтернет-користувачів в світі і Україні, є стан та рівень технічної структури: наявність комп'ютерів, ліній зв'язку, рівень телефонізації. Ринок комп'ютерної техніки характеризується нестабільністю і ненасиченістю, що пов'язано з економічною ситуацією в країні загалом та низькою платоспроможністю більшої частини населення. Зважаючи на те, що останніми роками комп'ютерний ринок демонструє стійкі темпи зростання, і припускаючи збереження цієї тенденції, можна зробити висновок, що це дасть змогу вийти на рівень розвиненіших країн, від чого залежатиме швидкість створення єдиного інформаційного простору та інтеграції України до світового інформаційного простору [66].

Зв'язавши і інтегрувавши (різною мірою) практично всі країни світу, які мають досить розвинену інфраструктуру систем зв'язку та телекомунікацій, інформаційний простір фактично стер кордони між країнами, що є одним з головних стимулів глобалізації і одночасно результатом цього процесу. З розвитком технічних каналів зв'язку та телекомунікацій інформаційний простір набуває в інформаційному суспільстві якості транскордонного в силу відсутності або неефективності в інформаційному просторі більшості традиційних обмежень.

У постіндустріальному суспільстві інформація стає таким же значущим ресурсом, як земля, праця, капітал, підприємницькі здібності. Знаменитий вислів

«знання – сила» як ніколи раніше набуває конкретного змісту, а інформація стає найважливішим фактором економічного зростання [60, с. 152-156].

1.2. Поняття, види та особливості надання інформаційних послуг в ЄС

Інформаційний ринок – система економічних, правових та організаційних відносин з торгівлі інформаційними технологіями, інформаційними продуктами та послугами. Як і звичайний ринок, інформаційний ринок характеризується наявністю попиту і пропозиції, певною номенклатурою продуктів й послуг і цінами, а також постачальниками і споживачами; специфікою даного ринку є те, що інформаційні ресурси, продукти та послуги можуть копіюватися в необмеженій кількості [78, с. 10-15].

Інфраструктура інформаційного ринку – сукупність секторів, кожен з яких об'єднує групу людей або організацій, що пропонують однорідні інформаційні продукти і послуги.

Виділяють п'ять секторів ринку інформаційних продуктів і послуг.

Перший сектор – ділова інформація, складається з наступних частин:

- 1) біржова та фінансова інформація – котирування цінних паперів, валютні курси, облікові ставки, ринок товарів і капіталів, інвестиції, ціни. Постачальниками є спеціальні служби біржової і фінансової інформації, брокерські компанії, банки;
- 2) статистична інформація – ряди динаміки, прогнозні моделі і оцінки економічної, соціальної, демографічної областей. Постачальниками є державні служби, компанії, консалтингові фірми;
- 3) комерційна інформація по компаніям, фірмам, корпораціям, напрямами роботи та їх продукції, цінами про фінансовий стан, зв'язки, угоди, керівників, ділові новини в області економіки та бізнесу. Постачальниками є спеціальні інформаційні служби [85].

Другий сектор – інформація для фахівців, містить такі частини:

- 1) професійна інформація – спеціальні дані та інформація для юристів, лікарів, фармацевтів, викладачів, інженерів, геологів, метеорологів і т. д.;
- 2) науково-технічна інформація – документальна, бібліографічна, реферативна, довідкова інформація в галузі природничих, технічних, суспільних наук, за галузями виробництва та сфер людської діяльності;
- 3) доступ до першоджерел – організація доступу до джерел інформації через бібліотеки і спеціальні служби, можливості придбання першоджерел, їх отримання по міжбібліотечному абонементу в різних формах [87].

Третій сектор – споживча інформація, складається з наступних частин:

- 1) новини і література – інформація служб новин і агентств преси, газети, журнали, довідники, енциклопедії;
- 2) споживча інформація – розклади транспорту, резервування квитків і місць у готелях, замовлення товарів і послуг, банківські операції тощо;
- 3) розважальна інформація – ігри, телетекст, відеотекст.

Четвертий сектор – послуги освіти, включає всі форми і ступені освіти: дошкільне, шкільне, спеціальна, середньо- професійна, вища, підвищення кваліфікації та перепід- готовка. Інформаційна продукція може бути представлена в комп'ютерному або іншому вигляді: підручники, методичні розробки, практиками, розвиваючі комп'ютерні ігри, комп'ютерні навчальні та контролюючі системи, методики навчання [95].

П'ятий сектор – забезпечує інформаційні системи і засоби, складається з наступних частин:

- 1) програмні продукти – програмні комплекси з різною орієнтацією – від професіонала до недосвідченого користувача комп'ютера: системне програмне забезпечення, програми загальної орієнтації, прикладне програмне забезпечення з реалізації функцій в конкретній області приналежності щодо вирішення завдань типовими математичними методами та ін.;

- 2) технічні засоби – комп'ютери, телекомунікаційне обладнання, оргтехніка, супутні матеріали та комплектуючі;
- 3) розробка і супровід інформаційних систем і технологій – обстеження організації з метою виявлення інформаційних потоків, розробка концептуальних інформаційних моделей, розробка структури програмного комплексу, створення і супровід баз даних;
- 4) консультування з різних аспектів інформаційної індустрії – яку набувати інформаційну техніку, яке програмне забезпечення необхідно для реалізації професійної діяльності, чи потрібна інформаційна система і яка, на базі якої інформаційної технології краще організувати свою діяльність і т. д.;
- 5) підготовка джерел інформації – створення баз даних по заданій темі, області, явища і т. д. [97].

Інформаційний ринок, незважаючи на різні концепції і думки щодо його інфраструктури, існує і розвивається, отже, можна говорити про бізнес інформаційних продуктів, послуг, під яким розуміється не тільки торгівля і посередництво, а й виробництво.

Нині ринок інформаційних послуг є дуже динамічним і таким, що інтенсивно розвивається. Інформаційні послуги сьогодні відіграють усе більш значиму роль в економіці. Вони підвищують рівень соціально-економічного розвитку, активізують інвестиційні, інноваційні, ресурсні і інші резерви і забезпечують вдосконалення управління економічними системами. Інтенсивний процес формування глобального наукового і виробничого середовища, а також інформаційно-телекомунікаційної інфраструктури відкриває принципово нові можливості для громадського розвитку і призводить до формування економіки нового типу [107].

Сьогодні в економічній літературі вважається, що послуга – це конкретний результат економічно-корисної діяльності, який проявляється або у вигляді

товару, або безпосередньо – діяльності. Головна ознака послуги – її «невідчутність», тобто неможливість продемонструвати послугу до її безпосереднього надання. Послуги поділяють на матеріальні та не матеріальні. Матеріальна послуга полягає в тому, що діяльність спрямована на певну матерію (неживу річ або живу, зокрема людський організм). При наданні послуги нематеріального характеру діяльність спрямована на нематеріальне благо, наприклад, в інформаційній послугі – на передачу інформації [109].

Нині необхідно встановити особливий правовий режим інформаційних послуг, включивши до них: аудиторські, консультаційні послуги, послуги з навчання. Безумовно, цей перелік не є вичерпним, оскільки інформаційне суспільство лише формується в світі і в Україні, але можливість розроблення загального механізму правового регулювання суспільних відносин, об'єктом яких виступає інформаційна послуга, визначається двома факторами: більшість інформаційних послуг має нематеріальний характер; діяльність з їх надання включає збирання, обробку і передачу інформації, що здійснюється різними способами [104].

Різні науковці по-різному інтерпретують поняття "інформаційна послуга". На думку одних, це послуга, орієнтована на задоволення інформаційних потреб користувачів шляхом надання інформаційних продуктів [100].

В. Г. Гавриленко, Н. І. Ядевич визначають інформаційну послугу як надання в розпорядження користувачів необхідних їм інформаційних продуктів в документальній або електронній формі, а також розповсюдження інформаційними мережами, що належать користувачам інформації або інформаційних продуктів [111].

Л. Б. Ситдикова на основі аналізу правових засобів і різноманіття сучасних підходів учених до дослідження даних дефініцій співвідносить поняття "інформаційна послуга" і "консультаційна послуга" і говорить про їх тотожність [112].

Фейтмех (Маріам) Захеда на основі процесного підходу під інформаційною послугою пропонує розуміти сукупність трьох категорій: розробка, технічна

підтримка і доставка інформації. Він відмічає, що нині намічається тенденція переходу до інтеграції апаратних засобів, програмного забезпечення і консалтингу, яка переміщує промисловість від продажу виробів до продажу комерційних рішень. Якщо пошириться такий підхід, то межі між апаратними засобами, програмним забезпеченням і консалтинговими фірмами будуть стерті [113; 35, с. 224-237].

Проте, на нашу думку, є певні неточності у визначенні поняття "інформаційна послуга": - вузька спрямованість деяких інтерпретацій, орієнтованих на відображення лише окремих проявів інформаційної послуги; - ототожнення інформаційної послуги і інформаційного продукту; - ототожнення інформаційної послуги і інформації, яка надається в результаті її здійснення; - недоліки економічного сотримання в інтерпретації інформаційної послуги; - орієнтування на спробу відображення суті інформаційної послуги без використання теоретичних розробок в області визначення поняття "послуга"; - недостатнє використання системного підходу для формулювання повного набору проявів інформаційних послуг та ін [113]. В додатку А можна ознайомитися з різними інтерпретаціями поняття «інформаційна послуга» та їх особливостями.

Перш ніж перейти до уточнення поняття "інформаційна послуга", слід зазначити, що, на думку значної частини дослідників, інформаційна послуга тісно пов'язана з інформаційним продуктом. Приміром, на думку Н. Н. Сьомкіної, інформаційна послуга - це отримання і надання в розпорядження користувачів різних інформаційних продуктів. Поява інформаційних послуг розширила попит на інформаційні продукти, оскільки сприяла індивідуалізації пропозиції інформації - його наближенню до індивідуальних окремих користувачів, а також зближенню інформаційних моделей водіїв і користувачів інформаційних продуктів. Проте результатом інформаційної діяльності виступають не товари і послуги, а споживні вартості корисний ефект праці. При цьому робиться злиття понять "інформаційна послуга" і "інформаційний продукт" [118; 82, с. 90-97].

Термін "інформаційний продукт", на думку О.В. Капустіной, не має однозначного визначення, а саме поняття вбирає в себе досить великий спектр товарів: книги, журнали, бази даних, музику, відео, програмне забезпечення. При цьому Х. Веріан визначає інформаційний продукт як будь-який продукт, який може бути перетворений в цифровий формат. О.В. Капустіна вважає, що важливо відрізнити інформаційний продукт і інформаційну технологію, остання є деяким засобом зберігання, передачами і обробками інформації. Інформаційна технологія без наповнення її відповідним змістом не набуває особливої цінності і є сервісом, допоміжним інструментом для створення і відтворення інформаційної продукції [36, с. 172; 43, с. 78].

С.Д. Підпругін надає власне визначення інформаційного продукту - це інформація, яка зафіксована на матеріальних носіях, що забезпечують передачу інформації в часі і просторі між різними споживачами для вирішення певних завдань. Інформаційні продукти використовуються як предмет, засіб праці і загальний продукт праці практично в усіх галузях економіки. На думку автора, суть інформаційної послуги полягає в тому, що вона виражає стосунки між господарюючими суб'єктами з приводу і у зв'язку зі зберіганням, обробкою і передачею інформації. Інформаційні продукти як вважає дослідник, можна представити як товар, оскільки вони мають споживчу вартість. В деяких випадках інформаційні продукти і послуги можна характеризувати як економічне благо (громадське благо), оскільки вони створені людьми, мають корисність і здатні задовольняти інформаційні потреби [71, с. 120; 49, с. 119].

Н.Н. Сьомкіна під інформаційним продуктом пропонує розуміти товар особливого роду, який має не лише ціну і конкретну корисність для окремих споживачів, але і має загальну корисність. Це особливий продукт, що має споживчу вартість завдяки матеріалізованій в нім інформації. Як економічна категорія інформаційний продукт виражає стосунки між юридичними і фізичними особами, суб'єктами економіки в зв'язку і з приводу виробництва (створення),

розподілу, обміну і споживання певної інформації, зафіксованою на різних носіях в цілях якнайповнішого задоволення особистих, колективних і державних потреб в цій інформації [82, с. 120-125; 55, с. 87].

Р. Фрічек під інформаційними продуктами пропонує розуміти документовану інформацію, підготовлену у відповідності з потребами користувачів і призначену або вживану для задоволення потреб користувача. Під документованою інформацією розуміється інформація, зафіксована на матеріальному носії з реквізитами, що дозволяють її ідентифікувати [91, с. 143-146].

До інформаційних продуктів, на думку Є.В. Кокшної, відносять програмні продукти, бази і банки даних, довідники, періодичні видання, новинні стрічки і іншу інформацію. Під інформаційним продуктом Є.В. Красильникова визначає як результат інтелектуальної, творчої діяльності людини, який є певним набором знаків і символів і може бути переданий іншій особі за допомогою матеріальних носіїв, засобів зв'язку і телекомунікацій. Інформаційні продукти мають специфічні ознаки і властивості, відмінні від подібних характеристик традиційного товару матеріального виробництва. Ознаки інформаційного продукту залежать від специфічних ресурсів, необхідних для його створення, - інформації і знань, що породжують нові знання і інформацію ідентифікувати [40, с. 85-87].

У існуючих трактуваннях поняття "інформаційний продукт" можна виділити деякі недоліки, наприклад:

- виділення інформаційного продукту як результату деякої вузьконаправленої діяльності (частенько за видами діяльності), а не як об'єктивного явища на ринку інформаційних послуг, що має власну природу;
- ототожнення понять "інформаційна послуга" і "інформаційний продукт" в трактуванні деяких авторів;
- включення деяких сучасних проявів інформаційних продуктів в понятійну інтерпретацію, що ускладнює розуміння ретроспектив і перспектив розвитку інформаційних продуктів;

- визначення інформаційного продукту як деяке представлення інформації, що призводить до неточностей в розподілі понять "інформаційний продукт" і "інформація" (оскільки однією з характеристик самої інформації є спосіб представлення);
- виділення тільки окремих проявів інформаційних продуктів без узагальнення проявів цього явища та ін [38, с. 100].

Тому під інформаційним продуктом ми пропонуємо розуміти використовувану в інформаційно-економічному процесі сукупність методів і способів в історично обумовлених формах при виробництві, реалізації і споживанні інформаційної послуги. При цьому, історично обумовлена форма інформаційного продукту включає матеріальне (книги, журнали, каталоги та ін.), програмне (програми, інтерфейси, інформаційні оболонки та ін.), технічне (комп'ютери, планшети, ноутбуки та ін.), інфраструктурне (мережа Інтернет, локальні проводні мережі, безпроводні мережі та ін.) і інший прояв інформаційного продукту, у тому числі в товарній формі [45, с. 120-130].

Можна запропонувати класифікацію сучасних укрупнених груп цільових характеристик використання інформаційних продуктів на ринку інформаційних послуг. Відповідно до цієї класифікаційної ознаки виділимо групи інформаційних продуктів :

- представлення інформації (книги, звіти, журнали, статистичні таблиці та ін.);
- структуризації і зберігання інформації (банки даних і знань, програмні класифікатори та ін.);
- модифікації інформації (пакети прикладних програм обробки статистичних даних, такі як Statistica, Mathcad, Дикси+, обчислювачі, калькулятори та ін.);
- забезпечення інформаційного обміну: доступу, надання, передачі та ін. (освітні системи, інформаційні оболонки для роботи в мережі Інтернет, СУБД, програмні продукти для роботи в інформаційних системах та ін.);

- транзакцій (електронні системи банківських транзакцій, системи торгових транзакцій, системи електронних транзакцій, клірингові системи, біржові системи та ін.) [52, с. 200-220].

Відмітимо, що для здійснення інформаційної послуги іноді потрібне використання декількох інформаційних продуктів. При цьому деякі інформаційні продукти поєднують характеристики декількох класифікаційних груп, приміром доступу і надання інформації; структуризації, модифікації і представлення інформації та ін.

Підготовка і надання інформаційних послуг, на думку Є.В. Трофимової, включають: зв'язок для надання здійснюваних у формі передачі даних інформаційних послуг; обробка даних в обчислювальних центрах; програмне забезпечення; розробка інформаційних систем; розробка інформаційних технологій [89, с. 120-140].

При цьому, як відмічає В.А. Романов, постачальник інформаційних послуг - це зовнішня організація або власний підрозділ, який надає ІТ-послуги замовникові. На його думку, виробництво і реалізацію інформаційної послуги може здійснювати економічний суб'єкт. Інформаційні послуги є складовою частиною ринку інформаційних технологій і аналізуються нарівні з іншими сегментами: апаратним забезпеченням, програмним забезпеченням і т. д. [78, с. 18].

А.Н. Лазарєв визначив, що разом з традиційними видами інформаційних послуг (випуск інформаційних видань, надання першоджерела, дистанційний доступ до видалених баз даних, ретроспективний пошук інформації, послуги за поданням НТІ та ін.) в умовах того, що розвивається світового ринку інформаційних послуг з'явилися нові їх види у зв'язку з використанням інформаційної технології [52, с. 180-190].

Споживачами інформаційних послуг можуть бути держава, муніципальні органи влади, підприємства, організації, приватні особи, тобто економічні суб'єкти. Виділивши особливості в існуючому термінологічному апараті, а також

різні прояви інформаційної послуги, потрібно уточнити поняття "інформаційна послуга" [50, с. 120-130].

Інформаційна послуга - погоджений процес створення споживної вартості, сформованої в результаті цільового використання інформаційних продуктів, орієнтована на задоволення інформаційних потреб економічних суб'єктів.

До інформаційних потреб можна віднести: потреба в інформації, необхідність в доступі до інформації, потреба в передачі інформації, потреба в самовираженні, потреба в особовому і суспільному зростанні освітнього рівня, потреба у взаємодії (спілкуванні) та ін. Інформаційні послуги на сучасному рівні технологічного розвитку здатні задовольнити найбільш широке коло інформаційних потреб людини і суспільства.

Інформаційні послуги як явище суспільного розвитку мають сукупність специфічних властивостей і якостей. Інформаційна послуга, на думку Є. В. Кокшиной, є продуктом духовної культури і має специфічні властивості: полегшує доступ споживача до інформації, розширює можливості його вибору, має корисність, невід'ємний від виконавця, унікальний і носить інтелектуальний характер, йому не властиві накопичення і зберігання [40, с. 86].

Н.І. Гаврильчак і Л.А. Айдаров виділяють ще дві ключові специфічні особливості інформаційної послуги як товару: вона неділима і не завжди приносить прибуток підприємцеві [23, с. 143-145].

В.А. Радчук виділив специфічні особливості інформаційних послуг, які відрізняють їх від традиційних: цільове призначення, сегментарність вибору, різна швидкість втрати актуальності, можливість багаторазового використання, висока вартість виробництва, складність визначення корисності, висока динамічність [75, с. 100-100].

Є ще інші характеристики, які відрізняють інформаційні послуги від інших послуг :

- формалізованість - виробництво, реалізація і споживання інформаційної послуги припускає виконання деяких формалізованих операцій використання технічного, програмного забезпечення, що відповідає, і інфраструктурі;
- алгоритмічність - виробництво і реалізація інформаційної послуги є послідовністю здійснення алгоритмів виконання цього процесу;
- машиноорієнтованість - переклад процесу виробництва, реалізації і споживання інформаційної послуги у віртуальну сферу з використанням різних інформаційних систем;
- залежність від інформаційних продуктів - можливість і якість надання інформаційних послуг тісно пов'язані з використовуваними інформаційними продуктами;
- пролонгованість в часі - використання інформаційною послугою може бути регламентоване для багато часу;
- збереження результатів виробництва, реалізації і споживання інформаційної послуги - результати зберігаються у вигляді збереження використаних алгоритмів, ресурсів, запитів, інфраструктурних елементів, отриманих результатів для оптимізації наступних процесів виробництва і реалізації інформаційних послуг;
- глобальність споживання інформаційних послуг - обумовлюється глобальністю використовуваною інформаційно-комунікативною інфраструктурою;
- розширюваність і ускладнення ринку інформаційних послуг - спостерігається збільшення видів економічної діяльності, які долучаються у функціонування на ринку інформаційних послуг, а також об'ємів і структури вироблюваних послуг, що реалізуються;
- багаторівневність виробництва, реалізації і споживання інформаційних послуг - процес виробництва, реалізації і споживання інформаційної послуги представляє собою послідовність актів надання сукупності інформаційних послуг виробникові інформаційної послуги і споживачеві;

- комплексність виробництва, реалізації і споживання інформаційних послуг - ви-робляючи конкретну інформаційну послугу, споживач отримує декілька інфор-маційних послуг, приміром, здійснюючи пошук конкретної інформації в мережі Інтернет, споживач отримує наступні інформаційні послуги: доступу в мережу Інтернет, структуризації інформації в електронних ресурсах, звернення до елек-тронний ресурсу, підтримка інформаційного запиту, збереження результатів по-шуку, надання інформації на необхідний носій і таке інше. Такий процес відбу-вається і при виробництві і реалізації інформаційних послуг [73, с. 12-14].

У постіндустріальному суспільстві інформація стає таким же значущим ре-сурсом, як земля, праця, капітал, підприємницькі здібності. Знаменитий вислів «знання – сила» як ніколи раніше набуває конкретного змісту, а інформація стає найважливішим фактором економічного зростання.

Стосовно програмного забезпечення, то обсяг піратських продуктів стабі-лізувався, більшість фірм при об'єднанні різних програмних засобів в мережі ро-бить висновок про необхідність купувати тільки ліцензійне програмне забезпе-чення, тому піратські копії ще можуть незалежно працювати на декількох персо-нальних компютерах, але в мережі існує велика ймовірність збоїв [62, с. 200-220].

У світі набуває поширення діалоговий пошук інформації у віддалених від користувача базах даних через глобальні національні або ж проблемно орієнто-вані інформаційні мережі. Такі мережі зараз є у всіх розвинених країнах світу і забезпечують інформаційну підтримку сфер бізнесу, науки, освіти, культури і промислового виробництва.

Незважаючи на те що в результаті стрімкого розвитку процесу інформати-зації суспільства, ціни на інформаційному ринку швидко знижуються, інформа-ційний сектор економіки залишається виключно важливою і вигідною сферою вкладення капіталу та трудової зайнятості суспільства. Адже інформаційні та ко-мунікаційні послуги починають сьогодні домінувати в сфері послуг розвинених країн, таких як США, Японія, країни Західної Європи [77, с. 180-200].

Приблизно 3/4 сучасного світового ринку інформаційних послуг припадає на операції п'яти економічно найбільш розвинених країн. При цьому частка США на світовому ринку інформаційних послуг складає понад 50 %, що значно більше частки цієї країни, наприклад, у світовій торгівлі (12 %). На другому місці знаходиться Японія, обсяг операцій купівлі-продажу інформаційних послуг у якій наближається до 10 % світового ринку. Третє місце займає Великобританія. В усіх перерахованих країнах основу ринку складають власне інформаційні послуги.

Ринок інформаційних послуг характеризується: з одного боку, попитом громадськості, підприємств і державних установ, а з іншого боку, пропозицією послуг державних установ, підприємств із змішаним капіталом та приватних організацій і осіб. Діяльність приватних інформаційних фірм регулюється попитом і ефективністю пропозиції. Розвиток і надання інформаційних послуг, включаючи дослідження, розробки і консультування, які фінансуються державою, відбувається за межами пропозиції і попиту, керованих інформаційним ринком. Інформаційні служби державних установ намагаються орієнтуватися на існуючий попит, який не представляє інтересу для приватних інформаційних підприємств і тому не веде до пропозиції ними інформаційних продуктів і послуг [39, с. с. 224-226].

Змішаний сектор надає користувачам широкий спектр інформаційних продуктів і послуг і гнучко реагує на зміни попиту.

Об'єктивне зростання інформаційних потреб пов'язано із загальним підвищенням складності управління і з необхідністю обґрунтовано аргументувати запропоновані заходи, користуючись інформацією прогнозного характеру.

Споживачами більшості видів інформаційних послуг можуть бути як безпосередні споживачі, так і спеціалізовані інформаційні органи, для яких ці послуги виступають предметом праці і напівфабрикатом при підготовці власних інформаційних послуг [47, с. 379-381].

На інформаційному ринку передача та надання інформації можуть відбуватися двома шляхами: а) укладення договорів на її передачу, коли передається інформація і права на її (найчастіше це нерозкрита інформація, яка не вилучена з цивільного обігу); б) укладання договорів про надання інформаційних послуг (йдеться вже про загальнодоступну інформацію) [44, с. 132].

Крім цього, законодавство виділяє інформаційні послуги загального призначення. Так, відповідно до Порядку надання інформаційних та інших послуг з використанням електронної інформаційної системи «Електронний Уряд» (п. 2) за законодавством України до інформаційних послуг загального призначення належать інформаційні послуги, надання яких не потребує ідентифікації суб'єктів правових відносин. Інформаційні послуги можуть надаватися на безоплатній основі. З правової точки зору (в Україні), інформаційна послуга — це корисний ефект від здійснення виконавцем на замовлення замовника певних дій, а саме — пошук інформації, обробка її таким чином, щоб зробити останню доступною для розуміння замовника. Корисний ефект має немайновий характер, що втілений у конкретних відомостях певної галузі знань, які становлять інтерес для замовника. Ці відомості мають бути цінними, носити ексклюзивний характер і не можуть бути загальнодоступними. Аналізуючи історію виникнення ринку інформаційних послуг в межах Європейського Союзу, можна зробити висновок про те, що поява інформаційних послуг загалом пов'язана з виникненням людства і комунікації між людьми. 21 століття – епоха розвитку технологій і прогресу на ринку інформаційних технологій. Це зумовило зміну поняття «інформаційні послуги», розширення видів і типів інформаційних послуг і світі, і, як наслідок, зміну законодавства держав в цій сфері. Це пов'язано з необхідністю регулювання ринку інформаційних послуг на державному рівні, та, в багатьох випадках, і на міждержавному рівні. Сьогодні існує безліч поглядів і точок зору на визначення поняття «інформаційні послуги», однак, можна сказати про необхідність удосконалення цього поняття і закріплення його в законодавстві конкретних держав.

РОЗДІЛ 2 ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ НАДАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В ЄС

2.1. Інформаційна політика ЄС як об'єкт правового регулювання

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій, передусім засобів інтерактивної комунікації (Інтернет та мобільної телефонії), спричинив об'єктивний процес формування інформаційного суспільства, задекларованого у цілях ЄС. Європейський Союз орієнтований на сприяння розвитку й поширенню нових інформаційних та комунікаційних технологій, відповідно до ст. 163-172 Договору про заснування Європейського Співтовариства. Європейський Союз також націлений на стимулювання розробки додатків і контенту, підтримку ініціатив, які заохочують європейців використовувати переваги інформаційного суспільства й дати їм можливість бути його членами.

Інформаційна політика ЄС – це ідеологія європейського співробітництва у сфері комунікацій, узгоджена учасниками міжнародного співтовариства, вона є втіленням програм і концепцій розвитку інформаційної сфери, спрямованих на співробітництво в галузі інформації та комунікації. Співробітництво держав–членів ЄС у галузі інформації та комунікації здійснюється шляхом реалізації спільної інформаційної політики, що здійснюється відповідно до її специфічної архітектури, яка складається з трьох рівнів – національного, регіонального та глобального, в трьох сферах – внутрішній політиці, зовнішній політиці та праві та правовому регулювання [59, с. 64].

Європейська модель інформаційної політики відрізняється поняттям «об'єднана Європа» та бере до уваги стратегію європейської інтеграції. Характерними її рисами є варіативність і політична спрямованість програм побудови інформаційного суспільства для різних країн, обумовлених новою європейською геополітикою, становленням інформаційної економіки, різними можливостями

постіндустріального розвитку. Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій та інформатизації суспільства в Європейському Союзі входить до кола його найважливіших пріоритетів і реалізується насамперед у межах політики у сфері інформаційного суспільства (Information society policy) та аудіовізуальної продукції і ЗМІ (Audiovisual and Media policy).

Інформаційна політика ЄС за свою основу має доктрину Європейського інформаційного суспільства, що була проголошена у 1994 році у доповіді М. Бангеманна “Європа і глобальне інформаційне суспільство: рекомендації для Європейського Союзу. Основна ідея документа – створення інформаційного суспільства на основі процесу європейської інтеграції для забезпечення економічної стабільності країн Європи, економічного зростання традиційних і нових (інформаційних) виробництв; розв'язання соціальних проблем – зайнятості населення шляхом створення нових робочих місць; надання можливостей для вільного доступу до глобальних мереж із метою освіти, охорони здоров'я та адміністративного управління [63, с. 153].

Усвідомлюючи важливість нових тенденцій еволюційного розвитку, Європейська комісія прийняла програмний документ “Шлях Європи до інформаційного суспільства” (1994 р.), в якому визначені принципи діяльності ЄС в галузі інформації і комунікації. Вони полягають у необхідності формування суспільної думки і підготовці європейської спільноти до усвідомлення реалій інформаційного суспільства; у створенні концепції європейської інформаційної політики та європейського інформаційного права; у забезпеченні вільного доступу до інформаційних послуг із широким спектром використання; впровадження багатомовності в інформаційній і комунікаційній діяльності, збереженні національної культурної самобутності та ідентичності.

З 1994 по 1998 рік усі науково-технічні ініціативи Європейського Союзу відбувалися в межах Четвертої рамкової програми, реалізація якої здійснювалася через 18 цільових програм. Одна з найбільш дієвих ініціатив – актуалізація серії

послідовних проектів, спрямованих на розвиток культури і збереження культурної спадщини:

- 1) Мультимедійний доступ до європейської культурної спадщини Меморандум взаєморозуміння (1995-1998);
- 2) Мультимедія для освіти і зайнятості через інтеграцію культурних ініціатив (1999-2002).

Мультимедійний доступ до європейської культурної спадщини «Меморандум взаєморозуміння» (1995-1998) – проект співробітництва, добровільна угода між організаціями (музеями і галереями, державними і громадськими організаціями, навчальними і науковими центрами, електронними видавництвами, компаніями, які спеціалізуються у сфері телекомунікаційних і апаратно-програмних комплексів), готовими активно виступати за досягнення консенсусу з проблем, важливих для усіх сторін [70].

В цьому проекті було визнано низку зобов'язань. Зобов'язання державних організацій:

- створювати умови для співробітництва музеїв і галерей із приватним сектором;
- внести необхідні уточнення в законодавство в галузі права на інтелектуальну власність і авторське право;
- брати участь у фінансуванні створення електронних інформаційних ресурсів, у тому числі у випадках, коли це не продиктовано прямим суспільним або комерційним інтересом;
- сприяти співробітництву і забезпечувати поширення інформації в школах, університетах і громадських організаціях;
- підтримувати механізми електронного маркетингу (у тому числі, захищати комерційні інтереси музеїв і власників авторських прав та інтелектуальної власності) [14, с. 130-140].

Позиція ЄС в регіоні обумовлює економічну й соціальну інтеграцію європейських країн, реорганізацію бізнесу, переосмислення відносин державного та приватного секторів, нові форми організації праці й інші інституційні перетворення. Напрями та стратегії інформполітики ЄС втілені у програмах і проектах Організації, стратегічних наукових дослідженнях, таких як RTD (Розвиток технологічних досліджень), ІМПАСТ (Інформаційні технології і ринкова політика), ESPRIT (Європейська стратегічна програма промислового розвитку й впровадження технологій), проектах «Он-лайн для урядів», «Глобальна інвентаризація», «Глобальний виклик Бангемана», «Електрона комерція», «Дистанційна освіта, медицина, культура та інформаційні послуги». Реалізація програм і проектів ЄС, спрямованих на становлення інформаційного суспільства в Європі, здійснюється за підтримки ЄС та європейських країн на найвищому рівні (до 80% річного бюджету Єврокомісії). У політичному плані Єврокомісія ЄС розробляла поступові зміни щодо інформаційного суспільства, починаючи з Плану дій 1998-2000 рр., яким було передбачено забезпечення всебічного використання інформаційних супермагістралей (зокрема, мережі «Internet»). Також Уряди країн Європи висловлювали занепокоєння проблемою технологічної залежності від США та Японії і технологічною експансією цих країн у Європейському регіоні, що знаходить відображення в проектах розвитку EuroNet, збагачення національних інформаційних ресурсів відповідно до світових стандартів, поширення європейських інформаційних продуктів та послуг на глобальному телекомунікаційному ринку. До провідних ідей інформполітики ЄС можна віднести становлення такого інформаційного суспільства, яке забезпечить соціально-економічне зростання регіону за рахунок реалізації 1 млн. нових робочих місць (щорічно) в інформаційній індустрії [17, с. 120-130].

На сьогоднішній день інформаційна політика має необхідність формування (маніпулювання), врахування і вивчення громадської думки, що пов'язано з утвердженням демократичних цінностей як загально цивілізаційних. Інформаційна

політика стала окремою галуззю, інструментом реалізації як внутрішньо, так і зовнішньополітичного курсів політики держави. Інформаційна політика ЄС перебуває на стадії свого формування і динамічної трансформації, що викликане змінами загроз та викликів та усвідомленням необхідності відповіді на них.

Інститути, через які реалізується загальна політика в галузі інформації та комунікації реалізується через основні органи і спеціалізовані структури організації— Європейську Раду, Європейську Комісію, Генеральний Директорат з інформаційного суспільства, Форум інформаційного суспільства ЄС, Генеральний Директорат з освіти і культури та через інформаційні центри у країнах-членах організації та за її межами [12, с. 20-33].

У рамках ЄС реалізується близько 500 програм і проектів, спрямованих на всебічний розвиток інформаційного сектору, ефективність індустрії та впровадження високих технологій у всі сфери життєдіяльності країн-членів ЄС. Європейський Союз розвиває програми наукових досліджень у галузі інформаційних технологій у різних контекстах за стратегічними напрямками європейського розвитку на основі інтелектуального потенціалу та об'єднання інформаційних ресурсів. Інформаційні програми ЄС включають широкий спектр співробітництва європейських країн для розвитку передових інформаційних та комунікаційних технологій, стимулювання політики глобальних інновацій, адаптацію європейських ринків до нових соціально-економічних умов і подальший розвиток наукових інтерактивних досліджень [3].

Реалізація програм і проектів ЄС, спрямованих на становлення інформаційного суспільства в Європі, здійснюється за підтримки ЄС та європейських країн на найвищому рівні (до 80% річного бюджету Єврокомісії).

Формування єдиного інформаційного простору (чи інформаційна інтеграція), здійснюється на основі концепції єдиної (загальної) інформаційної політики Євросоюзу, а також реалізується через реалізацію стратегій, програм і проектів

міжурядових регіональних організацій, у рамках яких розглядаються і вирішуються проблеми становлення інформаційного суспільства в Європі, розвитку «інфо-інфраструктури», інформаційних комунікаційних магістралей, телекомунікаційних мереж, проблеми інформаційної економіки, електронної торгівлі, тощо [13, с. 35].

Проекти ЄС щодо інформаційної політики передбачають:

- створення інформаційно-телекомунікаційної системи для забезпечення оперативного обміну документами між урядами європейських країн;
- використання адміністраціями інформаційних технологій у режимі реального часу для оперативного зв'язку урядів, для узгодження процесів прийняття політичних рішень, інформування європейської громадськості про регіональні та національні політичні ініціативи і пропозиції (проект «Он-лайн для урядів»);
- створення Глобального банку інформації про діяльність європейських країн, забезпечення засобами мультимедіа систематизації, зберігання і доступу до електронної інформації за основними національними та міжурядовими європейськими проектами, дослідженнями й іншими банками інформації, що стосуються підтримки та розвитку глобального інформаційного суспільства (проект «Глобальна інвентаризація»);
- створення європейської інформаційно-маркетингової мережі для підтримки малого і середнього бізнесу, інформаційної економіки, ефективного ринку електронної комерції, інформаційної індустрії. Практика ЄС свідчить, що нерозвинена інформаційно-маркетингова інфраструктура стала головною причиною жорсткої конкуренції із зустрічними імпортними поставками навіть на внутрішньому європейському ринку. Якщо іноземний інвестор не знаходить адекватної інформації по регіону в офіційному порядку, вона або збирається самостійно, або регіональний ринок утрачає потенційного інвестора (у таких випадках, як правило, аналізується інформація загального характеру – політична і демографічна;

правова інформація; інформація про конкурентне середовище та можливості національних ринків; статистична інформація про торговельні потоки; інформація про цінову політику 9 проект «Електрона комерція»). Проект «Електрона комерція» забезпечує створення електронних довідників та передачу інформації мережами або на оптичних носіях – CD;

- у межах діяльності Єврокомісії – підтримка дистанційної освіти, культури, медицини (проект «Життя і працевлаштування в інформаційному суспільстві»);
- проект «Глобальний виклик Бангемана» (Global Bangemann Challenge, GBC) – міждержавна програма, яка спрямована на розвиток ідеї інформаційного суспільства в країнах Європейського регіону та світу, розробку національних програм і впровадження прогресивних комунікаційних технологій у європейську економіку.

Від початку другого десятиліття XXI ст. дано відлік новому етапу розвитку інформаційного суспільства в Європейському Союзі, пов'язаний з прийняттям документа «Стратегія «Європа 2020»» (Europe 2020 Strategy) – нової політичної стратегії розвитку Європейського Союзу до 2020 року, орієнтованої на підтримку зайнятості населення, підвищення продуктивності і соціальне згуртування в Європі. Європейський Союз нині є прикладом для розгляду процесів формування та реалізації багаторівневої інформаційної політики та взаємоузгодження цих рівнів між собою [1; 15].

Основними цілі інформаційної політики ЄС з початку XXI століття стали такі:

- скорочення регуляторного навантаження на компанії, що надають послуги інформаційного суспільства;
- забезпечення доступу всіх клієнтів до набору базових послуг за доступними цінами (телефон, факс, доступ в Інтернет, безкоштовні дзвінки служби екстреної допомоги), а також доступ до цих послуг людям з обмеженими можливостями;

- стимулювання конкуренції за рахунок скорочення домінуючого положення колишніх національних монополій телекомунікаційної сфери, зокрема у сфері високошвидкісного доступу до Інтернет.

У кожній державі-члені діють національні регулюючі органи, які координують свою політику на рівні ЄС зокрема, із так званою Європейською групою регуляторів для мереж електронних комунікацій і послуг ERG – European Regulators Group for electronic communications networks and services), яка була створена Комісією для забезпечення належного механізму для заохочення співробітництва й координації між національними регулюючими органами та Комісією із метою сприяння розвитку внутрішнього ринку електронних комунікаційних мереж та послуг. Згодом, на базі набутого досвіду, ERG був замінений Органом європейських регуляторів в галузі електронних комунікацій (Body of European Regulators for Electronic Communications – BEREC). BEREC у складі ради із 27 представників національних регулюючих органів і бюро підтримки було створені в межах нещодавно проведеної реформи правил телекомунікації ЄС для поліпшення узгодженості реалізації нормативно-правової бази. Перші засідання Ради Регуляторів BEREC та Комітету з Управління було проведено в Брюсселі 28 січня 2010 року [27, с. 123-126].

Є три пріоритетні напрями інформаційної політики ЄС:

- підприємства і громадяни повинні мати доступ до недорогих послуг світового класу, комунікаційної інфраструктури та широкого спектру послуг;
- кожен громадянин повинен отримати навички, необхідні для життя й роботи в інформаційному суспільстві;
- доступ до інформації протягом усього життя є основним компонентом європейської соціальної моделі.

В 2016 року відбулося заслуховування Європейським Парламентом доповіді про протидію ворожій ЄС зовнішній пропаганді з боку Росії та ісламістських

угруповань. Це стало початком нової інформаційної політики Європейського Союзу [31].

«Європейський парламент визнав факт повномасштабної російської пропаганди в ЄС та фінансування європейських партій і організацій Кремлем. Саме про це говориться у доповіді про протидію ворожій ЄС зовнішній пропаганді з боку Росії та ісламістських угруповань, що була прийнята. Прийняття доповіді - це початок нової інформаційної політики щодо пропагандистських потуг Росії. Європа буде захищатися від пропаганди Кремля».

Документом визнається, що ворожа пропаганда проти ЄС і країн-членів спрямована на викривлення правди, внесення розколу між ЄС та його північно-американськими партнерами, погіршення процесу прийняття рішень, дискредитацію інститутів влади, покликана викликати страх і невпевненість серед громадян блоку [36, с. 140-150].

Європарламент також визнав, що Росія застосовує широкий спектр інструментів: аналітичні центри, багатомовні телевізійні канали, псевдоінформаційні агенції, соціальні медіа та інтернет-тролів. Їх діяльність спрямована на розкол Європи та створення хибної уяви про наявні розбіжності між країнами ЄС та їх східними сусідами.

Таким чином, формування та реалізація інформаційної політики ЄС на сьогоднішній день є об'єктивним процесом, тому існує проблема його осмислення. Однак інформацій з цього приводу є дуже багато, тому існує проблема його обробки та класифікації. Головна мета об'єднаної Європи – це створення розвиненого інформаційного суспільства як нового етапу існування інтелектуального суспільства. Необхідність переходу до інформаційного суспільства, зазначається в останніх документах Європейського союзу, обумовлюється становленням та домінуванням у нових технологічних укладів, переходом інформаційних ресурсів у реальні ресурси соціально-економічного прогресу, задоволенням потреб суспіль-

ства в інформаційних продуктах і послугах, зростанням ролі інформаційно-комунікаційної інфраструктури у системі суспільного виробництва, вдосконаленням освітньої, науково технічної і культурної сфер та рівноправного використання «глобальної інформаційного блага» [28, с. 5].

2.2. Медіа-ресурси як об'єкт правового регулювання на ринку надання інформаційних послуг ЄС

Інформаційний ресурс - це сукупність відомостей, які мають смислову цінність. Медіа-ресурс - це інформаційний ресурс, призначений для специфічного відчуття через окремий сенсорний канал (зір, слух, дотик, нюх, смак) або їх сукупність. В даний час широко використовуються такі індивідуальні медіаресурси, як текст, статична графіка (рисунок та фотографії), анімація, відео і звук. Відповідно до цього визначення, аудіовізуальні твори відносяться до складних (зв'язаних) медіа ресурсів, що підтверджується технічною можливістю їх розбіжності на незалежних аудіо- та відеорядів [68].

Медійні ресурси (медіаресурси) - сукупність накопичених на носіях запису інформаційних продуктів ЗМІ, з метою подальшого їх використання. Інформаційний продукт є сукупність даних, підготовлена його виробником для подальшого поширення. Термін набув широкого поширення в процесі використання ресурсів ЗМІ в цифрових форматах запису, що дозволяють надавати користувачам медійні ресурси в глобальній мережі Інтернет. Тобто, вони складають матеріальну основу функціонування ЗМІ в мережевому середовищі - на сайтах, порталах.

За змістом (контенту) мережеві медіаресурси відрізняються від ресурсів, що функціонують в класичних формах поширення - в друкованому вигляді, в ефірній трансляції, при передачі по кабельній мережі, при використанні різних носіїв запису (фотографічної і магнітної стрічки, грамплатівок, компакт-дисків та

ін.). При функціонуванні в мережевий формі, поряд з «повнотекстових» форматом повідомлення, може використовуватися його скорочений варіант, що дозволяє ознайомитися з анотований змістом, використовується також архівне зберігання повідомлень, що відкриває доступ користувачам до колишніх випусків, передачам.

Ефективність використання цих медіа-ресурсів в значній мірі визначається законодавчою базою, що регулює можливість та обов'язки їх творців у відповідності до норм авторських та суміжних прав, а також з кримінальним законодавством [69].

Сьогодні поняття медіа-ресурси почало використовуватися досить активно саме в значенні засобів масової інформації, які розповсюджують інформацію через мережу Інтернет. Такі медіа-ресурси називають нові медіа.

Нові медіа – це, передусім, нові технології, поширення та злиття старих традиційних форм медіа з Інтернетом (конвергентні – тобто злиті або змішані технології). Реакція на нові медіа знайшла відображення у Спільній Декларації Доповідача ООН з питань свободи переконань та вираження поглядів, Представника ОБСЄ з питань свободи ЗМІ, Спеціального Доповідача з питань свободи вираження думок та вільного доступу до інформації (1 червня 2011 р.) [76, с. 62-65].

Принциповими положеннями є такі: – регуляторні механізми, напрацьовані для традиційних ЗМІ, не можуть бути застосовані до Інтернету, натомість мають бути розроблені спеціальні норми; – не повинні встановлюватися обмеження щодо контенту в Інтернеті, натомість мають бути напрацьовані спеціальні альтернативи для врегулювання питання нелегального контенту; – потрібно заохочувати та пропагувати саморегулювання в частині поведінки із дифамаційними матеріалами; – не повинно бути відповідальності технічних посередників

за контент, згенерований іншими; – блокування сайтів допустиме лише в екстраординарних випадках (захист дітей від шкідливого контенту); – засоби змістового фільтрування є проявом цензури; – держави мають позитивне зобов'язання щодо забезпечення доступу до Інтернету. Цілі регуляторної політики щодо конвергентних аудіовізуальних ЗМІ мають бути подібні до цілей щодо аудіовізуальних ЗМІ загалом. Це засади Директиви Європейського парламенту та Ради Європи від 10 березня 2010 р. про аудіовізуальні медіа-послуги, зокрема: – необхідність забезпечення належної якості технічних аспектів та програмування; 3 – забезпечення плюралізму; – захист та пропагування місцевої культури, а також культурних, моральних, соціальних та релігійних цінностей; – пропагування конкурентного середовища; – захист дітей від шкідливого контенту; – забезпечення отримання достовірних та незаангажованих новин та належного рекламування; – захист приватності та справедливого поводження із приватними особами; – унеможливлення використання ЗМІ з метою вчинення тероризму, насильства, популяризації злочинності тощо [1; 74, с. 13-15].

Зазначені регуляторні цілі переносяться у сферу регулювання нових медіа, однак оскільки останні базуються на Інтернеті, європейські експерти радять врахувати його специфіку, а саме: необхідну активність користувача в отриманні інформації від нових медіа, транскордонність, мінливість контенту, хвилеподібність у поширенні інформаційних повідомлень. Як європейські, так і українські експерти переконані, що Інтернет потребує значно менш суворого регулювання, ніж інші ЗМІ, однак регулювання все ж необхідне передусім через потенційну шкоду, яка може бути завдана дітям, а також задля забезпечення прав осіб на приватність, захист честі й гідності, забезпечення плюралізму [94, с. 25-26].

У звіті Групи Найвищого рівня Ради Європи “Свобода та плюралізм медіа підтримують Європейську демократію” вміщено рекомендації щодо регулювання нових медіа. Так, в Рекомендації 13 зазначається, що “канали чи механізми,

через які нові медіа будуть потрапляти до кінцевого споживача, мають регулюватися з допомогою підходу технологічної рівності та нейтральності. На час повної цифрової епохи інтернет-нейтральність та рівність вибудовуватимуться з урахуванням законодавства Європейського Союзу” [86; 83, с. 57-62].

Головні підходи регулювання: 1) регулювання не означає обмеження; 2) забезпечення свободи ЗМІ та плюралізму; 3) незалежний регулятор; 4) єдиного глобального підходу до регулювання не існує, для кожної країни та культури мають бути свої підходи. На нашу думку, саме останній пункт щодо напрацювань кожної країни в питаннях регуляції має бути основоположним. Для цього країни мають визначитися із позиціонуванням та дефініціями нових конвергентних медіа, які можуть підлягати регулюванню. Керівний комітет Ради Європи з питань розвитку медіа та інформаційного суспільства у своїх рекомендаціях для країн-членів наголошує на важливості виокремлення критеріїв технологій та інформаційних механізмів/ структур, які підлягають чи можуть підлягати регулюванню. Відповідно до Директиви Європейського парламенту та Ради ЄС 2010/13/ЄС від 10 березня 2010 р. про аудіовізуальні медіа-послуги правове регулювання базується саме на поділі аудіовізуальних послуг на лінійні та нелінійні [102; 32].

Лінійні (телевізійне сповіщення) – це АВМП, що надаються провайдером медіа-послуг для одночасного перегляду програм на основі програмного розкладу (сітки). Нелінійні (АВМП на замовлення) – це АВМП, що надаються провайдером медіа-послуг для перегляду в момент, обраний глядачем за індивідуальним запитом на основі каталогу програм, обраних таким провайдером. Метою будь-якої регуляторної політики є реагування на вимоги: 1) суспільства (наприклад етичний, релігійний аспект тощо); 2) законодавця (акт парламенту, міжнародна угода, державна концепція або програма, указ президента тощо); 3) ринку (податкова або фіскальна політика держави; монопольне або конкурентне середовище; розвиток нових технологій). Для регулювання важливим є розподіл

медіа. Тому нагадаємо, що всі засоби масової інформації, в тому числі традиційні, поділяються на такі: за характером матеріального втілення інформації на носіях та відповідного сприйняття – на друковані (текстові) та аудіовізуальні, за одночасністю перегляду відповідно до програмної сітки – на лінійні та нелінійні, за територією поширення – на місцеві, регіональні, загальнонаціональні та транскордонні, за споживацькою аудиторією – на загального спрямування, професійного спрямування, для певної спільноти за інтересами тощо.

Усі регуляторні інструменти можна систематизувати/класифікувати за трьома групами: ліцензування, коли регулятор виставляє ліцензію на конкурс (licensing) і заявники за неї змагаються (за такими монетарними критеріями, як, наприклад, хто більше сплатить чи хто краще відповідає умовам ліцензії тощо); реєстрація (registration), коли регулятор встановлює набір немонетарних критеріїв і залежно від того, як їм відповідає чи не відповідає заявник, реєструє або не реєструє його (тобто хтось має подати заяву і чекати від регулятора на рішення – задовольнять його чи ні); повідомлення (notification), мовник лише надсилає повідомлення про початок своєї діяльності регулятору і воно приймається автоматично, відмовити в отриманні повідомлення регулятор не може [21, с.120].

Аналіз законодавчої бази країн-членів Європейської платформи регуляторних органів показує, що більшість країн вже застосовують систему попередньої реєстрації або повідомлення, зокрема стосовно відео-на-запит. Це, зокрема, пояснюється тим, що багато країн вже запровадили Директиву ЄС щодо аудіовізуальних медіа-послуг як інтегральної частини свого національного законодавства. Така система може, з одного боку, сприяти ідентифікації послуг, що підлягають регулюванню, особливо якщо вони стосуються нових учасників ринку. З другого – вжиттю заходів щодо впливу регулятором, полегшити майбутній контроль за дотриманням вимог законодавства і забезпечення прозорості інформації про мовників послуг. На прикладі саме реєстрації відео-на-запит зможемо побачити аналогічність та подібність підходів різних країн.

За період з травня 2011 р. 6 нових країн запровадили доведення до відома регулятора стосовно відео-на-запит шляхом повідомлення: Боснія та Герцеговина, Словенія, Угорщина, Латвія, Нідерланди та Фінляндія. Наприклад, у Нідерландах опубліковані регулятором (CvdM) правила містять норми, що визначають політику “комерційних засобів масової інформації”, або послуг відео-на-запит, відповідно до голландського Закону про ЗМІ, який набув чинності 1 листопада 2011 р. Такі послуги відео-на-запит повинні бути зареєстровані. Голландським регулятором CvdM також запроваджено систему он-лайн-заявок для полегшення процесу доведення до відома регулятора шляхом повідомлення [19, с. 830-834].

У Словенії учасники ринку повинні повідомити про початок їхньої діяльності регуляторові. Базовим законом також створено базу даних нелінійних мовників. 5 Повідомлення повинне містити інформацію, необхідну для ідентифікації типу послуг та відповідної класифікації мовника [29, с. 6-8].

У Боснії і Герцеговині стосовно регулювання послуг відео-на-запит було застосовано безкоштовну процедуру реєстрації. У Канаді медіа-послуги, що надаються через Інтернет або інші мобільні пристрої, не потребують отримання ліцензії від регулятора відповідно до положень базового Акта “Про сповіщення”. Спеціального іншого законодавства щодо регулювання нових медіа в Канаді не існує, отож вимог щодо реєстрації чи повідомлення також не передбачено. Мальта прийняла базовий закон, в якому йдеться про те, що мовники нелінійних послуг повинні зареєструватися у регулятора. Однак ще не всі підзаконні акти прийняті, тому на сьогодні нелінійні послуги є незареєстрованими. Норвегія, Швейцарія, Азербайджан, Ізраїль не запровадили таку реєстрацію шляхом повідомлення відео-на-запит [35, с. 200-220].

У Німеччині тоді як директива АВМП не вимагає ліцензування або реєстрації, для досягнення правової визначеності постачальник так званих телемедіа-послуг має право звернутися до компетентного представника регулятора

для підтвердження того, що послуга, яка надається, не суперечить чинному законодавству (ст. 20 п. 2 Угоди між федеральними землями). В Італії послуги ТБ-навздогін регулюються в законодавчих рамках застосування лінійних послуг, де зацікавлені в можливості надання таких послуг суб'єкти господарювання повинні зазначити в запиті на отримання дозволу (ліцензії), що вони також надають конвергентні послуги, але не зобов'язані подавати окрему заяву на отримання спеціального дозволу (ліцензії) на ТБ-навздогін. Web-трансляція лінійної послуги підпадає під спрощену процедуру регулювання [24].

У Бельгії (CSA (франкомовний регулятор)) вимога реєстрації поширюється на всі аудіовізуальні медіа-послуги, які можуть підпадати під визначення відео-назапит: під'єднане ТБ та його підвиди; програмне забезпечення для смартфонів / планшетів (якщо такий контент відрізняється від іншої версії сервісу, що надається іншим способом, такі як регулярні веб-сайти і про нього вже повідомлено регулятора); веб-сайт газети з відеорозділом – (доки відеорозділ є основною метою такого виду послуг або він ізольований від іншої частини веб-сайта як послуга у власному сенсі); послуга завантаження з метою володіння (для власного використання (DTO) та завантаження для перегляду (DTR); Web-радіо [64, с. 378-380].

У Хорватії система доведення до відома регулятора шляхом повідомлення також поширюється на електронні видання (інтернет-портали). У Люксембурзі мовники АВМП відео-на-запит повинні повідомити Міністерство зв'язку або подати заявку на отримання концесії від міністра зв'язку. Проте регулятор може дати свої рекомендації щодо конкретних програм. Система спільного регулювання (співрегулювання) введена в трьох країнах, останнім прикладом є Фінляндія, де реєстрація мовників АВМП відео-на-запит провадиться організацією під назвою Фінський Центр Медіа-освіти та Аудіовізуальних ЗМІ. Цей орган несе відповідальність за контроль надання аудіовізуальних програм (класифікації фільмів, захисту неповнолітніх тощо), а також координації та розвитку

освіти щодо національних ЗМІ. В Ірландії 2011 р. регулювання нелінійних АВМП відео-на-запит було делеговано регулятором самій медіа-галузі, представники якої створили саморегульовану організацію під назвою ODAS для здійснення цієї діяльності. 6 Добровільний кодекс поведінки був розроблений ODAS в травні 2011 р. Кодекс передбачає, що мовники аудіовізуальних медіа-послуг відео-на-запит повідомляють міністра або відповідного регулятора про свій намір надавати чи продовжувати надавати такі послуги однак, не зобов'язана звітувати регуляторів. У Великобританії була створена система спільного регулювання, де мовники зобов'язані повідомляти недержавного співрегулятора ATVOD, якщо вони працюють з відео-на-запит. Організація несе відповідальність за встановлення термінів подання повідомлення, отримання повідомлення і управління процесом регулювання, тоді як Ofcom зберігає відповідальність за прийняття рішень по інших галузях та застосування санкцій [61, с. 300-320].

В Угорщині, незважаючи на створення передумов для існування співрегуляторного режиму, мовники все ще зобов'язані повідомляти державного регулятора. У Боснії і Герцеговині, Фінляндії, Словенії вимоги про реєстрацію шляхом повідомлення були введені зовсім недавно. Словенія проте вже провела попереднє дослідження, згідно з яким близько 40 мовників повинні надіслати повідомлення. Отже, можна зробити такий висновок. Австрія, Боснія та Герцеговина, Бельгія (франкомовний регулятор), Бельгія (фламандсько-мовний регулятор), Болгарія, Кіпр, Чехія, Іспанія, Угорщина, Хорватія, Італія, Литва, Латвія, Чорногорія, Нідерланди, Румунія, Швеція, Словенія, Словаччина реєструють відео-на-замовлення шляхом подачі повідомлення до національного державного регулятора. В Ірландії, Великій Британії та Фінляндії реєстрація відбувається через співрегуляторів, недержавні організації.

У Люксембурзі реєстраційна інформація подається до профільного державного міністерства. Дослідники регулювання нових конвергентних медіа

Д.Тупчієнко та Д.Проценко в “Огляді підходів до регулювання нових конвергентних аудіовізуальних засобів масової інформації: міжнародний досвід” констатують, що більшість регуляторів (Болгарія, Данія, Чехія, Франція, Хорватія, Нідерланди, Фінляндія, Португалія, Велика Британія, Словенія, Словаччина, Швеція) схильні застосовувати “легке” регулювання послуг, тобто переважно відео-на-запит і ТБ-навздогін [33, с. 100-110].

У Великобританії, якщо послуга не вимагає ліцензії на мовлення, вона буде підпорядкована полегшеному регулюванню. У Бельгії законодавство не містить загальних положень для лінійних і нелінійних послуг, диспозицій конкретних лінійних послуг та диспозицій конкретних нелінійних послуг. Відео-на-запит і ТБ навздогін повинні відповідати положенням, які є загальними для лінійних і нелінійних послуг, а також конкретним положенням для нелінійних послуг. Конвергентні послуги, що надаються традиційними мовними компаніями, повинні відповідати правилам, застосованим до їх категорії (залежно від того, є вони лінійними чи нелінійними або надаються на відкритих платформах – таких як Інтернет або на закритих платформах – таких як кабель).

У Люксембурзі відповідно до законодавства застосовуються однакові правила для лінійних сервісів і послуг за вимогою. У Боснії і Герцеговині до нових конвергентних медіа застосовуються правила регулювання лінійних послуг – переважно стосовно послуг, пропонує існуючими мовниками на своїх офіційних веб-сайтах з метою надання доступу до програм, які вже транслювалися. На Мальті в цей час норми законодавства, що регулює діяльність лінійних послуг, поширюються на аудіовізуальні медіа-послуги. Пропозицією регулятора є менш формальний підхід до нелінійних послуг за умови, що ключові поняття, такі як захист меншин, неповнолітніх, захист від расової ненависті суворо дотримуються.

Більшість національних/державних регуляторів наділені достатніми повноваженнями щодо забезпечення реєстрації шляхом повідомлення. Однак процес

цей різняться від країни до країни. Регуляторам найважче класифікувати найбільш “нетрадиційні” послуги, тобто будь-які послуги, які надаються винятково через Інтернет, які особливо важко регулювати на практиці. Такі послуги пропонують, як правило, гібридний зміст (аудіовізуальні та інші матеріали), що робить його іноді важко оцінюваним, а саме: який зміст є головним і який – допоміжним, або як вирішити, чи розділ відеопошуку можна розглядати як ізольований від іншої частини веб-сайта і як медіа-послугу. Найбільш дискусійним останнім часом є телебачення-через-Інтернет (OTT TV). Реєструють та класифікують цю послугу Австрія, Бельгія (франкомовний регулятор), Фінляндія, Нідерланди, Кіпр, Італія, Люксембург, Словенія [26, с. 214-216].

В Італії цей вид послуг вважається еквівалентним веб-ТБ у сенсі технологічного та економічного впливу на ринок, особливо стосовно питання трансляції спортивних змагань на нових технологічних платформах. Також важко класифікувати малі послуги, наприклад послуги, що надаються університетами (але є доступними будь-де через Інтернет), що складаються тільки з програм, створених за участю студентів і для студентів (студентські новини, розважальні програми тощо). У регуляторів також викликає питання різниця між завантаженням з метою володіння для власного використання та завантаженням для перегляду і передплатне відео-на-замовлення.

Становить також інтерес класифікація електронних видань (вебпорталів), зокрема досвід регулятора з Хорватії стосовно класифікації електронних публікацій та веб-платформ, оскільки у зв'язку з наданням Хорватії статусу країни-кандидата на вступ до ЄС розпочався процес імплементації у національне законодавство Директиви ЄС про АВМП, що охоплює як лінійні, так і нелінійні медіа-послуги з використанням Інтернету, кабеля або супутника як дистрибуційних платформ. Отже, лише дві послуги із дев'яти обраних мають більшою мірою подібність та однастайність у підходах щодо регулювання в країнах-членах Ради Європи. Зазначений поділ здебільшого знаходить відображення в національних

законодавствах країн-членів ЄС. Майже всі країни-члени Ради Європи оновили свої медіа-законодавства. Приміром, Туреччина схвалила нову інноваційну редакцію Закону “Про телебачення та радіомовлення” в 2011 р. Нині цей закон вважається одним із найпрогресивніших серед медійних законодавств країн-членів Ради Європи. Албанія схвалила новий закон про телебачення та радіо навесні 2013 р., Болгарія – в 2009 р. [30, с. 127-129; 80, с. 22].

Підсумовуючи, слід зазначити, що на сучасному етапі розвитку медіа відбуваються серйозні корекції в європейських підходах державного регулювання конвергентних ЗМІ. Вони очевидні й напрацьовуються в кожній із країн ЄС. Наприклад, критерій масовість до нових конвергентних медіа неможливо застосовувати, оскільки контент, розміщений у мережі Інтернет, доступний практично будь-кому в будь-який час і з будь-якого місця, отже, у такого контенту апріорі виконується критерій масовості поширення контенту. Критерій редакторського контролю втрачає свою однозначність у випадках, коли на веб-порталах поряд із редакційним міститься контент, згенерований користувачами, або коли сайти-агрегатори, які не мають власного контенту, працюють “посиланнями”. У таких випадках видалення контенту з джерела прибирає його і на такому сайті, тому редакторський контроль сумнівний. Щодо критерію комерційна діяльність, то складність перевірки за цим критерієм полягає в тому, що на етапі кваліфікації загалом буває неможливо або складно напевно встановити, яким чином організовано бізнес-модель діяльності провайдера: які форми оплати використовуються чи за плату загалом надається аудіовізуальна медіа-послуга тощо.

Окремим питанням для кваліфікації є нові медіа від некомерційних установ (освітні, релігійні тощо), якщо при цьому такі медіа задовольняють решту критеріїв. Великі питання на практиці у регуляторних органів викликає критерій аудіовізуальність інформації, що поширюється. Стосовно нових конвергентних медіа такий критерій занадто загальний, тому може бути значною мірою суб’єктивним та оцінним. Для виходу із складної ситуації кваліфікації за зазначеним

критерієм регуляторні органи можуть застосувати кількісні підходи: пропорційність аудіовізуального та текстового контенту, рейтингові показники аудіовізуального та текстового контенту або змішаний підхід. Крім того, можна розглядати як підхід уточнювані деталі для кожної класифікації. В уточненні класифікацій, що впливають на напрацювання різних регуляторних механізмів стосовно нових конвергентних медіа, вбачаємо подальші перспективи наукових розвідок [88, с. 93-95].

2.3. Правове регулювання нових технологій на ринку надання інформаційних послуг

Стрімкий прорив за важливими напрямками технологічного розвитку перш за все у сфері електроніки, кібернетики та інформатики слугував потужним поштовхом до інтенсивного нарощення процесів інформатизації всіх сфер життя суспільства. Перехід від індустріальної епохи до інформаційного суспільства, а також зміни в підходах до оцінки ролі інформації в політичному й економічному житті країни були передумовою для виходу інформаційно-комунікаційних технологій на якісно новий рівень, який дозволяє без значних капітальних витрат вирішувати складні економічні та інші завдання не лише на державному рівні, але й на рівні окремих підприємств. Відбувається широка інформатизація всіх сфер суспільства, що принципово змінює роль інформації та інформаційно-комунікаційних технологій у соціальному та економічному розвитку країни, від масштабів і якості використання яких у професійній діяльності спеціалістів залежать рівень економічного та соціального розвитку суспільства, його інтеграція у світову економічну систему [93, с. 134-139].

Найвищі показники зростання демонструє світовий ринок програмного забезпечення, темп приросту якого у 2012 році становить 4,76 % порівняно з 2011 роком. Ринок телекомунікаційного обладнання та послуг є найбільший, але про-

тягом 2011 – 2012 років помітне зростання лише на 1 %. Серед передумов збереження тенденції до зростання є постійний попит на мобільні пристрої та корпоративне мережеве обладнання, в першу чергу, на пристрої для забезпечення безпеки мереж, збільшення продуктивності та масштабованості. Взагалі з 2002 – 2008 років спостерігається тенденція до зростання за всіма сегментами, але у 2009 році внаслідок світової кризи обсяги продажу значно знизилися. Найбільше постраждав ринок апаратних засобів, який у 2009 році зменшив свої обсяги продажу на 19,42 % порівняно з 2008 роком, а найменше – ринок програмного забезпечення на 1,65 % відповідно. У 2012 році обсяги продажу програмного забезпечення, ІТ-послуг та телекомунікації перевищили значення докризового періоду, але обсяг продажів апаратних засобів ще досі залишається на нижчому рівні, ніж у 2008 році. Це пояснюється тим, що розвиток одержали тільки ті технології, які стали ефективним інструментом для подолання наслідків кризи, а також подальшої продуктивної роботи у посткризовий період. Основною перешкодою швидкого зростання ІТ-ринку є невизначеність перспектив світової економіки [96].

Світовий ринок ІТ-послуг демонструє протягом 2005-2012 років впевнене зростання, хоча в 2009 році внаслідок кризи все ж таки спостерігається зниження обсягів на 3,02 % порівняно з 2008 роком. Світовий ринок експорту ІТ-послуг у 2012 році оцінюється в 1274,13 млрд. дол. Лідируючі позиції в експорті займають США (143 млрд дол.), Великобританія (114,08 млрд дол.) та Індія (95,89 млрд дол.). Експорт ІТ-послуг крім послуг ІТ-аутсорсингу включає розробку готових програмних комплексів для масових продажів на зовнішньому ринку (рис. 2).

Частка послуг, що надаються за схемою ІТ-аутсорсингу, становить всього 22 % від обсягу експорту ІТ-послуг у 2012 році. Протягом останніх девяти років обсяг ІТ-аутсорсингу збільшився майже в 2 рази, а найбільше зростання спостерігається після кризи (+ на 21 %). Це свідчить про зниження витрат на ІТ, необхідність автоматизації підприємств, зміну технологій управління, а рішенням цих проблем є використання ІТ-аутсорсингу [81, с. 34-39].

За період 2003 – 2006 років частка інформаційно-комунікаційних послуг у ВВП збільшилася з 4,6 % до 5,83 %. У 2006 – 2008 роки в умовах динамічного економічного розвитку світового господарства та національної економіки ця частка поступово зменшувалась до 4,55 %. У 2009 році в умовах економічно-фінансової кризи частка підвищилась до 4,69 %, що характеризує особливу роль та значення інформаційно-комунікаційної галузі у розвитку національної економіки, а також необхідність підвищення інформативності економіки в період кризових явищ.

За 2012 рік обсяги доходів від надання інформаційно-комунікаційних послуг склали 62 млрд грн і зросли порівняно з 2011 роком на 6,29 % (дивись додаток Б). Найбільшу частку становлять телекомунікаційні послуги у загальному обсязі інформаційно-комунікаційних послуг, а саме 84,35 % [92, с. 334-336].

Сьогодні комплекс індустрії інформаційних технологій (далі - ІТ), що є, очевидно, найбільшим в світі, включає ЕОМ, системи зв'язку, бази даних і знань та пов'язані з ними галузі діяльності, в ньому зайнято багато мільйонів керуючих, торгових представників, розробників та інших фахівців . У своїй повсякденній діяльності можливості ІТ постійно використовують менеджери, аналітики, бібліотекарі та безліч інших фахівців. Не лише фахівці в області ІТ, але й усі ми щодня користуємося такою продукцією індустрії ІТ, як ЕОМ, телефони, телевізори і т. д. [79].

Інформаційну технологію можна охарактеризувати як використання обчислювальної техніки і систем зв'язку для створення, збору, передачі, зберігання, обробки інформації. Інформаційні технології пронизують нашу професійну діяльність і особисте життя. ІТ викликає зміни в міжнародному торговельному балансі, рівень зайнятості та політиці. Сформована потужна індустрія ІТ забезпечує створення глобального інформаційного суспільства.

Індустрія ІТ виробляє інформаційний продукт і кошти, які доводять його до кінцевих споживачів. Вона являє собою сплав численних секторів економіки, таких, як організація розваг, видавнича справа, виробництво офісного обладнання та обчислювальної техніки, системи телезв'язку і побутової техніки, які до недавнього часу, якщо і були пов'язані між собою, то незначно. ІТ стимулюють цей взаємозв'язок [90, с. 12].

Із зростанням попиту на продукцію індустрії ІТ пов'язана історія жорсткої ринкової боротьби між фірмами, що розробляють, виробляють і поширюють ІТ. Ці фірми є постачальниками і поділяються на шість категорій, кожна з яких характеризується угрупованням ринкових секторів та відповідної продукцією. Ці угруповання називаються областями ІТ [108].

Провідні американські фахівці в галузі управління Г. Поппель і Б. Голдстайн вважають, що на додаток до технічних засобів і технології провідну роль у розвитку нових ІТ грають складні поєднання ринкових сил, що існує середовища та стратегічного управління, що породили **пять** різних, але взаємопов'язаних явищ, названих «інформаційними тенденціями», які є рушійною силою в розширенні використання та виробництва ІТ:

- Інформаційний продукт;
- Здатність до взаємодії;
- Ліквідація проміжних ланок;
- Глобалізація;
- Конвергенція.

Інформаційний продукт у вигляді програмних засобів, баз даних і служб експертного забезпечення набуває стратегічне значення в порівнянні з такими характеристиками засобів, як обчислювальна потужність, пам'ять або пропускання здатність. Слід особливо підкреслити велику важливість інформаційного продукту в порівнянні з «носієм», тобто засобом. Добре виконаний інформаційний

продукт зберігає свою цінність довше, ніж конкретні носії, які «приходять і йдуть» [110].

За останні 50 років ХХ століття світовий обсяг експорту зріс майже в 12 разів і постійно продовжує рости. Обсяги реалізації товарів і продукції, іноземних інвестицій та наукового обміну зросли більш ніж у 15 разів. Обсяг валютних операцій у світовому масштабі перевищив 16 трильйонів доларів на рік. У кілька разів скоротився час доставки товарів з одного материка на інший. Скоротилося час проходження і перельотів між містами, країнами та континентами пасажирських поїздів, пароплавів і авіалайнерів за рахунок збільшення їх швидкості. А компютери, інформаційно-стільникові телефони, локальні та глобальні інформаційні системи та мережі, Інтернет, супутники зв'язку, а також поступова ліквідація бар'єрів, що перешкоджають торгівлі і руху капіталу, зробили об'єднавчу тенденцію в світовому господарстві незворотною.

Результатом впливу ІТ є здатність транснаціональних корпорацій (ТНК) (в металургії, електроніці, автомобілебудуванні та ін) успішно вести справи в світовому масштабі, нові технології надають фірмам можливість проводити операції на периферії, а також купувати і продавати більш ефективно, використовуючи при цьому знання про стан ринку. Для них не існує кордонів. У кожній країні нас годує Mc Donalds, не дає нам засохнути Coca-Cola і містить в ідеальній чистоті Procter & Gamble.

Одночасно з цим йде глобалізація ринку споживчої продукції ІТ. Цьому сприяють, з одного боку, загальне прагнення споживачів до розваг, знань та інших форм самозадоволення, а з іншого боку, бажання продавців розширити і зміцнити нові торгові канали для масового збуту, що не визнають національних кордонів [114].

Конвергенція є кінцевим результатом розвитку описаних вище тенденцій. Зникають відмінності між виробами та послугами, інформаційним продуктом і засобами, використанням в побуті і для ділових цілей, інформацією і розвагою, а

також серед окремих режимів роботи, таких, як передача звукових, цифрових та відеосигналів. Конвергенція проявляється в ослабленні конкуруючих інтересів між постачальниками ІТ, а також між зайнятими в індустрії ІТ, які раніше були ізольовані. Однак поява галузей нової продукції і ринків дедалі більшою мірою стикається з інтересами аналогічних галузей в інших областях ІТ.

Це обумовлює стратегічні наслідки в плані конкуренції не тільки усередині індустрії ІТ, але й між ІТ та іншими галузями економіки. Відносно високі темпи зростання і дивіденди в індустрії ІТ приваблюють багато нових компаній з інших галузей. У свою чергу фірми з галузі ІТ, які мають великі фінанси та надприбутки, також стали проникати в інші галузі економіки. Однак фірми (як ті, так і інші), які вкладають свої капітали в галузі, які знаходяться поза межами їх компетенції, повинні пам'ятати той важкий урок, який отримали в цій ситуації такі потужні корпорації, як «Ер Сі Ей», «Ай Ті Ті», «Контрол Дейта» і «Ксерокс» індустрії ІТ, а також з інших галузей економіки - «Ексон», «Амерікен Кен», «Фольксваген» [101].

Взаємозв'язок між п'ятьма інформаційними тенденціями, що має глибоке коріння, підсилює кожен з них. Прагнення до більш досконалого інформаційного продукту спричиняє розвиток здатності до взаємодії, яка забезпечує можливість ліквідації проміжних ланок. Остання веде до глобалізації, яка в свою чергу до конвергенції. І, замикаючи коло, конвергенція стимулює розповсюдження знань в галузі ІТ, що сприяє підвищенню попиту на інформаційний продукт.

Розвиток комп'ютерної техніки, засобів зв'язку, телекоммутаційних мереж ЕОМ і розподіленої обробки інформації дозволило зробити революційний прорив у грошовому обігу. У багатьох країнах замінені не лише паперові гроші, а й певною мірою чеки на інформаційні (так звані електронні) гроші. Телеінформаційні мережі електронних комунікацій пов'язують банки міст, регіонів, країн і миру між собою і з міжрегіональними розрахунковими центрами, у яких автоматично (за

допомогою потужних компютерів) підбиваються сальдові баланси всіх кредитових і дебетових посилок в мережу за допомогою індивідуальних інформаційно-кодових кредитних карток або чеків .

У США в даний час (2000 р.) функціонує понад 30 федеральних і приватних автоматизованих розрахункових палат (АРП), у яких здійснюється кліринг НЕ платіжних доручень, чеків, векселів і т. д., а електронних даних. Тобто АРП замінили паперовий обмін (кліринг) на інформаційно-електронний, що дозволило позбутися таким чином від паперової технології та забезпечити найвищу (миттєву) швидкість передачі даних і виконання різноманітних банківських операцій [2; 18, с. 41-42].

ЕФІСБ регулярно видає власникам індивідуальних інформаційно-кодових (кредитних) карток (ІК) виписки з їх рахунків у банку, в яких зазначаються кредитові і дебетові проводки і підсумкові сальдо на певні дати тижня, місяця і т. д. Більшість магазинів США, Японії та інших розвинених країн вже давно торгують без грошей і без чеків. Вага, ціни продуктів і товарів та розрахунки за них автоматично визначаються і проводяться лазерними лічильниками без відома продавців і покупців. Покупці вводять свої ІК в інформаційні автомати, і вартість купленої продукції миттєво перекладається на рахунок магазину з їх розрахункових рахунків [20, с. 223-227].

Професор А.Г. Мовсесян, аналізуючи тенденцію зближення і взаємопроникнення інформаційної та фінансової складових ринку, говорить про перспективу утворення нового інформаційно-фінансового ринкового інституту.

Інформаційно-фінансове об'єднання вже на сучасному етапі придбало наступні риси, що дозволяють говорити про деяку єдиній структурі:

- Інформація набула ціну, вартість і стала товаром, вимірюваних грошовими еквівалентами;

- Відбувається «дематеріалізація» грошей, гроші відірвалися від свого матеріального носія, придбали різноманітні форми «електронних» грошей і тим самим оголили спочатку закладену в них інформаційну сутність;
- Виникають і бурхливо розвиваються нетоварний інформаційно-фінансові ринки, такі, як ринки ф'ючерсів, форвардів, страхові, інвестиційні та валютні ринки типу FOREX, де товаром є, по суті, інформація (причому ємність цих ринків, що функціонують у всесвітньому масштабі, значно перекиває товарні ринки і стрімко зростає);
- У структурі капіталу швидко зростає питома вага фіктивного капіталу, вираженого не в грошах, а в правах на отримання доходу - акції, облигації і т. д.;
- Комп'ютерні мережі (INTERNET і т. п.) стають загальними фінансово-інформаційними комунікаціями і забезпечують функціонування «телешопінгов» і «телебанкінг» у всесвітньому масштабі;
- Зростають нематеріальні активи підприємств, до складу яких входять патенти на винаходи, ліцензії, програмні продукти та інші інформаційні матеріали, що мають у балансах організацій грошове вираження.

Останнє десятиліття ознаменувалося бурхливим зростанням фінансових інститутів і стрімким збільшенням їх питомої ваги в економіці («фінансизацією» економіки) при одночасному ще більш потужному випереджаючому зростанні інформаційного сектору в економіці і особливо у фінансах («інформатизацією» економіки і фінансів) [84; 99].

Аналітики ICT-індустрії, досліджуючи причини її кризи на початку 2000 р., вказують, що катастрофічне падіння акцій високотехнологічних компаній (зведений індекс NASDAQ за 2000 рік впав на 35%) пов'язане аж ніяк не з переоціненість активів і підступами біржових спекулянтів. Інвестори дуже раціонально проаналізували ситуацію на ринку і побачили: період бурхливого зростання індустрії персональних комп'ютерів і традиційного Інтернету (в країнах «золотого мільярда») закінчився. Справжня причина кризи настільки ж очевидна, як і в

роки Великої депресії, - це самий звичайний криза перевиробництва: оператори стільникового зв'язку навперебій пропонують мобільники з десятками функцій, які так ніколи і не будуть нами активовані, на платоспроможних телеглядачів обрушуються сотні телепрограм, переглянути які неможливо і за десять життів, подібно переповненим товарами порожніми магазинами, створені тисячі порталів електронної комерції, які мало хто відвідує.

ІСТ-індустрія впритул підійшла до завершення циклу інтенсивного розвитку послуг зв'язку і послуг доступу до інформації для знеособленої маси споживачів. Їй необхідний перехід у нову площину, де фундаментальними принципами масового інформаційного обслуговування стануть глобальний масштаб діяльності, персональний підхід до кожного споживача і абсолютно безцінне реальний час [22, с. 227-235].

И. Зорин і А. Дідів пишуть, що в даний час ІТ-ринок вступив у фазу стабільного посткризового розвитку, побудову нових технологій в сфері інформації. Це має такі тенденції:

1. У країнах з розвиненою інфраструктурою інфокомунікаційної йде запекла битва за підключення наступної хвилі користувачів Інтернету за допомогою пристроїв, відмінних від персонального комп'ютера. У смертельній сутичці зчепилися світові гіганти - виробники «заліза», програмного забезпечення, телекомунікаційного обладнання, телекомунікаційні оператори і власники мереж кабельного телебачення [61, с. 332-335].

Персональні настільні системи, голосовий зв'язок, традиційні телекомунікації - технології вчорашнього дня, на яких самі просунуті країни прагнуть отримати додатковий прибуток для своїх компаній, в масовому порядку збуваючи «мотлох» в решті, не так далеко пішов по шляху до інформаційного суспільства світ.

2. Поглиблення спеціалізації за рахунок остаточного і безповоротного закріплення супермонополії тих корпорацій, які були лідерами своїх секторів ІТ-

ринку до 2001 року. Ця тенденція не залишає шансів для розвитку навіть іменитим «пацієнтам» - переслідувачам лідерів. «Жодна з компаній-виробників звичайних компютерів і програмного забезпечення до них не добилося скільки-небудь суттєвого успіху на найближчому до виробництва ПК ринку СЕ-пристроїв» (Д. Девіс, аналітик). Колосальні втрати корпорацій при їх спробі проникнути в чужі сектора ІТ-ринку підтверджують цю тенденцію (в 5 млрд. дол. обійшлися Microsoft спроби виходу на ринок і TV).

3. Зростання значущості управління думкою споживачів, яке стало предметом корпоративної політики транснаціональних корпорацій (далі – ТНК) - сповна відчутним інформаційним капіталом; перетворилося на товар і враховується в структурі вартості корпорації. І хоч думку споживачів багатолико, настільки ж різноманітна організація бізнесу за його вивчення. Цей процес супроводжується ускладненням методів збору і аналітичної обробки даних прискоренням отримання результатів. Якщо на початку 90-х Nielsen та інші корпорації TV-метрії видавали дані про рейтинг телевізійних каналів один раз на місяць, то тепер (2002 р.) значно більш докладні звіти видаються ними на кожну добу. Ці процеси можуть закінчитися утворенням декількох ТНК [71, с. 90-93].

Ще однією сучасної тенденцією розвитку ринку інформаційних технологій є збільшення можливості споживачів реалізувати свої потреби інформаційному забезпеченні (дослідження ринку; встановлення взаємозв'язку з постачальниками і кінцевими споживачами з посередниками і контактними аудиторіями; планування виробництва і збуту продукції; підвищення кваліфікації кадрів тощо д.) комплексно-технологічним методом. Він полягає в тому, що потужна інформаційна Дистрибутивна фірма по індивідуальному проекту для такого замовника забезпечення підбирає технічне (обчислювальну техніку і інші офісні), стандартне програмного забезпечення, розробляє індивідуальне математичне забезпечення, встановлює та налагоджує роботу всього технологічного ланцюжка, що

реалізує інформаційну технологію, навчає персонал замовника роботі з цією технологією, забезпечує її модернізацію та сервісне обслуговування. Реалізація всіх елементів ІТ одним виробником вирішує такі складні проблеми як сумісність компонентів, наприклад технічного пристрою і програмного забезпечення підвищення ефективності проекту за рахунок зменшення накладних витрат на взаємодію з різними і численними постачальниками. Нарешті реалізація всього проекту одним постачальником, одну ідеологію створює умови для синергетичного ефекту виникаючого внаслідок злагодженої роботи всіх елементів системи. Ця тенденція виникла внаслідок нарощування професійної рівня, фінансовою потужністю, конвергенції сфер діяльності російських комерційних фірм, які працюють у сфері інформаційних технологій [75, с. 120-127].

Тенденції розвитку нових технологій світового ринку інформаційних послуг:

1. Зростання числа інформаційних посередників (brokers), які інформацію клієнтові в допрацьованому вигляді відповідному запитах клієнта.
2. Високий ступінь спеціалізації інформаційних фірм за сферами діяльності: наука, бізнес, промисловість, право і т. д.
3. Концентрація інформаційної індустрії базі центрів-генераторів баз даних центрів обробки баз даних створення інформаційних супермаркетів, де не тільки готується інформація, але і ведеться торгівля інформацією підготовленої зовні. В одному місці клієнтові забезпечується найповніший комплекс послуг: доступ не тільки документальної, але і до фактографічної інформації як таких послуг як діалоговий пошук, режим розповсюдження інформації оглядово-аналітичні видання, першоджерела тощо.
4. Формування світового ринку інформаційної індустрії базі однократного створення інформаційних масивів, мінімізації витрат на їх обслуговування (повнення, оновлення, зберігання тощо) і багаторазового, максимально широкого їх використання для інформаційного обслуговування.

5. Створення і зміцнення поряд з інтернаціоналізацією інформаційної індустрії відповідних національних державних об'єднань органів та неурядових, забезпечує національну інформаційний «суверенітет».

6. Сучасні інформаційні технології створюють можливість при високій ступеня стандартизації процесів пошуку інформації реалізувати індивідуальний підхід її відбору з залученням неоплаченого праці споживача, тобто реалізується принцип самообслуговування, дозволяє підвищити якісний рівень обслуговування (за умови, якщо користувач є професіоналом у використанні сучасних інформаційних технологій).

Враховуючи вищезазначене, можна зробити висновок про те, що сьогодні сфера інформаційних технологій розвивається швидкими темпами, на ринку інформаційних послуг з'являються нові інформаційні ресурси, послуги, які потребують правового регулювання державами. Законодавство розвинутих країн першими включає в сферу свого правового регулювання нові технології і медіа-ресурси. Сьогодні поширення набувають інтернет-ресурси, журнали та інші технології, діяльність яких вже врегульована законодавством деяких європейських країн. Варто також зазначити, що сьогодні держави встали на шлях відпрацювання певної державної політики в цій сфері і ЄС досяг значних результатів в цій сфері. Цей досвід може позитивно відбутися на вдосконаленні законодавства України в цій сфері.

РОЗДІЛ 3. РОЗВИТКУ РИНКУ НАДАННЯ ІНФОРМАЦІЙНИХ ПОСЛУГ В РІЗНИХ ДЕРЖАВАХ

3.1. Особливості міждержавного регулювання надання інформаційних послуг в Європейському Союзі

Розвиток інформаційно-комунікаційних технологій робить істотний вплив на європейські соціально-політичні процеси. ЄС усвідомлює цю особливість і пріоритетним напрямом діяльності визначає політику інформаційного суспільства, яке розглядається як можливість домогтися певного впливу на міжнародному інформаційному ринку. Основні проблеми європейської інтеграції у нових умовах інформаційно-технологічного розвитку можна сформулювати так: відчуження громадян від політики, виникнення інформаційнокомунікаційного розриву між громадянами та європейськими інститутами, загострення національних суперечностей під час цілеспрямованого формування європейської єдності, старіння інформаційного законодавства.

Ці проблеми виникли унаслідок національної розрізненості та лінгвістичної фрагментарності ЄС, відсутності єдиного інформаційного простору і європейської публічної сфери, недостатньо швидкого впровадження нових інформаційнокомунікаційних технологій в політичну і економічну діяльність, що зумовлено не достатньо високим рівнем медіаграмотності і різним рівнем володіння новими ІКТ та адаптації до них у різних соціальних групах. Такі тенденції, пов'язані з розвитком інформаційного суспільства, як диверсифікація інформаційного продукту по цільових групах, розрив в інформаційно-технологічному розвитку різних країн, старіння методів інформаційної підтримки політичного процесу, зумовили вироблення нових принципів політичного управління у межах ЄС: відкритість, участь (включення), відповідальність і послідовність (логічність) [16, с. 25-28].

Принциповими для нашого дослідження є перші два, що припускають медіатизацію та інформатизацію інтеграційного процесу. Стратегією щодо рішення сукупності зазначених проблем стало формування європейської інформаційної політики. Формування інформаційної політики не відразу стало одним з пріоритетних завдань європейських інститутів. У документах ЄС немає єдиної інтерпретації інформаційної політики, її визначення функцій, завдань, складових, механізмів реалізації. До компетенції Європейського Союзу належить розроблення єдиної аудіовізуальної політики, медіаполітики та телекомунікаційної політики. Тим не менш сукупні дії ЄС в інформаційній сфері можна назвати інформаційною політикою, а визначення інформаційної політики Європейського Союзу може звучати так: інформаційно-комунікаційна діяльність інститутів Євросоюзу, яка, відповідно до цілей ЄС, національних інтересів країн-членів і громадян об'єднаної Європи, спрямована на створення і підтримку функціонування єдиного європейського політичного, економічного, соціального та культурно-інформаційного простору [31; 35, с. 867-880].

Цілі інформаційної політики ЄС сформульовані Європейською Комісією так: це відповідно є створення єдиного медіапростору ЄС і захист внутрішнього комунікаційного простору Європейського Союзу від зовнішнього впливу. Її складовими елементами є: забезпечення основних прав і свобод людини в сфері інформації; забезпечення інформаційної підтримки інтеграції; створення умов і контроль за виконанням принципу вільної конкуренції на інформаційному ринку; реалізація антимонопольної політики; розвиток європейського законодавства в інформаційній сфері; регулювання національних інформаційних просторів; підтримка створення європейського інформаційного продукту для наповнення європейського медіаринку. Основними принципами формування та реалізації інформаційної політики ЄС стали загальногуманітарні принципи прав і основних свобод людини [21, с. 150-155].

Особливу роль у формуванні європейського інформаційного простору керівні інститути ЄС відводять трансєвропейським ЗМІ. В Європі сьогодні функціонує полімовний канал “Євроньюз”, який охоплює аудиторію більше як 28 мільйонів жителів ЄС щодня, 16 щоденних і щотижневих мережових журналів і газет, що випускаються на кількох європейських мовах [1; 77, с. 130-135].

Європейське інформаційне законодавство складають спеціальні принципи та норми, які регулюють права та обов'язки суб'єктів процесу міжнародного обміну інформацією, інформаційними продуктами та послугами.

Інформаційний обмін регулюється відповідно до основних принципів міжнародного права: суверенної рівності; невтручання у внутрішні справи держав, заборони застосування сили або загрози силою; дотримання міжнародних зобов'язань, мирного врегулювання міжнародних спорів; непорушності кордонів; загальної поваги до прав людини; співробітництва; виконання міжнародних зобов'язань. Ця сфера регламентується також низкою спеціальних галузевих принципів – правом держав на здійснення чи санкціонування здійснення транскордонного телерадіомовлення; зобов'язанням держав запобігати та припиняти поширення ідей, заборонених міжнародним співтовариством; зобов'язанням держав забезпечити вільний доступ до джерел інформації; правом держав на протидію поширенню на своїй території ідей, які загрожують національній безпеці, громадському порядку, моральному здоров'ю населення, правом держав розвивати інформаційну інфраструктуру задля досягнення своїх політичних, економічних і культурних цілей; зобов'язанням держав запобігати та припиняти неправомірне використання національних інформаційних ресурсів, масивів інформації для ворожої пропаганди та втручання у внутрішні справи інших держав тощо [86].

Правове регулювання інформаційних відносин у Європі дає змогу виокремити їхні особливості та специфіку:

– у системі інформаційного права функціонують нові терміни та поняття (інформація, інформаційні ресурси, бази даних, офіційне юридичне повідомлення,

інформаційна безпека, електронний підпис, інформаційна інтелектуальна власність, домен тощо), які відображають трансформацію права в умовах становлення інформаційного суспільства;

- інформація має унікальні якості, невичерпність ресурсів є складовою суспільних відносин, зумовлює право власності на інформацію – державне, корпоративне, індивідуальне;

- інформаційно-правова діяльність країн, юридичних і фізичних осіб здійснюється виключно в інтересах держави й особи з перевагою інтересів держави;

- використання масивів даних чи інші види інформаційної діяльності реалізуються через юридичних і фізичних осіб, які несуть відповідальність за правопорушення відповідно до конституційного, інформаційного, цивільного, адміністративного та кримінального законодавства;

- правове регулювання інформаційних відносин у суспільстві має поширюватися й на сферу доступу до кіберпростору через мережу Інтернет, впровадження мультимедійних технологій, бездротового зв'язку для поширення інформації [92, с. 334-336].

Принципи та норми європейського інформаційного права ієрархічно, системно та структурно взаємопов'язані, утворюють інститути міжнародного інформаційного права, визначають цілісність механізму правового регулювання інформаційних відносин між суб'єктами права. Інститути європейського інформаційного права є відносно постійною групою юридичних норм, які регулюють певні види міжнародного обміну інформаційними продуктами та послугами. Зокрема, вирізняють такі інститути інформаційного права: права людини у сфері інформації та комунікації, право державної таємниці, право програмних продуктів, право купівлі та продажу інформаційних продуктів і послуг, право засобів масової інформації, телекомунікацій і зв'язку, право використання штучних космічних об'єктів, право інформаційної інтелектуальної власності, право інформаційної безпеки тощо [106].

Європейське інформаційне право як комплексна галузь містить загальну й особливу частини. До першої належать норми та принципи, які регулюють загальні положення, форми й методи інформаційної діяльності держав, міжнародних організацій, неурядових інституцій, інших суб'єктів міжнародного права. До другої – конкретні інститути та норми європейського інформаційного права, зв'язок між якими має об'єктивний характер. Це – право масової комунікації, телекомунікацій та зв'язку, кіберпростору та глобальної мережі Інтернет, інформаційної інтелектуальної власності та право інформаційної безпеки [63, с. 9-14].

Джерелами європейського інформаційного права є: 1) міжнародні угоди регіонального характеру, зокрема конвенції РЄ та ЄС, рекомендації, резолюції, директиви, регламенти, рішення, хартії, статути, програми, правила процедури тощо; 2) внутрішнє законодавство країн Європи; 3) судова та арбітражна практика, зокрема, прецедентні рішення Європейського суду з прав людини, Європейського суду ЄС, Арбітражного суду, рішення національних судів європейських країн; 4) міжнародні звичаї, тобто принципи і норми, яких дотримуються в односторонньому порядку суб'єкти європейського права і які стосуються регламентації професійної діяльності у сфері інформації та комунікації.

Міжнародні угоди, що є основним джерелом європейського інформаційного права, зокрема Європейська конвенція про захист прав людини та основних свобод, Європейська культурна конвенція, Європейська угода про обмін інформацією наукового, освітнього та культурного характеру та інші, регулюють змістові, технічні та професійні аспекти міжнародного обміну інформацією в Європі [105].

Змістовий аспект регулювання стосується впливу та формування світової і національної громадської думки, а також є невід'ємною складовою зовнішньої і внутрішньої політики держав як суб'єктів міжнародного права. Змістові норми проголошують право та свободу кожного на пошук, отримання та поширення ін-

формації та ідеї будь-якими засобами незалежно від державних кордонів. Ще однією важливою правовою нормою є обмеження основних інформаційних прав і свобод з метою забезпечення правомірних вимог моралі, громадського порядку, пропаганди ідей, національної безпеки тощо [103].

Технічні аспекти регулювання обміну інформацією стосуються організації транскордонних інформаційних потоків у Європі, встановлення європейських тарифів і стандартів на передачу інформаційних продуктів та послуг через кордони держав, поширення нових технологій та їх ефективної експлуатації, розподілу і використання радіочастот та геостаціонарних орбіт у рамках співробітництва в ЄВТЕЛСАТ, штучних космічних об'єктів. Зокрема, Угода про міжнародний обмін візуальними та звуковими матеріалами освітнього, наукового та культурного характеру, Конвенція про міжнародний обмін офіційними виданнями та урядовими документами, Принципи використання державами штучних супутників Землі для міжнародного безпосереднього телевізійного мовлення, Конвенція про Європейську організацію супутникового зв'язку, Меморандум Європейської асоціації кабельного зв'язку «Інформаційне суспільство – розвиток телекомунікацій» тощо. Зазначені документи регулюють міжнародний обмін інформацією освітнього, наукового та культурного характеру. Вони передбачають пільги на ввезення таких матеріалів, а також звільнення від митних формальностей та зборів [37, с. 230-232].

Поява нових технологій спричинила проблему щодо врегулювання використання радіочастот для забезпечення міжнародної стандартизації електрозв'язку. Розподіл радіочастот здійснюється Міжнародним союзом електрозв'язку та контролюється ЄВТЕЛСАТ за допомогою статутних, нормативних, технічних документів і стандартів. Так, у Рішенні Європейського парламенту та Ради ЄС про правові рамки для радіоспектральної політики зазначається, що технічні імплементаційні заходи мають стосуватися доступності та раціональності використання спектра радіочастот з метою гармонізації поширення інформації поза

межами кордонів Спільноти. Мета радіоспектральної політики полягає у стратегічному плануванні використання спектра радіочастот з огляду на економічні інтереси, інтереси безпеки, інтереси охорони здоров'я, державні інтереси, свободу вираження поглядів, культурні, наукові, соціальні та технічні аспекти інформаційної політики, а також інтереси груп користувачів спектра радіочастот задля запобігання перешкодам [23, с. 143].

Професійні аспекти правового регулювання стосуються правового забезпечення діяльності у сфері інформації і комунікації, зокрема професійної діяльності журналістів. Такі документи, як Резолюція 1003 про етику журналістики, Резолюція № 2 «Свободи журналістів і права людини», Рекомендація № R(96) 4 «Про захист журналістів за умов конфліктів і тиску» підкреслюють важливість професійної діяльності ЗМІ в сучасних умовах європейської інтеграції. Рада Європи в Резолюції № 2 «Свободи журналістів і права людини» підтвердила принципи захисту журналістів в умовах демократичного суспільства. У принципах журналістської етики йдеться про зміцнення вільної, незалежної, плюралістичної та відповідальної журналістики, про вільний доступ до професії та професійної діяльності, невтручання у діяльність журналістів з боку органів державної влади, а також про створення умов для професійної діяльності в зонах збройних конфліктів та кризових ситуацій [121].

Характерною рисою сучасного європейського інформаційного права є його вплив і взаємозв'язок із конституціями країн-членів міжнародних організацій. Демократичні принципи інформаційного права знайшли відображення в конституціях розвинених країн Європи, а також у конституціях нових незалежних держав Центральної та Східної Європи, які стали на шлях побудови демократичного та плюралістичного суспільства. Конституція враховує прогресивний розвиток міжнародного права та національні інтереси. Саме в ній або в конституційних

законах визначається верховенство міжнародної норми над внутрішньодержавною, права й обов'язки держави та громадян, а також обмеження цих прав відповідно до чинного законодавства.

Важливими принципами міжнародного інформаційного співробітництва, зафіксованими в конституціях багатьох країн, є принципи підтримання миру, незастосування сили, суверенної рівності держав, невтручання у внутрішні справи, повага до прав людини. Конституційно права людини на комунікацію забезпечуються статтями, які відповідають нормам міжнародних документів загального характеру (Загальна Декларація прав людини; Міжнародний пакт про громадянські та політичні права; Європейська конвенція прав людини; Міжнародна Конвенція про ліквідацію всіх форм расової дискримінації; Заключний Гельсінський акт НБСЄ тощо) [120].

На сьогоднішній день акти ЄС регулюють три основні галузі в медіа-сфері: створення в Європі механізмів підтримки електронних ЗМІ; захист культурних інтересів Європи в контексті широкого міжнародного обговорення; розробка правової бази, необхідної для розвитку єдиного внутрішнього європейського ринку. Ініціатором створення європейської правової системи регулювання медіа-простору була Рада Європи та Європейська Спільнота. 28.04.1982 р. Комітет міністрів РЄ прийняв Рекомендацію, а пізніше План дій стосовно національної та міжнародної медіа-політики («Європейська медіа-хартія»). В 1984 р. Комітет Міністрів прийняв дві рекомендації з питань реклами на радіо та телебаченні, а також супутникової спроможності для телебачення та радіо. У цей же час відбуваються перші кроки в напрямі медіа-політики і в Європейській Спільноті. В 1982 р. Європейський Парламент пропонує створити європейський телевізійний канал спільно з Європейською мовною спілкою. В той же час Парламент розглядає можливість діяльності Спільноти в напрямі розвитку транснаціонального кабеля

та супутникового телебачення, фокусуючись на потребах технічної стандартизації та виробництві європейських програм. У 1984 р. Комісія публікує Зелену книгу з Директиви «Телебачення без кордонів» [88, с. 93-98].

У різних Резолюціях Європейського парламенту того часу можна було спостерігати одну мету: європейська ідентичність може розвиватися тільки тоді, коли європейці будуть поінформовані належним чином, а регулювання діяльності мас-медіа буде відбуватися не тільки на національному рівні. Хоча Директива про телебачення без кордонів більше стосувалася економічних цілей, але саме спрямування на європейську ідентичність стало базисом цього документа. Питання щодо телевізійного контенту, які не були охоплені Директивою «Телебачення без кордонів», регулюються ст. 10 Європейської конвенції з прав людини. Після довготривалих переговорів були прийняті паралельні рішення: Європейська Спільнота прийняла Директиву «Телебачення без кордонів» в 1989 р., а Рада Європи слідом ухвалила Європейську конвенцію про транскордонне телебачення. Зміст цих двох актів є майже ідентичним. Єдиною перевагою Конвенції є поширення її дії на країни, які не є членами ЄС. Важливою економічною метою Директиви ЄС разом з її поправками був розвиток виробництва європейської аудіовізуальної продукції, що було втілено в системі квот [116].

В 1975 р. Парламентська Асамблея РЄ прийняла Рекомендації 747 та 748, які визнали небажаною концентрацію преси та її функцію послуги публічного мовлення. 1980-ті роки стали періодом не тільки транскордонного телебачення, а й найвизначніших процесів злиття найбільших медіа. В Європі Комісію закликали до ініціативи, яка вилілась в 1992 р. у Зелену книгу про плюралізм та медіа-концентрацію на внутрішньому ринку. Біла книга Делора 1994 р., Доповідь Бангемана «ЄС і глобальне інформаційне суспільство» та Лісабонська стратегія 2000 р. започаткували новий етап – етап економіки знань, що засновується на інформаційних технологіях, існуючих в умовах лібералізованого ринку. Такий новий курс потребував інтегрованого горизонтального регулювання. Починаючи з 1998

р. з'явилася велика кількість директив. Першою з таких нормативних актів була Директива прозорості про послуги в інформаційному суспільстві (98/48/ЕС), метою якої було запобігання виникненню фрагментарності Єдиного ринку та нових регулятивних бар'єрів. Директива відіграла важливу роль, оскільки вона вперше визначила поняття «послуга інформаційного суспільства». Директива прозорості створила умови для виходу послуг інформаційного суспільства на вільний ринок Європи. Вона дозволила державам-членам приймати закони на національному рівні відповідно до власних традицій та пріоритетів національної політики без обов'язкової гармонізації на рівні ЄС. У свою чергу, держави-члени заохочувалися для обміну інформацією, зменшуючи ризик прийняття суперечливих законів [92, с. 334-340].

В 2000 р. була прийнята Директива про електронну комерцію, яка також застосовується до регулювання послуг інформаційного суспільства. Директива передбачає принцип недискримінації (у країнах ЄС контракти не повинні бути позбавлені юридичної чинності тільки на підставі того, що вони укладені в електронному вигляді) [119].

Норми, які містяться в Договорі про функціонування Європейського Союзу (далі – ДФЄС), відомі як законодавство первинного рівня. ЄС володіє значними можливостями з визначення змісту та політики держав-учасників ЄС стосовно економічних аспектів мовлення. В цьому сенсі ЄС може вживати заходів, спрямованих на сприяння свободі надання послуг та захищати «право створення». Більш того, норми Договору про функціонування ЄС про конкуренцію дають Європейській Комісії право регулювати процеси концентрації та надання державної допомоги, в тому числі й у сфері радіомовлення. ДФЄС застосовується в тих випадках, коли щодо держави-члена ЄС виникає питання про застосування практики, яка обмежує конкуренцію або про зловживання домінуючим становищем на ринку. Він також дає законну підставу для розгляду питання про те, чи не є

фінансування суспільних телерадіокомпаній за рахунок абонентської плати порушенням правил вільної конкуренції шляхом створення менш сприятливих умов для приватних компаній мовлення, чиє джерело прибутків – це реклама та платні послуги. Стаття 56 ДФЄС забороняє будь-які обмеження вільного надання послуг всередині Союзу громадянами держав-членів. Свобода надання послуг є однією з чотирьох фундаментальних свобод Євроспільноти, центральним елементом застосування європейського Єдиного ринку. Свобода надання послуг є особливо важливою для медіа-сектору. Сам ДФЄС не містить положень конкретно щодо медійних послуг. В свою чергу, Суд ЄС встановив, що аудіовізуальні послуги захищаються свободою надання послуг і, таким чином, сформував аудіовізуальний простір в Європі. Будучи головним показником для регулювання національного законодавства країн-членів та вторинного законодавства ЄС, ст. 56 ДФЄС стала основним інструментом на європейському рівні для регулювання традиційних аудіовізуальних медіа. Що стосується культурної складової мовлення, особливо питань змісту, то в цій сфері правова компетенція ЄС обмежена. В ДФЄС говориться про те, що Євроспільнота сприяє культурному розквіту держав-членів, але тут же прямо сказано, що будь-яка гармонізація законів та інших нормативно-правових актів держав-учасників у сфері культурної політики на рівні ЄС виключається [117; 9].

Як наслідок, на практиці ЄС не має компетенції для прямого втручання в регулювання мовлення держав-учасників тією мірою, щоб впливати на контент мовлення. Однак ЄС все ж таки застосовує певні регулятивні механізми, приймаючи норми, які регулюють зміст, особливо у питаннях захисту неповнолітніх, а також задля досягнення «єдиного ринку». В Європі медіа-індустрія регулюється також загальним антимонопольним законодавством, а з іншого боку – спеціальним законодавством, яке регулює діяльність ЗМІ. Мета антимонопольного регулювання полягає в захисті та стимулюванні конкуренції в ринковій економіці та попере-

дженні діяльності, яка суперечить правилам вільного ринку. Антимонопольне законодавство має непрямий вплив і на плюралізм у ЗМІ: там, де існує повноцінна конкуренція, може існувати більша кількість мовленнєвих компаній, а відповідно і поглядів, які поширюють ці компанії. Крім того, антимонопольне законодавство слідує за відносинами власності в сфері ЗМІ та надає дозволи на злиття медійних компаній.

Крім антимонопольного законодавства, існують ще й спеціальні нормативно-правові акти, які регулюють зміст та деякі інші аспекти діяльності засобів масової інформації. Важливу роль у створенні внутрішнього телевізійного ринку Європи відіграла Директива «Телебачення без кордонів», оскільки вона заборонила державам-членам ЄС обмежувати прийом та ретрансляцію телевізійних програм інших держав-членів ЄС із причин, які стосуються їхнього змісту, якщо ці причини не входять до Директиви. З останнім переглядом в 2007 р. Директиву було перейменовано на Директиву про аудіовізуальні медійні послуги (AVMS) і кодифіковано у 2010 р. Директива AVMS внесла свої доповнення та встановила більш гнучке регулювання. Вона застосовується до всіх «аудіовізуальних медійних послуг, що включає традиційні телетрансляції, а також послуги за запитом». За Директивою AVMS обидва види послуг підлягають регулюванню за базовими правилами, але традиційні телевізійні послуги повинні також відповідати певним додатковим вимогам [79].

Жодне положення цієї Директиви не повинно вимагати чи заохочувати країни-члени до впровадження нової системи ліцензування чи адміністративних дозволів для будь-якого типу аудіовізуальних недійсних послуг [80, с. 18-20].

Головними цілями координації політики ЄС за Директивою є: створення правил для регулювання технологічного розвитку; створення конкурентного середовища для виникаючих конкурентних ЗМІ; збереження культурної різноманітності; захист дітей та споживачів; збереження плюралізму ЗМІ; боротьба з расовою

та релігійною ненавистю; гарантія незалежності національних регуляторів ЗМІ [89, с. 101-105].

Для сприяння вільному обігу інформації будь-яка трансляційна компанія, що діє у ЄС, має гарантований доступ до ексклюзивної трансляції подій, які викликають високу зацікавленість громадськості, з метою трансляції коротких репортажів новин. Директива встановлює обов'язок країн-членів забезпечити, щоб не лише компанії, які здійснюють телевізійну трансляцію, а й аудіовізуальні медійні послуги за запитом сприяли європейським засадам.

Інформаційне наповнення, яке може серйозно зашкодити розвитку дітей, може надаватися лише у способи, які зазвичай забезпечують відсутність доступу для дітей – наприклад, за допомогою кодів доступу чи інших засобів. Також згадується про саморегулювання та спільне регулювання та його заохочення рядами країн-членів. Правила Директиви визнають як існування, так і роль національних незалежних регуляторів. Для забезпечення вірного застосування Директиви ці регулятори повинні тісно співпрацювати між собою та із Комісією, зокрема у питаннях юрисдикції [92, с. 334-340].

В Порядку денному асоціації Україна– ЄС згадується про програму ЄС «МЕДІА», яка є програмою з підтримки європейської аудіовізуальної індустрії. Програма підтримує на умовах спільного фінансування професійну освіту в галузі аудіовізуальних мистецтв; виробництво художніх і документальних фільмів, телепрограм, анімації та нових медіа; просування та поширення європейської аудіовізуальної продукції. Програма фінансує ряд проектів з підтримки аудіовізуальної індустрії. 18.12.2008 р. Європейський Парламент проголосував за виділення 5 млн євро на підготовку нового напрямку MEDIA International, метою якого є посилення співробітництва між аудіовізуальними індустріями країн-членів ЄС та третіми країнами. До антимонопольного законодавства та спеціальних законів у сфері ЗМІ додаються документи, які стосуються сфери саморегулювання та

спільного регулювання. Саморегулюванням називаються заходи, до яких вдаються самі компанії мовлення на підставі власного досвіду та знань для регулювання своєї діяльності в таких сферах, як журналістська етика. Спільне регулювання – це сукупність саморегулювання та регулювання, яке здійснює незалежний наглядовий орган. Саморегулювання вважається більш ефективним, ніж юридично обов'язкові норми, адже законодавчій базі часто не вистачає гнучкості та пристосованості. Наприклад, за допомогою саморегулювання легше врахувати особливі місцеві або регіональні умови. З іншого боку, не можна допускати занадто широкого саморегулювання, адже більш сильні гравці на ринку зможуть тоді диктувати свої умови та міжнародний ринок опиниться під загрозою фрагментації через появу занадто великої кількості різних кодексів саморегулювання [79; 95].

У секторі мовлення саморегулювання використовується достатньо широко. Основними сферами його застосування є питання, пов'язані з рекламою та із захистом неповнолітніх. Саморегулювання діє і в сфері технічних стандартів. Насамкінець, механізми саморегулювання грають величезну роль у забезпеченні редакційної незалежності та захисті професійних стандартів. Наприклад, Міжнародна федерація журналістів (далі - IFJ) регулярно приймає резолюції з питань авторських прав, політики зайнятості в сфері ЗМІ та інших питань, пов'язаних зі свободою висловлення поглядів. Говорячи про європейське законодавство у сфері ЗМІ, необхідно згадати і результати нормативно-правової діяльності Ради Європи. Хоча, за невеликим виключенням, правові акти РЄ не мають обов'язкової юридичної сили, як акти ЄС, але вони мають важливе політичне значення завдяки своєму конкурентному характеру, а також високому урядовому рівню (у випадку, коли вони ухвалюються Комітетом Міністрів), на якому вони приймаються [79; 92, с. 334-340].

Рекомендації та інші документи РЄ часто використовуються також при тлумаченні якихось занадто коротких положень, які містяться в обов'язкових договорах, та отримують деяку юридичну силу у зв'язку з такими договорами. До основних договорів та рекомендацій, які стосуються регулювання мовлення, належать: Європейська конвенція про захист прав людини і основоположних свобод [2]; Конвенція про транскордонне телебачення [3] – містить правила, аналогічні положенням Директиви ЄС; Дві рекомендації Комітету Міністрів – одна присвячена незалежності та функціям органів, які регулюють сектор телерадіомовлення (2000), а інша – гарантіям незалежності суспільного мовлення (1996). Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод має юридично обов'язковий, майже конституційний характер для країн, які її прийняли. Членство в Раді Європи залежить саме від ратифікації цієї Конвенції. Головною статтею, яка стосується медійного права, є ст. 10 ЄК, яка гарантує захист права на свободу вираження поглядів.

Стаття 10 прямо заявляє, що право на свободу вираження поглядів не забороняє державам створювати механізми ліцензування в мовленнєвому секторі. Крім того, ст. 10 включає детальне застереження про обмеження права на свободу вираження поглядів, згідно з яким свобода вираження поглядів може обмежуватися тільки, якщо таке обмеження передбачене законом, переслідує законну мету та є необхідним у демократичному суспільстві. До спеціального законодавства про ЗМІ додається Європейська конвенція про транскордонне телебачення, яка є юридично обов'язковим договором. Конвенція була прийнята для забезпечення створення більшого та сильнішого європейського ринку мовлення за межами Європейського Союзу [117].

Конвенція РЄ про транскордонне телебачення, як вже було сказано, дуже схожа на Директиву «Телебачення без кордонів» ЄС, і вона застосовується до держав-членів ЄС тільки у тих випадках, коли в Директиві ЄС відсутня норма, яка регулює даний предмет. Комітет Міністрів Ради Європи прийняв дві важливі

рекомендації, які стосуються регулювання мовленнєвого сектору: про незалежність та функції регулюючих органів у мовленнєвому секторі (2000) та про гарантії незалежності суспільного мовлення (1996). Хоча вони не володіють обов'язковою юридичною силою, їх не можна ігнорувати, оскільки вони розвивають зміст ст. 10 ЄКПЛ, яка є обов'язковою стосовно сфери регулювання мовлення, а також оскільки вони були прийняті на високому міністерському рівні і розроблені з урахуванням конкретних європейських умов. Головною метою обох рекомендацій є думка про те, що органи, які регулюють мовлення, та органи, які здійснюють нагляд за діяльністю суспільних телерадіокомпаній, повинні створюватися таким чином, щоб зводити до мінімуму ризик втручання в їхню роботу [26, с. 214-216].

Зробивши короткий огляд європейського законодавства в медіа-сфері, можна дійти висновку, що необхідно вживати певних заходів не тільки заради виконання Порядку денного асоціації та вступу до ЄС, а й для наближення нашої країни до світових медіа-стандартів. Державним комітетом телебачення та радіомовлення був прийнятий наказ № 48 «Про виконання та моніторинг пріоритетів Порядку денного асоціації Україна–ЄС», в якому надається перелік проблем, що повинні бути вирішені відповідними органами з метою належного виконання та моніторингу пріоритетів Порядку денного [32].

3.2. Особливості правового регулювання надання інформаційних послуг в різних державах Європейського Союзу

Не менш важливу роль у формуванні європейського інформаційного простору відіграють і національні ЗМІ, зокрема, громадські телерадіокомпанії, на які це завдання покладається європейським законодавством. Однак відмінності у національних системах ЗМІ, традиціях журналістики, інформаційного законодавства та політичних інтересів не дають можливості їм виконувати це завдання максимально ефективно. Незважаючи на зусилля європейських інститутів, єдиного

європейського 223 медіаринку не існує, так само, як і не існує єдиного європейського інформаційного простору. Прагнення до єдиних стандартів та гармонізацію інформаційного законодавства, стимулювання інформаційного обміну та виробництва європейського медіапродукту поки що не привели до поставленої мети. Медіаринок ЄС залишається сукупністю національних медіаринків, нехай і пронизаних мережею певних фінансових взаємовідносин. Однією з основних причин є те, що медіасистеми країн-членів ЄС формувалися у межах суверенних і національних держав, тому традиції ЗМІ і розвиток медіаіндустрії у різних країнах Європи істотно відрізняються. Політичні та соціокультурні позиції країн-членів не дають змоги відмовитися від національних особливостей. Регулювання національних інформаційних просторів прямо і побічно здійснюється Європейською Комісією та у разі порушення законів Європейським Судом з прав людини. Кордони повноважень європейського регулювання визначаються принципом субсидіарності, який дає змогу оцінити, чи справді втручання Європейського Союзу необхідне, або дії щодо вирішення цього питання слід залишити у віданні країн-членів [33, с. 130-135].

Цей принцип безпосередньо належить і до інформаційної сфери. Принцип вільного руху товарів і послуг на Європейському ринку також визначає діяльність європейських і, особливо, національних медіакомпаній, пред'являючи їм вимоги у сфері контенту, технічних характеристик передачі інформації та особливостей інформаційного обміну. До інформаційної діяльності в Європі належить і принцип "прозорості управління", розроблений інститутами ЄС для політичної діяльності в інформаційному суспільстві. До цих принципів належить і "принцип включення", що припускає включення усіх громадян до інформаційних процесів. За даним принципом ЄС вимагає від країн-членів здійснення програм з підвищення рівня медіа грамотності у суспільстві. Принцип збереження культурного різноманіття позначається на структурі та змісті системи національ-

них ЗМІ. Регулювання інформаційної діяльності країн-членів з боку Європейського Союзу стосується медіаконтенту, трансформування законодавства у сфері інформації, встановлення технічних стандартів, і, зокрема, інформаційної інфраструктури. Здійснюється воно на підставі базового європейського законодавства, європейських директив і законів у галузі інформації, з урахуванням цілей інтеграції в політичній, економічній, культурній та інформаційній сферах. До форми прямого регулювання ЄС ставиться вимога інкорпорації норм загальноєвропейського законодавства в національні закони про ЗМІ, вимога забезпечувати вільну конкуренцію контенту та послуг на інформаційному ринку, забезпечувати медіаплюралізм і обмежувати концентрацію та монополізацію ЗМІ. Зміст ЗМІ підпадає під регулювання ЄС тільки тоді, якщо воно хоча б потенційно перетинає національні кордони. Особливо варто відзначити вимоги ЄС до створення національних служб суспільного мовлення щодо наближення журналістики та політики до громадян [64, с. 378-380].

Основним принципом функціонування інформаційних послуг у правовій державі є їхня свобода. Закони про інформацію та комунікацію повинні забезпечувати збалансованість і врівноваженість інтересів усіх суб'єктів правовідносин у цій сфері, надавати необхідні, можливі та достатні засоби для виявлення поглядів, обміну інформацією та ідеями і припинення зловживань свободою слова. В Європі інтенсивно створюються інформаційні кодекси для галузей і підгалузей інформаційного права, запроваджуються правові норми та принципи регіональних міжурядових організацій для забезпечення потреб інформаційного суспільства, для трансформації основних законів і чинного законодавства держав Європи [85; 93, с. 334-336].

Отже, інформаційно-правова діяльність європейських міжурядових організацій РС, ЄС та країн Європи спрямована на: забезпечення умов для розвитку й охорони всіх форм власності на інформаційні ресурси, створення та вдосконалення регіональних і національних систем і мереж, забезпечення їхньої взаємодії

в інтегрованому інформаційному просторі; створення умов для інформаційного забезпечення юридичних і фізичних осіб та інших споживачів інформації на основі використання національних інформаційних ресурсів, для забезпечення інформаційної безпеки [108].

Європейські фахівці прогнозують радикальні зміни в галузі міжнародно-правового регулювання інформаційних обмінів і комунікації внаслідок формування єдиної світової комунікаційної системи, тобто глобального «інформаційного поля», що потребує адекватних міжнародно-правових рішень, адже конституційно закріплені права та свободи в цій галузі дають змогу гармонізувати законодавство європейських країн і забезпечити прогресивний розвиток міжнародного інформаційного права [75, с. 120-125].

Цікавим з точки зору інформаційної безпеки є досвід регулювання Інтернет - відносин деяких європейських країн. Як зазначає Макаренко ЄА., у більшості європейських країнах прийняті (або існують в проекті) закони, що дають можливість притягнути до відповідальності провайдерів хостових послуг за розміщення на їхніх сайтах інформації незаконного змісту; деякі правила обмежують доступ провайдерів до таких джерел інформації. Мережеві оператори не можуть бути притягнуті до відповідальності за зміст інформації, яка передається мережами, однак вони зобов'язані на умовах виданих ліцензій вжити необхідних заходів щодо користувачів і клієнтів, які використовують мережі для передання інформації незаконного змісту. В країнах ЄС також існує практика самоврегулювання хостових послуг: наприклад, у Великій Британії (Фонд "Безпечна Мережа"), у ФРН і Нідерландах прийняті кодекси поведінки та створені незалежні органи самоврегулювання, які розробляють етичні стандарти для змісту інформації та класифікації незаконної інформації. Класифікація інформації незаконного змісту викладена так:

- 1) використання телекомунікаційних засобів для поширення образливої чи непристойної інформації користувачами підліткового віку (до 18 років);

- 2) свідоме надання телекомунікаційних послуг для поширення незаконної інформації;
- 3) свідоме надання інтерактивних комп'ютерних послуг незаконного змісту;
- 4) свідоме використання телекомунікаційних засобів для здійснення правопорушення [65; 60, с. 152-156].

Німеччина прийняла Закон про інформаційні і комунікаційні послуги (1997 р.), в якому визначений статус цифрового підпису, внесені поправки до Карнега кодексу, в закони про авторські права та обмеження на морально шкідливу для молоді інформацію.

Правове регулювання інформації в Інтернет, згідно з доповіддю Міністерства економіки, фінансів та промисловості Франції, повинно:

- 1) забезпечити свободу комунікації он-лайн;
- 2) визначити обов'язки постачальників послуг (зокрема, видавців та посередників);
- 3) запровадити захист інтелектуальної власності в режимі он-лайн;
- 4) забезпечити ефективне регулювання змісту інформації, що є в мережі Інтернет;
- 5) забезпечити захист персональних даних;
- 6) забезпечити правовий статус доменів;
- 7) забезпечити вільний доступ до масивів інформації в мережі Інтернет для масового використання.

З цією метою Франція подала до Європейської Ради ЄС меморандум з позицією розширити доступ до Інтернету і створити регулятивні механізми для діяльності в мережі [76, с. 60-72].

3.3. Еволюція правового регулювання надання інформаційних послуг в Україні

Розвиток національної інформаційної політики України у контексті європейської політики інформаційного суспільства характеризується двома суперечливими тенденціями. З одного боку, враховуючи європейський характер політики України, Кабінет Міністрів України координує свою діяльність у національній інформаційній сфері з діяльністю ЄС, планомірно впроваджуючи основні вимоги Європейського Союзу. З іншого – це не перешкоджає реалізації власних уявлень про інформаційну політику і роль нових інформаційно-комунікаційних технологій. Історичні особливості розвитку медіасистеми України і характеру сприйняття інформаційного сектору політичними елітами відбиваються на розвитку сучасної національної інформаційної політики. Зокрема це виражається в особливостях формування служб суспільного мовлення щодо представників державної влади до ролі ЗМІ у політичному житті держави. Рівень розвитку інформаційного суспільства в Україні має одні з найнижчих показників серед країн членів. Україна стикається з загальноєвропейськими проблемами під час формування інформаційного суспільства та інформаційної політики у межах інтеграції [8; 13, с. 13].

Це інформаційно-комунікаційний розрив між громадянами та політичними елітами, нерівномірний розподіл ІКТ на рівні регіонів, збільшення медіаконцентрації на підставі загальноєвропейської вимоги лібералізації аудіовізуального сектору. 224 Недолік інтересу з боку громадян до нових інформаційних послуг пояснюється відсутністю знань і навичок з використання Інтернет-технологій і недостатньою привабливістю пропонованих послуг. Незважаючи на загальноєвропейську стратегію повного переходу до цифрового мовлення, телебачення в Україні, як і раніше, переважно аналогове. Сьогодні країна відстає від інших європейських країн з багатьох показників розвитку інформаційного суспільства,

проте є ініціатором розробки і послідовно впроваджує закон України “Про електронний цифровий підпис”, прагнучи отримати переваги у цьому напрямі серед інших країн-членів [4; 70].

Нерівномірний розподіл інформаційно-комунікаційних технологій простежується і на рівні регіонів. Спостерігаються істотні розбіжності показників доступу до Інтернет-послуг і загальної інформатизації між окремими областями. Змінюється сутність використання Інтернету користувачами. Все більше громадян починають сприймати Інтернет як можливість доступу до ЗМІ, отримання оперативної інформації. Але кількість звернень до урядової інформації та інформації про діяльність європейських інституцій та інших країн-членів через Інтернет, саме це є показник, який відображає ступінь зацікавленості аудиторії загальноєвропейськими питаннями і питаннями політики, покищо невелике, оскільки і раніше не було значним. Показники запитів на певні теми демонструють, що аудиторія, як і раніше, тяжіє до отримання актуальної національної інформації, ніж інформації про інші країни ЄС. У межах вимог ЄС Україна розвиває служби суспільного мовлення, але вони через специфічні особливості їх історичного іміджу та непродуманої організаційно-фінансової структури покищо не можуть претендувати на цю роль. Вимоги Європейського Союзу до інформаційного сектору стали приводом до виникнення інформаційно-комунікаційного кризи в Україні і привели до загострення відносин влади та окремих медіагруп та ЗМІ. Олігархічний капітал, як і раніше, прагне сконцентрувати інформаційну владу у своїх руках, використовуючи її в своїх інтересах. Нормативно-правове регулювання ЄС не допускає подібної ситуації [16, с. 5-32].

Українське законодавство про ЗМІ трансформується відповідно до законів і директив ЄС. Зміни неминуче і поетапно відбуваються в інформаційній інфраструктурі, в інформаційному законодавстві та характері інформаційно-технологічного розвитку. Цей процес має двоїтий характер. З одного боку, Україна

прагне до формування інформаційного суспільства та лібералізації аудіовізуальної і телекомунікаційної сфери з метою отримання економічної вигоди, з іншого, – олігархічний капітал не готовий до повної лібералізації усього інформаційного сектору, що призведе до остаточного зникнення залежності ЗМІ від правлячих еліт і в умовах інтеграції може перекреслити усі національні особливості національного медіаринку. Тому адаптація інформаційної політики ЄС відбувається з певними труднощами і поправками з боку України [5; 75, с. 130-135].

Основні європейські норми, прийняті національним законодавством в інформаційній сфері, включають принципи: свободу вираження, медіаплюралізму, вільного руху інформаційних товарів і послуг на інформаційному ринку ЄС. Варто відзначити, що закон України “Про суспільне телебачення і радіомовлення” був прийнятий в Україні тільки після вступу революційної зміни влади унаслідок невідпущання Угоди про асоціацію з ЄС [74, с. 13-17].

Сьогодні в країні обговорюється проект нової редакції закону України “Про телебачення та радіомовлення”, який повинен забезпечити більший ступінь незалежності та нейтральності цього типу ЗМІ і привести законодавство у сфері аудіовізуальних медіа та модель їх фінансування відповідно до принципів пропорційності та прозорості управління, вироблених європейським законодавством. Цей законопроект відображає прагнення України забезпечити впровадження у своє інформаційне законодавство тих змін, які визначені у третій редакції Директиви ЄС “Телебачення без кордонів” (Директива Європейського Парламенту та Ради Європи 2010/13/ЄС) [1; 71].

За цим законопроектом аудіовізуальні ЗМІ отримують нове завдання: стимулювання участі індивіда в громадянському суспільстві. Відповідно до європейських вимог, Кабінет Міністрів України бере активну участь у створенні законів, що регулюють нові інформаційно-комунікаційні технології. Зокрема, йдеться про закон “Про електронний цифровий підпис”, що уможливило здійснювати персо-

нальний підпис під час укладення угод та ведення справ через Інтернет. Цей закон розглядається як спосіб бути першими в одній зі сфер розвитку інформаційного суспільства в Європі. 225 Національні особливості розвитку взаємовідносин влади та ЗМІ в Україні відбиваються на процесі адаптації інформаційного законодавства країни до загальноєвропейських вимог і стандартів. Не усі заходи, що вживаються в країні з інкорпорації європейських законів в інформаційній сфері, сприймаються беззастережно. Проект закону України "Про електронну комерцію" викликає деякі суперечності, оскільки положення цього закону можуть бути використані органами виконавчої влади для обмеження або припинення надання інформаційних послуг на підставі неконкретних формулювань [63, с. 9-14].

У Конституції України в статті 32 проголошується, що "не допускається збирання, зберігання, використання та поширення конфіденційної інформації про особу без її згоди, крім випадків, визначених законом, і лише в інтересах національної безпеки, економічного добробуту та прав людини. Кожний громадянин має право знайомитися в органах державної влади, органах місцевого самоврядування, установах і організаціях з відомостями про себе, які не є державною або іншою захищеною законом таємницею. Кожному гарантується судовий захист права спростовувати недостовірну інформацію про себе і членів своєї сім'ї та права вимагати вилучення будь-якої інформації, а також право на відшкодування матеріальної і моральної шкоди, завданої збиранням, зберіганням, використанням та поширенням такої недостовірної інформації". Інша стаття Конституції 34 – наголошує на тому, що "кожному гарантується право на свободу думки і слова, на вільне вираження своїх поглядів і переконань. Кожен має право вільно збирати, зберігати, використовувати і поширювати інформацію усно, письмово або в інший спосіб на свій вибір. Здійснення цих прав може бути обмежене законом в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадського порядку з метою запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я

населення, для захисту репутації або прав інших людей, для запобігання розголошенню інформації, одержаної конфіденційно, або для підтримання авторитету і неупередженості правосуддя» [70; 77, с. 130-145].

Слід зазначити, що в Україні створено достатню законодавчу базу для здійснення державної інформаційної політики. Проблема полягає в іншому: 1) в адаптації законодавства України в інформаційній сфері до нових умов суспільного розвитку, передусім пов'язаних з побудовою інформаційного суспільства; 2) в недостатньо ефективних механізмах впровадження і реалізації цих законів. Пропонуємо розглянути основні Закони України щодо регулювання інформаційної сфери [87; 105].

Закон України "Про інформацію" закріплює право громадян України на інформацію, закладає правові основи інформаційної діяльності. Закон встановлює загальні правові основи одержання, використання, поширення та зберігання інформації, закріплює право особи на інформацію в усіх сферах суспільного і державного життя України, а також систему інформації, її джерела, визначає статус учасників інформаційних відносин, регулює доступ до інформації та забезпечує її охорону, захищає особу та суспільство від неправдивої інформації. Дія цього Закону поширюється на інформаційні відносини, які виникають у всіх сферах життя і діяльності суспільства і держави при одержанні, використанні, поширенні та зберіганні інформації. Законодавство України про інформацію складають Конституція України, зазначений Закон, законодавчі акти про окремі галузі, види, форми і засоби інформації, міжнародні договори та угоди, ратифіковані Україною, та принципи і норми міжнародного права [29, с. 6-9].

Під інформацією цей Закон передбачає документовані або публічно оголошені відомості про події та явища, що відбуваються у суспільстві, державі та навколишньому природному середовищі.

На сьогоднішній день в Україні в різних нормативних документах наводяться різні визначення інформаційних продуктів та послуг. Офіційне тлумачення цих термінів наведене в Законі України "Про інформацію" (ст. 40, 41), де вказано, що: "Інформаційна продукція — це матеріалізований результат інформаційної діяльності, призначений для задоволення інформаційних потреб громадян, державних органів, підприємств, установ та організацій". "Інформаційна послуга — це здійснення інформаційної діяльності у визначений час і визначеній законом формі по доведенню інформаційної продукції до споживачів з метою задоволення їхніх інформаційних потреб" [34, с. 160-165].

У законі України "Про Національну програму інформатизації" інформаційна послуга визначається як "дії суб'єктів щодо забезпечен культурно-освітніх знань (просвітницькі послуги); поширення об'єктивної інформації про споживчі властивості та види соціальних послуг, формування певних уявлень і ставлення суспільства до соціальних проблем (рекламно-пропагандистські послуги)" [73, с. 15-20].

Головною державною податковою інспекцією України інформаційна послуга тлумачиться як "здійснення у визначеній Законом формі інформаційної діяльності по доведенню інформаційної продукції до споживачів з метою задоволення їх інформаційних потреб". Більш ширше визначення подається Державним комітетом зв'язку та інформатизації України, який визначає, що інформаційна послуга — це "дії суб'єктів щодо забезпечення споживачів інформаційними продуктами, у тому числі фінансовими, маркетинговими, транспортними, освітянськими, телемедичними тощо". У зв'язку з зазначеним, пропонується трактувати інформаційну послугу у широкому розумінні як сприяння у безпосередньому пошуку, одержанні, передачі, виробництві, розповсюдженні, обробці, зберіганні інформації. Необхідно відзначити, що при високій важливості інформації як ресурсу, інформаційні послуги не мають поки свого чіткого місця у сфері сервісу [80, с. 10-15].

До причин відсутності їх власного статусу серед основних класів послуг можна віднести наступні: — відставання нормативно-законодавчої бази; — відсутність комплексного підходу до інформаційних послуг у більшості існуючих класифікаторів; — неможливість розмежувати і виділити інформаційну послугу в чистому вигляді, оскільки інформаційний продукт є матеріально-речовою формою інформаційної послуги, і у споживачів отримання інформаційної послуги найчастіше асоціюється з придбанням інформаційного продукту. Проте природно, що інформаційні послуги стають необхідним інструментом задоволення потреб людини і господарюючих суб'єктів, а отже, об'єктом стійкого попиту. Потреби людини схильні до впливу різноманітних факторів, серед яких найбільшу роль відіграють фактори віку і платоспроможності. Інформаційні послуги відіграють важливу роль і при задоволенні потреб господарюючого суб'єкта. Склад необхідних інформаційних послуг та порядок задоволення потреб у господарюючих суб'єктів також зазнають певних змін у залежності від стадії життєвого циклу організації, причому зростання витрат на інформаційні послуги дещо відстає від темпів зростання номенклатури інформаційних послуг. У теперішній час в Україні швидкими темпами йде формування ринку інформаційних продуктів і послуг, найважливішими компонентами якого є: — технічна та технологічна складова [92, с. 334-338].

Це сучасне інформаційне устаткування, потужні комп'ютери, розвинена комп'ютерна мережа і відповідні їм технології переробки інформації; — нормативно-правова складова. Це юридичні документи: закони, укази, постанови, які забезпечують цивілізовані відносини на інформаційному ринку; — інформаційна складова. Це довідково-навігаційні засоби і структури, що допомагають знаходити потрібну інформацію; — організаційна складова. Це елементи державного регулювання взаємодії виробників і розповсюджувачів інформаційних продуктів і послуг. Варто зазначити, що регіональний ринок інформаційних послуг являє собою частину регіонального споживчого ринку, що характеризує взаємодію

регіональних економічних відносин між постачальниками (виробниками, продавцями) та споживачами (покупцями) інформаційних послуг з використанням сучасних підходів (технічних і управлінських), широкою номенклатурою інформаційних продуктів, різними умовами їх використання та платою за них [97; 106].

Недостатній рівень розвитку регіональних ринків інформаційних послуг та їх ринкової інфраструктури в цілому ряді регіонів України приводить до зниження ділової активності, слабого розвитку підприємництва, порушення відтворювальних процесів. Функціонування регіонального ринку інформаційних послуг є одним з показників наявності в суспільстві розвинутої регіональної інфраструктури. Структура такого ринку в частині пропозиції визначається структурою вироблених продуктів і послуг у регіоні, а в частині попиту — зацікавленістю в їх придбанні та використанні для вирішення поставлених перед споживачем проблем. Специфіка регіональних ринків інформаційних послуг обумовлена впливом безлічі факторів. У ході проведеного дослідження встановлено, що розвитку ринку інформаційних послуг у Запорізькій області сприяють демографічні, соціальні та економічні фактори. Серед демографічних факторів слід відзначити наступні: — висока щільність населення; — високий відсоток міських жителів; — високий відсоток осіб працездатного віку; — висока концентрація населення в адміністративному центрі Запоріжжя [6; 30, с. 227-230].

До соціальних факторів належать: — висока щільність наукових кадрів та освітніх установ; — відносно високі доходи населення. Група економічних факторів включає: — наявність в області великого промислового комплексу; — наявність в області транспортних магістралей обласного та державного значення; — висока ділова активність; — наявність розвинутої інформаційної інфраструктури; — високий рівень Internet присутності комерційних організацій. Таким чином, можна зазначити, що в Запорізькій області сформовані умови, які сприяють розвитку регіонального ринку інформаційних послуг. Варто наголосити, що регіональний ринок інформаційних послуг є складним механізмом, який включає

в себе суб'єкти (виробників послуг, споживачів і посередників) та об'єкти (інформаційні технології, продукти і послуги) і має свої притаманні лише йому особливості. При проведенні дослідження нами виявлено двоїтий характер ринку інформаційних послуг [5; 37, с. 120].

З одного боку, це самостійна середовище обігу, з іншого — відзначений прикладний характер ринку, що обслуговує всю систему регіональних ринків. Крім того, встановлено, що основна проблема формування регіональних ринків інформаційних послуг пов'язана з випередженням темпів його розвитку в порівнянні з темпами створення нормативно-правової бази [7; 20, с. 219-221].

При дослідженні ринку інформаційних послуг особливу увагу слід приділяти регіональному аспекту, оскільки процес інформатизації суспільства відбувається в умовах нерівномірності територіального розміщення виробників інформаційних послуг. Дослідження регіонального ринку інформаційних послуг варто проводити за кількома основними напрямками. У результаті такого вивчення для кожного з регіонів необхідно визначати: — регіональні особливості; — рівень розвитку інформаційного потенціалу; — забезпеченість підприємств, зайнятих інформаційною діяльністю, технічними, трудовими, фінансовими, інформаційними ресурсами, а також потреби у цих ресурсах; — ефективність роботи підприємств інформаційної діяльності; — рівень забезпеченості інформаційними послугами індивідуальних і корпоративних користувачів (по обсягу, якості та структурі); — рівень потреби в інформаційних послугах. Успішна реалізація вказаних напрямів дослідження ринку інформаційних послуг потребує постійного удосконалення системи показників, методології їх обчислення й покращення методики аналізу процесів та явищ, які відбуваються у сфері інформатизації суспільства [34, с. 226-240].

Слід зазначити, що залежно від мети дослідження система показників ринку інформаційних послуг може бути значно розширена через обчислення різних

структурних і відносних показників, що характеризують фактори і результати виробництва послуг за рівнями управління, етапи процесу виробництва і видами послуг, сферами економічної діяльності, а також за інтегральними показниками конкурентоспроможності виду економічної діяльності та якості послуг. При цьому система показників ринку інформаційних послуг має будуватися згідно з вимогами наукової обґрунтованості, логіки реальних процесів, ієрархії системи управління [70].

Варто наголосити, що для того, щоб система показників правильно відображала явища та процеси які вивчаються, вона має відповідати таким вимогам: — повно відображати суть явищ і процесів та забезпечувати їхнє точне кількісне відображення; — забезпечувати повноту інформації щодо охоплення одиниць об'єкта, що вивчається, і комплексно відображати всі сторони існуючих процесів; — забезпечувати можливість для порівняння показників завдяки єдиним методологічним засадам отримання первинних даних у просторовому та часовому аспектах, а також завдяки використанню однакових одиниць вимірювання; — забезпечувати достовірність показників на основі високої точності первинної інформації та її кількісної і змістовної відповідності реальним процесам і явищам. Методологія аналізу регіонального ринку інформаційних послуг має спиратися на теорію статистичного дослідження і розроблятися виходячи з поставлених завдань. Виходячи з того, що ринок інформаційних послуг — це складне явище, яке тісно пов'язане зі станом і розвитком економіки в цілому і соціальними умовами, то для його характеристики слід залучати весь сучасний арсенал статистичного дослідження [74, с. 13-17]. Варто наголосити на тому, що технологічні зміни, які відбулися за останні 50-100 років зумовили виникнення і становлення ринку інформаційних послуг в усьому світі. В той же час, ЄС як одне з найбільш розвинених державних утворень, одним з перших розпочав роботу по законодавчому врегулюванню ринку інформаційних послуг і запровадженню державних програм і політики в сфері інформаційних послуг. Україні, яка сьогодні знаходиться

на шляху до євроінтеграції, також вдосконалює своє законодавство в цій сфері.

При цьому, варто враховувати позитивний досвід впливу на державу законодавчих норм [77, с. 230-240].

ВИСНОВКИ ТА ПРОПОЗИЦІЇ

1. Досліджуючи історію розвитку інформаційних технологій і інформаційних послуг в світі, можна зробити висновок, що сьогодні у сучасному світі спостерігається інтенсивний процес формування інформаційного суспільства і пов'язаний з ним процес формування економіки і законодавчої бази нового типу, яка базується на використанні новітніх досягнень інформаційних технологій і вдосконаленні ринку інформаційних послуг. Розвиток якісно нового економічного і правового суспільства супроводжується абсолютним і відносним зростанням інформаційного сектора, який постійно розширюється. При детальному аналізі змін у соціально-економічному розвитку країн чітко спостерігається збільшення частки національного продукту, створеного на базі п'ятого технологічного укладу, ускладнення галузевої структури сфери послуг. Формування інформації як ресурсу, створення ринку інформаційних продуктів і послуг призвело до того, що в даний час інформаційний сектор відіграє визначальну роль у розвитку суспільства. Сфера інформаційних послуг стрімко зростає і диверсифікується відповідно зростанню та урізноманітненню попиту на послуги. Водночас наявні диспропорції територіальної організації сфери інформаційних послуг, існують контрасти рівня обслуговування у центрі і на периферії. Досконала територіальна організація сфери інформаційних послуг є одним з ключових завдань у реалізації регіональної політики держави.

2. В 21 століття поняття «інформаційні послуги» змінилося. Це пов'язано з необхідністю регулювання ринку інформаційних послуг на державному рівні, та, в багатьох випадках, і на міждержавному рівні. Сьогодні існує безліч поглядів і точок зору на визначення поняття «інформаційні послуги», однак, можна сказати про необхідність удосконалення цього поняття і закріплення його в законодавстві конкретних держав. Під інформаційним продуктом ми пропонуємо розуміти ви-

користовувану в інформаційно-економічному процесі сукупність методів і способів в історично обумовлених формах при виробництві, реалізації і споживанні інформаційної послуги. Під «інформаційними послугами» слід розуміти погоджений процес створення споживної вартості, сформованої в результаті цільового використання інформаційних продуктів, орієнтована на задоволення інформаційних потреб економічних суб'єктів.

3. Проаналізувавши різні види і типологічні форми інформаційних послуг, можна зробити висновок про те, що немає єдиної класифікації інформаційних ресурсів в світі і всі інформаційні ресурси можна класифікувати в залежності від їх характерних ознак. Так, окремою групою можна виділити найсучаснішу групу інформаційних ресурсів – медіа-ресурси.

4. Особливості інформаційної політики ЄС сьогодні можна дослідити проаналізувавши основними цілі інформаційної політики ЄС з початку ХХІ століття, якими є: скорочення регуляторного навантаження на компанії, що надають послуги інформаційного суспільства; забезпечення доступу всіх клієнтів до набору базових послуг за доступними цінами (телефон, факс, доступ в Інтернет, безкоштовні дзвінки служби екстреної допомоги), а також доступ до цих послуг людям з обмеженими можливостями; стимулювання конкуренції за рахунок скорочення домінуючого положення колишніх національних монополій телекомунікаційної сфери, зокрема у сфері високошвидкісного доступу до Інтернет.

5. Дослідивши особливості правової регламентації медіа-ресурсів в ЄС і зробивши короткий огляд європейського законодавства в медіа-сфері, можна дійти висновку, що необхідно вживати певних заходів не тільки заради виконання Порядку денного асоціації та вступу до ЄС, а й для наближення нашої країни до світових медіа-стандартів. Державним комітетом телебачення та радіомовлення був прийнятий наказ № 48 «Про виконання та моніторинг пріоритетів Порядку денного асоціації Україна–ЄС», в якому надається перелік проблем, що повинні

бути вирішені відповідними органами з метою належного виконання та моніторингу пріоритетів Порядку денного. На сьогоднішній день основою регламентації нормами права ЄС є боротьба з піратством, підтримка авторства щодо інформаційних технологій в медіа-секторі тощо.

6. Аналіз особливостей правового закріплення нових технологій в ЄС полягає в відсутності єдиної бази інформаційних технологій в світі и складністю, яка в результаті виникає щодо захисту прав конкретних осіб на медіа-ресурси та пов'язано також зі складністю самої категорії медіа-ресурси. Ці особливості визначають правову політику ЄС в сфері медіа-ресурсів;

7. Дослідження дозволило проаналізувати особливості розвитку інформаційних послуг в ЄС та його державах і виявити такі тенденції розвитку нових технологій світового ринку інформаційних послуг сьогодні: зростання числа інформаційних посередників (brokers), які інформацію клієнтові в допрацьованому вигляді відповідному запитає клієнта; високий ступінь спеціалізації інформаційних фірм за сферами діяльності: наука, бізнес, промисловість, право і т. д.; концентрація інформаційної індустрії базі центрів-генераторів баз даних центрів обробки баз даних створення інформаційних супермаркетів, де не тільки готується інформація, але і ведеться торгівля інформацією підготовленої зовні. В одному місці клієнтові забезпечується найповніший комплекс послуг: доступ не тільки документальної, але і до фактографічної інформації як таких послуг як діалоговий пошук, режим розповсюдження інформації оглядово-аналітичні видання, першоджерела тощо; формування світового ринку інформаційної індустрії базі однократного створення інформаційних масивів, мінімізації витрат на їх обслуговування (поповнення, оновлення, зберігання тощо) і багаторазового, максимально широкого їх використання для інформаційного обслуговування; створення і зміцнення поряд з інтернаціоналізацією інформаційної індустрії відповідних національних державних об'єднань органів та неурядових, забезпечує наці-

ональну інформаційний «суверенітет»; сучасні інформаційні технології створюють можливість при високій ступеня стандартизації процесів пошуку інформації реалізувати індивідуальний підхід її відбору з залученням неоплаченого праці споживача, тобто реалізується принцип самообслуговування, дозволяє підвищити якісний рівень обслуговування (за умови, якщо користувач є професіоналом у використанні сучасних інформаційних технологій).

8. Дослідження регіонального ринку інформаційних послуг є актуальним завданням сучасної юридичної науки. Це стосується також і України. Технологічні зміни, які відбулися за останні 50-100 років зумовили виникнення і становлення ринку інформаційних послуг в усьому світі. В той же час, ЄС як одне з найбільш розвинених державних утворень, одним з перших розпочав роботу по законодавчому врегулюванню ринку інформаційних послуг і запровадженню державних програм і політики в сфері інформаційних послуг. Україні, яка сьогодні знаходиться на шляху до євроінтеграції, також вдосконалює своє законодавство в цій сфері. Варто враховувати позитивний досвід впливу на державу законодавчих норм.

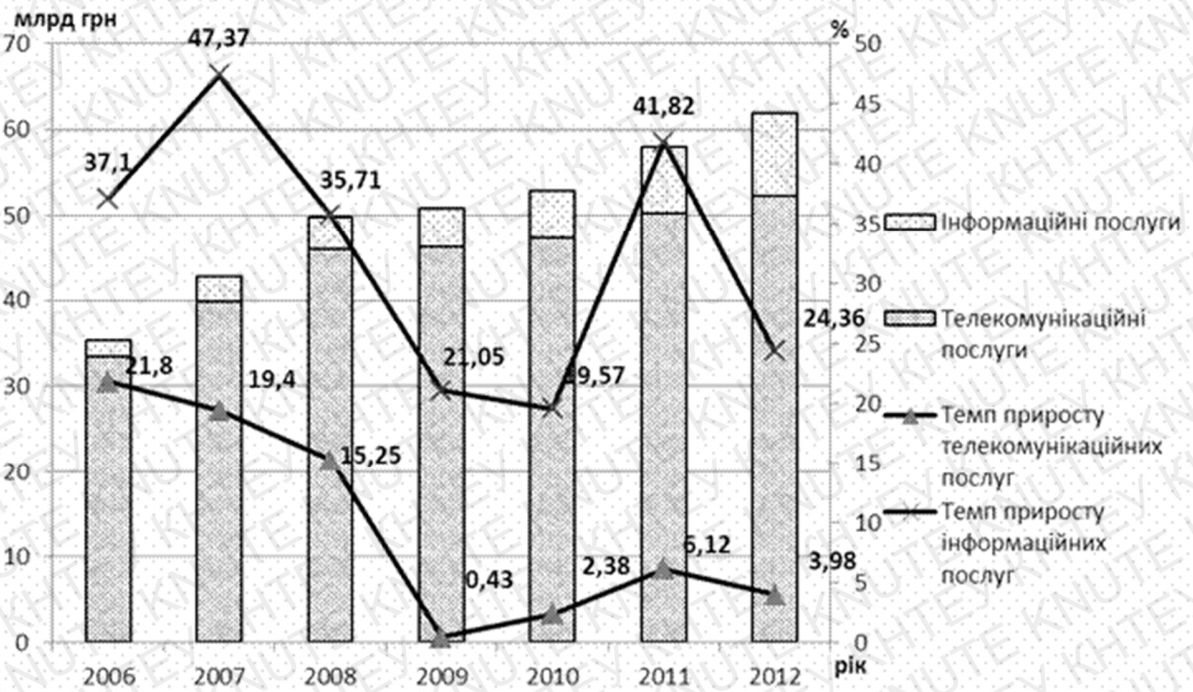
ДОДАТОК А

№	Джерело	Інтерпретація поняття «інформаційна послуга»	Особливості інтерпретації
1	А.Н. Агафонов [12]	«економічна форма» інформації, форма її економічної реалізації, обміну, присвоєння, використання у вживання	форма економічної реалізації інформації
2	В.Г. Гавриленко, Н.І. Ядевич [22]	це інформаційна діяльність з доведення до користувача інформаційної продукції, яка проводиться у визначеній формі; це дії дей суб'єктів (власників і володарів) із забезпечення користувачів інформаційними продуктами	діяльність у визначеній формі сукупності дій суб'єктів
3	С.Д. Підпругін [71]	это получение и предоставление в распоряжение пользователей различных информационных продуктов; это все действия, предназначенные для непосредственного удовлетворения информационных потребностей	манипуляції с інформаційними продуктами діяння для задоволення інформаційних потребностей
4	А.Н. Лазарев [52]	результат не виробничої діяльності, який направлений на отримання і надання в розпорядження користувача інформаційних послуг	результат не виробничої діяльності
5	А.А. Гнутова [25]	специфічний товар, що являє собою сукупність процесів взаємодії постачаль-	специфічний товар у вигляді сукупності

		ника и споживача послуги з приводу задоволення базової потреби в інформаційних про-продуктах, які існують и мають виробничу вартість, зростання якої, за інших рівних умовах, забезпечується рівнем співпадіння інформаційних моделей виробників і користувачів	процесів (процесний підхід)
6	В.А. Радчук [75]	це сукупність дій, які направлені на задоволення потреб особистості в знаннях, досвіді минулих поколінь в різних сферах і галузях діяльності і збільшення ефективності управлінських рішень, які приймаються в галузі народного господарства і його окремих складових елементів, за допомогою визначення інформації, її передачі, трансформації, зберігання і кінцевого використання	сукупність дій, які направлені на задоволення потреб особистості в знаннях
7	В.А. Романов [78]	забезпечення бізнес-діяльності споживача за допомогою засобів інформаційних технологій, які обслуговуються і підтримуються постачальником ІТ-послуг	процес забезпечення бізнес-діяльності споживача
8	І.Г. Савіцька [80]	результати діяльності професійних колективів спеціалістів і експертів у вигляді різного роду інформаційних комплексів,	результат професійної діяльності

		які використовуються як в процесі отримання основної інформаційної послуги, так і в професійній діяльності	
9	Є.В. Трофімова [89]	це результат високоскладної, інтелектуальної праці з утримання праці співробітника індустріального типу; це отримання і надання в розпорядження користувача інформаційних продуктів	результат інтелектуальної праці процесу отримання інформаційних продуктів

ДОДАТОК Б



СПИСОК ВИКОРИСТАНОЇ ЛІТЕРАТУРИ

1. Директива Європейського Парламенту та Ради Європи 2010/13/ЄС від 10/03.2010. р. “Про узгодження певних положень, визначених законами, підзаконними актами та адміністративними положеннями у державах-членах стосовно надання аудіовізуальних медіапослуг (Директива про аудіовізуальні медіапослуги). [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.medialaw.kiev.ua/laws/laws_international/157/.
2. Європейська Конвенція про захист прав людини і основоположних свобод, прийнята 04.11.1950 р., вступила в силу 03.09.1953 р.
3. Європейська Конвенція про транскордонне телебачення від 05.05.1989 р., з поправками відповідно до положень Протоколу Ради Європи (Е.Т.С. по. 141) від 09.09.1998 р., вступила в силу 01.03.2002 р.
4. Закон України «Про науково-технічну інформацію» // Відомості Верховної Ради України. 1993. № 33. С. 345.
5. Закон України «Про інформацію» // Відомості Верховної Ради України (ВВР). 1992. № 48. С. 650.
6. Закон України «Про електронний цифровий підпис» від 22.05.2003 р. № 852-IV // Відомості Верховної Ради. 2003. № 36. С. 276 (редакція від 18.10.2012 р.).
7. Закон України «Про прийняття за основу проекту закону України про електронну комерцію» // Постанова Верховної Ради України від 03.06.2014. р. [Електронний ресурс]. – Режим доступу: <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1298-18>.
8. Закон України «Про суспільне телебачення і радіомовлення» від 17.04.2014 р. № 1227-VII // Відомості Верховної Ради. 2014. № 27. С. 904.
9. Консолідована версія Договору про Європейський Союз та Договору про функціонування Європейського Союзу (2010/С 83/01). Режим доступу: http://search.ligazakon.ua/l_doc2.nsf/link1/MU10267.html

10. Наказ Державного Комітету зв'язку та інформатизації України «Про Порядок надання інформаційних та інших послуг з використанням електронної інформаційної системи Електронний Уряд» від 15.08.2003. № 149 // Офіційний вісник України. 2003. № 48. Ст. 254.
11. Указ Президента України від 13.03.1995 № 206/95 «Про утворення Національного агентства з питань інформатизації при Президентові України». Режим доступу: <http://zakon0.rada.gov.ua/laws/show/206/95>
12. Агафонов А.М. Формування системи управління інформаційними послугами: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. Самара, 2007. 144 с.
13. Антопольський А.Б. Проблеми державного регулювання інформаційної діяльності // Інформаційні ресурси Росії. 1998. № 3. С. 36.
14. Антопольський А. Б. Електронні бібліотеки: принципи створення, Москва: Ліберей бібінформ. 2007. 288 с.
15. Арістова І.В. Державна інформаційна політика: організаційно-правові аспекти / І.В. Арістова // Економіко-правовая библиотека [Електронний ресурс]. Режим доступу: http://www.pravo.vuzlib.org/book_z1189_page_27.html/.
16. Бангеманн А. Європа та світове інформаційне співтовариство. Зростання, конкуренція, зайнятість, цілі та шляхи в ХХІ столітті / А. Бангеманн // Бюллетень Європейської комісії. Додаток. 1993. № 6. С. 5–32.
17. Багриновський К.А., Хрусталеv Е.Ю. Нові інформаційні технології. М.: ЭКО, 1996 р. 220 с.
18. Барсуков В.С., Тарасов О.В. Обчислювальна техніка та її застосування / В.С. Барсуков, О.В. Тарасов // Нова інформаційна технологія. 1989. No 2. С. 41-42.
19. Белоусова Н.Б. Еволюція розвитку та особливості формування інформаційної політики Європейського Союзу // Гілея. К., 2013. Вип. 70 (№ 3). – С. 828–832.
20. Віленський Г. Л. Інформаційне право та право сфери культури. – К.: Центр соціального розвитку освітянства, 2001. 322 с.

21. Войтко С. В. Менеджмент у телекомунікаціях: [навч. посібник] / С. В. Войтко, К. П. Ангелов / За наук. ред. В. Г. Герасимчука. К.: Знання, 2007. 295 с.
22. Гавриленко В.Г., Ядевич Н.І. Конституційне право: терміни, поняття, визначення. Мінськ: Книжний дім, 1998. 346 с.
23. Гаврильчак Н.І., Айдаров Л.О. Організаційно-економічний механізм формування інформаційних послуг в сучасних умовах// Російське підприємництво. 2012. № 4 (202). с. 143-149.
24. Галузь зв'язку: факти і цифри [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Національної Комісії, що здійснює державне регулювання у сфері зв'язку та інформатизації. Режим доступу: <http://www.nkrzi.gov.ua/uk/1360082595/>
25. Гнутова А.А. Функціонування і розвиток регіонального ринку інформаційних послуг : дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. Тольятт. 2010. 160 с.
26. Гриценко О. Природа інформаційного суспільства та розвиток світового ринку мас-медіа / О. Гриценко // Вісник Львівського університету. Серія журн. 2009. Вип. 32. Львів: Інїон, 2009. С. 214–222.
27. Гриценко О. Проблеми інформаційної інтеграції та становлення суспільства / О. Гриценко // Вісник Львівського університету. Серія журн. 2004. – Вип. 25. – Львів: Інїон, 2004. С. 123–129.
28. Гуржій А. М., Биков В. Ю., Гапон В. В., Плєскач М. Я. Інформатизація і комп'ютеризація загальноосвітніх навчальних закладів України – 20 років// Комп'ютер у школі та сім'ї. 2005. № 5. С. 3-12.
29. Демідов А. А., «Доступ до інформації: створення Президентської бібліотеки», Бібліотечна справа, № 7. с. 6–9. 2007.
30. Дозорцев В.А. Поняття виключного права // Проблеми сучасного ЦП; Збірник статей. Під ред. В.О. Литовкіна. М.: Городец, 2000. С. 307.
31. Європейська інформаційна політика (за матеріалами П'ятої конференції “Інформаційне суспільство – виклик для Європи” Комітету Міністрів Ради Європи з інформації. Салоніки, Греція, 1997 рік).

32. Європейський ринок інформаційних продуктів і послуг [Електронний ресурс]. Режим доступу : http://pidruchniki.ws/18340719/politologiya/yevropeyskiy_ri_nok_informatsiynih_produktiv_poslug.
33. Закони і практика засобів масової інформації в одинадцяти демократичних державах світу (порівняльний аналіз). М.: Права людини. 1998. 230 с.
34. Захарова І. Г., Інформаційні технології в освіті. Москва: Академія, 2007. 192 с.
35. Захеда Ф. (М.) Індустрія інформації та знань // Інформаційні технології в бізнесі. Енциклопедія / Під ред. М. Желени. СПб.: Пітер. 2002. 1120 с.
36. Капустина О.В. Моделювання ціноутворення на ринку інформаційної продукції: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.13 Москва, 2011. 172 с.
37. Каратигін С.В. Бази даних: найпростіші засоби опрацювання інформації; системи управління базами даних / С.В. Каратигін. М.: АБФ, 1995.
38. Ковальчук Т. Т. Сучасний інформаційний ринок / Т. Т. Ковальчук, І. Ю. Марко, С. І. Марко. К.: Знання, 2011. 255 с.
39. Козак І. А. Інформаційні технології віртуальних організацій: Навч. посіб. К.: КНЕУ. 2005. 336 с.
40. Кокшина Е.В. Тенденции и развитие современного рынка информационных услуг в Санкт-Петербурге // Креативная экономика. 2007. № 9(9). С. 85-93.
41. Кондрашова С.С. Інформаційні технології в управлінні: навч.п. К.: МАУП, 1998. С. 315.
42. Копилов В. А. Информационное право. М.: Юрист, 1997. 472 с.
43. Корабейніков І.Н. Деякі особливості ринку інформаційних послуг // Вісник ОГУ. 2009. № 2. С. 78-79.
44. Корабейніков І.Н., Єрмакова Ж.А. Розвиток ринку інформаційних послуг: теоретичні аспекти // Вісник ОГУ. 2012. № 4 (140). с. 131-137.

45. Корабейніков І.Н., Корабейнікова О.А. Розвиток регіонального ринку інформаційних послуг: теоретичні засади. Під ред. академіка РАН А.І. Татаркіна. Єкатеринбург: Інститут економіки УрО РАН, 2011. 216 с.
46. Корабейніков І.Н., Корабейнікова О.А. Теоретичні аспекти ефективності розвитку регіонального ринку інформаційних послуг // Економіка регіона. 2008. № 4. с. 158-166.
47. Корабейніков І.Н. Сутнісні характеристики і поняття інформаційної послуги// Проблемы сучасної економіки. 2012. №2 (42). С. 379-383.
48. Корнеєв І. К., Машурцев В. А. Інформаційні технології в управлінні. М.: ИНФРА-М. 2001. 158 с.
49. Красильникова Є.В. Взаємодія попиту та пропозиції на ринку інформаційних продуктів // Креативна економіка. 2011. №5 (53). с. 119-125.
50. Крилов І. В. Інформаційні технології: теорія і практика. М.: Центр, 1996. – 156 с.
51. Кудрявцева С. П. Міжнародна інформація : навч. посіб. / С. П. Кудрявцева, В. В. Колос. К. : Видавничий Дім «Слово», 2005. С. 244.
52. Лазарев А.Н. Світовий ринок інформаційних послуг в умовах глобалізації: дис. ... д-ра екон. наук: 08.00.14. Москва. 2011. 403 с.
53. Лепа Н.Н. Інформаційні технології аналізу даних / Н.Н. Лепа, Р.Н. Лепа, Н.С. Ткаченко // Математичні моделі та інформаційні технології в соціально- економічних та екологічних системах: матеріали другої міжнародної конференції. Луганськ: Вид-во СНУ, 2010. С. 196–199.
54. Лепа Р.Н. Інформаційні технології в прийнятті управлінських рішень / Р.Н. Лепа, Ю.Ю. Пищенко // Економічні проблеми і перспективи стабілізації економіки України. Донецьк: ІСП НАН України, 2010. С. 338–351.
55. Макарова Н. В., Матвеева Л. А., Бройдо В. Л. Информатика : Підручник. М.: Фінанси та статистика, 1997. 110 с.
56. Макаренко Є. А. Європейське інформаційне право. К.: ІМВ, 2006. 222 с.

57. Макаренко Є. А. Європейські комунікації: Монографія. К.: Центр вільної преси, 2006. 536 с.
58. Макаренко Є.А. Європейська інформаційна політика: Монографія. К.: Наша культура і наука, 200. 368 с.
59. Макаренко Є. А. Європейське інформаційне суспільство: виклики ХХІ століття для країн Центральної та Східної Європи // Вісник Київського університету. 2000. № 17. С. 64-77. (Серія «Міжнародні відносини»).
60. Макаренко Є.А. Європейська інформаційна політика в добу інформаційного суспільства: перспективи для України // Актуальні проблеми міжнародних відносин. Випуск 59 (І частина І). К.: Київський національний університет імені Тараса Шевченка, Інститут міжнародних відносин, 2006. С. 152-160.
61. Малиновський Б.М. Історія обчислювальної техніки. К.: Лотус, 1995. 511 с.
62. Маноїло А.В. Державна інформаційна політика в особливих умовах: [монографія] / А.В. Маноїло. М.: МІФІ. 2003. 388 с.
63. Марцин В. С. Особливості формування стратегії залучення іноземних інвестицій в Україні та їх оцінка / В. С. Марцин // Економіка розвитку. 2010. №3(55). С. 9 – 14.
64. Маснюк Н. Структура інформаційної політики Європейського Союзу // Вісник. Львів, 2010. Вип. 27. С. 378 – 383.
65. Мелюхин І.С. Форми державного регулювання процесів інформатизації / І.С. Мелюхин // [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/07a0d724f36c7688c3257711003e9e95>.
66. Мелюхин І.С. Концепція “Інформаційного суспільства” і криза / І.С. Мелюхин // [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://emag.iis.ru/arc/infosoc/emag.nsf/BPA/dc6c95b3b80c776cc3256967002d1b8a>.
67. Мьоллер Крістіан. Регулювання IPTV: європейський досвід та можливості його застосування в Україні : матер. семінару Нац. ради України з питань телебачення і радіомовлення / Крістіан Мьоллер. 2011. С. 2.

68. Нова інформаційна політика ЄС - протидія пропаганді Росії та ісламістів. Режим доступу: <https://forum.pravda.com.ua/index.php?topic=946040.0>
69. Основні поняття і визначення прикладної інтернететики [Електронний ресурс]. Режим доступу: <http://www.inernevod.com>.
70. Пещанська І.В. Ринок як комунікативна система і його розвиток в інформаційному суспільстві: [монографія] / І.В. Пещанська [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://dissertwork.narod.ru/index.html>.
71. Підпругін С. Д. Ринок інформаційних продуктів і послуг: сутність, еволюція і специфіка: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.01. Іркутськ, 2004. 188 с.
72. Поняття та структура інформаційного ринку [Електронний ресурс]. – Режим доступу: http://osvita.ua/vnz/reports/econom_pidpr/9320/.
73. Предик Г.А. Інформаційні підприємства: види і умови діяльності / Г.А. Предик. Тернопіль: ТАНГ; Екон. Думка. 2008. 26 с.
74. Проценко Д. Огляд підходів до регулювання нових конвергентних аудіовізуальних засобів масової інформації: міжнародний досвід / Д. Проценко, Д. Тупчієнко. К. : [б. в.], 2012. С. 13–17.
75. Радчук В.О. Формування і розвиток ринку інформаційних послуг в регіоні: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. Кисловодск. 2012. 165 с.
76. Резниченко В.А., «Електронні бібліотеки: інформаційні ресурси та сервіси», Проблеми програмування. № 4. с. 60–72. 2005.
77. Родіонов І.І. Світовий ринок інформаційних послуг: електронна, ділова і комерційна інформація / І.І. Родіонов. М.: Еко-Трендз, 2010. 243 с.
78. Романов В.А. Формування ринку ІТ-послуг в Росії: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. Москва, 2007. 25 с.
79. Руденко Т. В. Аналізи та прогнози: підсумки глобального ринку [Електронний ресурс] / Т. В. Руденко // Асоціація підприємств інформаційних технологій України. 2013. Режим доступу: <http://apitu.org.ua/node/6503>

80. Савіцька І.Г. Формування ринку інформаційних послуг для реалізації анти-монопольної політики: автореф. дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. СПб, 2011. 23 с.
81. Саннікова Л.В. Проблеми правового режиму послуги при переході до пост-індустріального суспільства. Матеріали Всеросійської конференції «Держава і право на межі століть». М., 2001. с. 54.
82. Сьомкіна Н.Н. Державне регулювання ринку інформаційних продуктів і послуг: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.01. Орел, 2005. 183 с.
83. Ситдикова Л.Б. До питання про співвідношення понять «інформаційна послуга» і «консультаційна послуга» // Юрист. 2009. №8. с. 57-62.
84. Словник термінів, понять та визначень з економіки [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://termin.bposd.ru/publ/10-1-0-8327>.
85. Спірін О. М., Саух В. М., Резніченко В. А., Новицький О. В., «Проектування системи електронних бібліотек наукових і навчальних закладів АПН України» [Електронний ресурс], Інформаційні технології і засоби навчання, №6 (14), 2009, Режим доступу до журн. : <http://www.ime.edu-ua.net/em.html>.
86. Статистика ІКТ: сукупні дані [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Міжнародного союзу електрозв'язку – Режим доступу: <http://www.itu.int/en/ITU-D/Statistics/Pages/stat/default.aspx>
87. Статистична інформація [Електронний ресурс] / Офіційний сайт Державного Комітету статистики України. Режим доступу: <http://www.ukrstat.gov.ua>
88. Тронько В. В. Розвиток ринку телекомунікаційних послуг: світові тенденції та вітчизняна практика / В. В. Тронько // Науковий вісник НГУ. 2009. №1. С. 93 – 98.
89. Трофімова Є.В. Управління процесами формування інформаційних послуг в системах електронної комерції: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. СПб, 2003. 204 с.

90. Філіпенко Д.О. Формування інституційної бази інформаційної політики ЄС. – К., 2003. – С. 12.
91. Фричек Р. Стан і перспективи розвитку підприємницької діяльності на ринку інформаційних продуктів і послуг: дис. ... канд. екон. наук: 08.00.05. Москва. 2005. 159 с.
92. Шерель Н.М. Інформаційна політика Європейського Союзу: нормативно правова база та структура / Н.М. Шепель/ Гілея (науковий вісник): збірник наукових праць. Спецвипуск. К., 2009. С. 334-340.
93. Шинкарук А.Л. Європейські публічні комунікації: культура, політика, технології / [Шинкарук А.Л., Парфенюк В.М., Кац Е.Я.]. Рівне, 2013. 286 с. : іл., табл.
94. Шрайберг Я. Л., «Бібліотеки, електронна інформація і змінне суспільство в інформаційному столітті», Науч. і техн. б-ки, № 1, с. 25–56, 2007.
95. Інфраструктура інформаційного ринку [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://kultura-socio.ru/lektсии-po-ekonomike-sotsialno-kulturnoj-sfery/152-infrastruktura-informacionnogo-rynka.html>.
96. Інформаційний ринок і інформаційні технології: світовий досвід. [Електронний ресурс]. Режим доступу : <http://www.tadviser.ru/index.php>.
97. Інформаційний ринок [Електронний ресурс] / Режим доступа: <http://5ka.ru/101/50955/1.html>
98. Article 167 of Consolidation Version of the of Treaty on the Functioning of the European Union/ Official Journal of the European Union, 30.03.2010. С 83/47. P. 75–76.
99. Building the European Information Society for us all: Final policy report of the high-level expert group (April 1997) [Електронний ресурс]/ European Commission DirectorateGeneral for employment, industrial relations and social affairs. Manuscript completed in April. 1997. Режим доступу : http://ec.europa.eu/employment_social/knowledge_society/docs/buildingen.pdf

100. Building the European Information Society for us all: Final policy report of the high-level expert group (April 1997) / European Commission Directorate-General for employment, industrial relations and social affairs. Manuscript completed in April. 1997 [Электронный ресурс]. Режим доступа: http://www.epractice.eu/files/media/media_688.pdf . Час – 06.05.2011.
101. Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2010-190 Regulatory framework for video-on-demand undertakings [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.crtc.gc.ca/eng/archive/2010/2010-190.htm> 2. 35th EPRA meeting: New Media & Regulation: Towards a Paradigm Shift? New Services and Scope: “What’s in, what’s out Revisited” [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.epra.org/eng/event/archive/2012/2012-130.html>
102. Brussels Journal. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.brusselsjournal.com.
103. Communication from the commission to the European parliament, the council, the European economic and social committee and the committee of the regions// A Digital Agenda for Europe COM/2010/0245 f/2.
104. Directive On a Transparency Mechanism for Information Society Services, 1998 [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://ec.europa.eu/internal_market/e-commerce/transparency.en.
105. European Commission, Television without Frontiers. Green Paper on the Establishment of the Common Market for Broadcasting, especially by Satellite and Cable, COM (84) 300, Brussels 14 June 1984.
106. European Commission Audiovisual and Media Policies [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://ec.europa.eu/avpolicy/index_en.htm.
107. European Commission, Communication from the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, on the future of European regulatory audiovisual policy, COM (2003) 784 final, 15 December 2003. P. 23.

108. Europa World. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.europaworld.org.
109. European Commission. Report from the Commission on European governance. Luxembourg: Office for Official Publications of the European Communities 2003. 45 p.
110. Europe at the Forefront of the Global Information Society: Rolling Action Plan [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://www.epractice.eu/files/media/media_441.pdf.
111. ICT 2010 [Электронный ресурс]. Режим доступа : http://ec.europa.eu/information_society/events/ict/2010/index_en.htm
112. Information and Communication Technology Data and Statistics [Электронный ресурс]: World Bank Search Режим доступа: http://search.worldbank.org/data?qterm=ICT&language=EN&database_exact=WDI
113. Italy Main Broadcasting Acts / Decree 120 of 28 June 2012 [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.gazzettaufficiale.it/guribd/dispatcher?service=18&datagu=2012-07-30>
114. Lisbon Strategy [Электронный ресурс] // Europe glossary. Режим доступа : http://europa.eu/scadplus/aboutglossary_en.htm.
115. Main broadcasting acts of Belgium [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.medienrat.be/files/dekret-neu.pdf>
116. New Europe. [Электронный ресурс]. Режим доступа: www.neweurope.eu.
117. Netherlands Main Broadcasting Acts /media regulation 2008 [Электронный ресурс]. – Режим доступа : <http://www.wettenoverheid.nl/BWBR0025028>
118. Ofcom broadcasting codes UK/media legislation [Электронный ресурс]. Режим доступа : <http://www.legislation.gov.uk/all?title=media>
119. Report of the High Level group, “A free and pluralistic media to sustain European democracy”, 3.1. The impact of new technologies. Prof. Vaira Vike-Freiberg,

Prof. Herta Daubler-Gmelin, Prof. Luis Mignel Poiaras Pessoa Maduro, Ben Hammersley 2013. P. 27 [Электронный ресурс]. – Режим доступа:

http://www.coe.int/t/dghl/standartsetting/media/CDMSIBU/High%20Level%20group%20report_eng.pdf. Назва з екрана.

120. Slovenia Main Broadcasting Acts /law 87/2011 on Audiovisual media Services [Электронный ресурс]. Режим доступа: <http://www.urdni-list.si/1/objava.jsp?urlid=201187&stevilka=3715>

121. Varian H. Revealed preference with a subset of goods // Journal of Economic Theory. 1988. No46(1). P. 179-185.