

РОЗДІЛ 5

АДМІНІСТРАТИВНЕ ПРАВО І ПРОЦЕС; ФІНАНСОВЕ ПРАВО; ІНФОРМАЦІЙНЕ ПРАВО

УДК 342.9

МЕДІАПРОСТІР: ОСОБЛИВОСТІ ЮРИДИЧНОГО ВИЗНАЧЕННЯ

MEDIA SPACE: SPECIFICS OF LEGAL DEFINITION

Головко О.М.,
аспірант

*Науково-дослідний інститут інформатики і права
Національної академії правових наук України,
викладач кафедри кримінального права та правосуддя
Навчально-науковий інститут права і соціальних технологій
Чернігівського національного технологічного університету*

У статті аналізуються наявні дефініції медіапростору з погляду міждисциплінарного підходу. Виокремлено галузі знань і суміжні категорії, які паралельно аналізуються в статті задля встановлення більш точної картини медіапростору як віртуального явища. Особливу увагу приділено «новим медіа» як якісно новому інформаційному джерелу, яке потребує деталізації та окремих досліджень не тільки в соціології та журналістиці, а і в юриспруденції, щоб врегулювати суспільні відносини, які виникають. Аргументовано потребу законодавчого закріплення та визначення медіапростору у сучасних умовах становлення інформаційного суспільства.

Ключові слова: інформаційний простір, медіапростір, мас-медіа, медіасередовище, медіасфера, кіберпростір, медіакомунікація, масова інформація, масові комунікації.

В статье анализируются существующие дефиниции медиaprостранства с точки зрения междисциплинарного подхода. Выделены области знаний и смежные категории, параллельно анализирующиеся в статье для определения полной картины медиaprостранства как виртуального пространства. Особое внимание уделено «новым медиа» как качественно новому информационному источнику, требующему детализации и отдельных исследований не только в социологии и журналистике, но и в юриспруденции, для урегулирования возникающих общественных отношений. Аргументирована необходимость законодательного закрепления и определения медиaprостранства в современных условиях становления информационного общества.

Ключевые слова: информационное пространство, медиaprостранство, масс-медиа, медиасреда, медиасфера, киберпространство, медиакommunikation, массовая информация, массовые коммуникации.

This article analyzes the existing definitions of media space in terms of a multidisciplinary approach. It means using scientific achievements of such sciences as social communication, psychology, journalism, mass communication, sociology, etc. Relevant knowledge and categories are determined in the paper to establish a more accurate picture of the media space as a virtual space. Particular attention is given to the "new media" as a qualitatively new media source, which requires specific research not only in sociology and journalism, but also in the law in the aim of regulation social relations that arise. There is reasoned the need of legislative consolidation and definition of the media space in the current conditions of information society. Media space is a part of information space which needs to be defined as the virtual sphere influenced human consciousness. The issue of information space is paid much more attention in the legislation of Ukraine. However, the separation of media space as part of the information space will enable the timely response to the dangers and threats that appear in the virtual space. The legal definition and specification of the properties of the media space are very important for the prevention of destructive impacts on human consciousness. This question was particularly actualized in the process of the formation of a global information society. The problem of defining this type of virtual space lies in the large number of its users, who use applications, social networks, and Internet sources almost constantly. In fact, people are under constant informational and psychological influence in media space.

Key words: information space, media space, mass-media, media environment, media sphere, cyberspace, media communication, mass information, mass communication.

Якщо розглянути сучасне міжнародне становище з погляду його трансконтинентального сприйняття, то стає зрозумілим, що нині простір віртуальний стає не менш важливим для охорони та врегулювання, аніж більш зрозумілий людству фізичний простір. В умовах, коли цивілізовані держави досягли відносної стабільності у суспільних відносинах у повітряному, водному, земельному та навіть космічному просторі, вони ж виявилися неспроможними протидіяти загрозам віртуальним. І хоча зараз у цьому аспекті більше уваги приділяють кіберпростору, майже незайманим залишається питання інформаційно-психологічного тиску на усталені соціальні інститути, а як наслідок і на індивідуума. Відтак, медіапростір як значна частина інформаційного простору, що доступна звичайному громадянину, має бути чітко визначеним національним і міжнародним законодавством.

Теоретичною основою роботи стали доробки таких науковців, як: О. Дзьобань, В. Пилипчук, В. Брижко, Г. Попечцов тощо.

Мета статі – проаналізувати головні напрями трактування дефініції «медіапростір». З огляду на полінауковість

зазначеного поняття, здійснити співставлення його з такими категоріями, як «інформаційний простір» і «масові комунікації». У підсумку запропонувати власне визначення медіапростору та виділити найбільш характерні для нього ознаки.

Складність аналізу сфери медіадосліджень ("media studies" – О. Г.) полягає в тому, що вона є міждисциплінарною, а тому потребує особливо ретельного підходу вивчення з погляду різних наук, особливо соціології. Щоб врегулювати певні процеси в суспільстві, необхідно спочатку пізнати їхній характер і першопричину. Для аналізу розвитку кіберсоціуму необхідно застосовувати вже не стільки технологічні категорії, скільки соціологічні та соціально-філософські [1, с. 93]. Сьогодні специфіка медіадосліджень і безпеки в згаданій сфері полягає саме у просторовій невизначеності та когнітивній безмежності поняття. Адже в науці домінує думка, що кожне явище має свої межі. Зараз же, у процесі становлення інформаційного суспільства, таке твердження немає стійкого підґрунтя.

З огляду на зростаючу роль медіапростору у житті пересічного громадянина науковців зацікавив аспект

співвідношення понять «місце» (“place”) – *О. Г.*) та «простір» (“space”) – *О. Г.*). Специфіка медіа в сучасному світі викликає дискусії з приводу сприйняття медіапростору, як і будь-якого іншого публічного простору. Як мінімум, йдеться про банальне дотримання норм моралі та етики, відсутність нецензурної лайки, образливе ставлення, поширення нецензурних зображень чи інших відомостей подібного характеру, поширення завідомо неправдивих повідомлень тощо. Зокрема, в національному законодавстві існує таке поняття як «суспільна мораль». Тож тезис про дотримання суспільної моралі у медіапросторі також має бути закріплений законодавчо та популяризуватися серед населення. Адже, як зазначається в ч.1 ст. 5 Закону України «Про захист суспільної моралі», змістом державної політики у сфері захисту суспільної моралі є створення необхідних правових, економічних та організаційних умов, які сприяють реалізації права на інформаційний простір, вільний від матеріалів, що становлять загрозу фізичному, інтелектуальному, морально-психологічному стану населення [2].

Перенасичення інформаційного простору сценами насильства, агресії, жорсткості, відсутності поваги до людини та упереджене ставлення до особи/групи осіб за певними ознаками можуть бути підґрунтям для дискримінації, скоєння злочинів проти моральності, чи інших, ще більш небезпечних діянь. Йдеться про негативний вплив на свідомість і психофізіологічний стан людини. Зокрема А. Ландіна, наголошуючи на вищенаведених негативних проявах у засобах масової інформації (далі – ЗМІ), підкреслює, що «завантаженість суспільства подібною інформацією не може не впливати негативним чином на кожну особу і на стан моралі та культури в суспільстві взагалі» [3, с. 122].

Інформаційний простір, який формується здебільшого ЗМІ, став вагомим складовою національної безпеки будь-якої держави [1, с. 130]. Адже проблематика медіапростору полягає у нестабільності та варіативності статусу учасників, високій імовірності перетворення постачальника інформації на споживача, жертви на злочинця і навпаки. Зловмисник, використовуючи окремі фрази з різних джерел про той самий об'єкт, має змогу створити його фейковий образ у медіа, маніпулюючи свідомістю споживачів. Тому, перш за все, є потреба в заохоченні критичного мислення споживача.

Якщо раніше медіапростір був лише цариною інформування, то зараз він набув інформаційно-когнітивного характеру. Нові медіа, завдяки спрощеній системі реалізації людиною можливості зворотного зв'язку та миттєвої реакції на повідомлення традиційних ЗМІ, спричинили появу такого явища як медіапросьюмеризм. Це тип компетентного медіаспоживання, який виявляється в здатності аналітично вибирати, оцінювати та декодувати медіапродукти, опанувати інформаційні технології і самостійно виробляти повідомлення, підтримувати діалог із редакціями ЗМІ та впливати на їхні концепції тощо [4].

Зауважимо, що досі невизначеним у національному законодавстві залишається правовий статус певних видів ЗМІ. На думку деяких вчених, держава не підтримує створення електронних інформаційних ресурсів малотиражних ЗМІ, особливо регіональних; юридично не визначений статус ЗМІ, які створюють виключно електронні інформаційні ресурси, та статус самого електронного інформаційного продукту легальних ЗМІ [5, с. 42–43].

Голова комісії Сейму з прав людини та суспільних справ Інара Мурніце підкреслює: «Сучасна війна проходить за допомогою обману, наданні асиметричної інформації та із застосуванням психологічних операцій». Виникає потреба в гарантуванні безпеки людини у медіапросторі, захисту від негативного впливу на її свідомість. Деякі вчені навіть пропонують впровадити таку науку як медіаекологія [6].

Г. Почепцов зауважує, що інформаційна політика являє собою використання інформаційних механізмів для вирішення неінформаційних завдань (політичних, економічних, військових). Неінформаційні цілі досягаються завдяки інформаційному інструментарію саме за рахунок трансформації масової свідомості [7]. Із цього випливає, що домінуючим сегментом інформаційного простору є той, в якому відбувається використання засобів масової комунікації. Тож спочатку з'ясуємо специфіку функціонування комунікаційних процесів, звернувшись до поняття масової комунікації. Отже, масова комунікація (англ. Mass communication – *О. Г.*) розглядається науковцями як систематичне поширення повідомлень (через пресу, радіо, телебачення, кіно, звукозапис, відеозапис) серед чисельних, розосереджених аудиторій для утвердження духовних цінностей даного суспільства і надання ідеологічного, політичного, економічного чи організаційного впливу на оцінки, думки і поведінку людей [8, с. 430].

До 80-х рр. XIX ст. найпоширенішим способом комунікації були друковані носії інформації (газети, журнали тощо – *О. Г.*). Ці джерела мали лише інформаційний характер, адже в аудиторії не було можливості миттєвого зворотного зв'язку з джерелом і постачальником інформації. З часом ситуація в галузі телевізійних засобів комунікації, яка мала еволюційний характер, змінилася, а поява комп'ютерних мереж набула масштабів глобальної революції у сфері інформаційно-комунікаційних технологій (далі – ІКТ) і засобів масової комунікації. Зараз ми спостерігаємо активний розвиток засобів масової інформації/комунікації в мережі Інтернет, які називають новими, нетрадиційними ЗМІ [9, с. 37].

Подальший розвиток ІКТ і сегменту нових медіа матиме два основні наслідки: а) розвиток і формування відносно невеликого стабільного сегмента онлайн-платформ старих медіа (телебачення, радіо, преса) одночасно з їхньою спеціалізацією, розвитком нішевих, диверсифікованих сервісів, синтезованих із форматами нових медіа; б) поширення принципово нової моделі інформаційного споживання, базованої на інтерактивності та розмаїтті форматів і джерел отримання контенту. Прогнозується також значне звуження (але не зникнення) і перепрофілювання сегментів медіа на традиційних технологічних платформах [10, с. 78].

Зараз медіапродукти не тільки проєктують реальні події на екран, але і формують соціальну дійсність, видозмінюючи її у «потрібному» напрямку, і в такий спосіб впливають на громадську думку. Віртуалізація інформаційного простору спричиняє появу оновлених способів психологічного впливу.

Віртуальна реальність, на відміну від усіх інших психологічних похідних типу уяви, характеризується тим, що людина сприймає і переживає її не як породження свого власного розуму, а як об'єктивну реальність. На відміну від консуетальної (звичайної) реальності виділяють специфічні властивості віртуальної реальності – породженість, актуальність, автономність і інтерактивність, а також типи віртуальних реальностей – гратуал (відчуття перебування у віртуальній реальності нижчого рівня, аніж константна реальність) та інгратуал (відчуття перебування у віртуальній реальності вищого рівня, аніж константна реальність) [11].

Зокрема, інтерактивність у медіапросторі є проявом концепції активного споживача масової інформації, вона стала особливо популярною з появою онлайн версій медіаджерел та, так званих, «нових медіа». Головною причиною цього є поява в аудиторії можливість коментувати та дискутувати з приводу отриманої у медіапросторі інформації. Пості, коментарі й інші можливі прояви власної думки з приводу медіаконтенту в жодному разі не варто вважати експертною думкою чи оцінкою сприйнятого, ці прояви припустимо лише аналізувати з погляду суспільно-

го інтересу та суб'єктивного аналізу контенту. Так, С. Нім зазначає, що аудиторію телебачення не можна вважати повноцінним творцем медіаконтенту, оскільки тут прослідковується дуже чітка лінія демаркації між виробниками та споживачами інформації [12, с. 34].

Представник теорії інтерактивності Ш. Рафаелі пропонує таке визначення: «Інтерактивність є вираження ступеню, з яким у певній серії комунікативного обміну будь-яке третє (або більш пізньє) повідомлення співвідноситься з другим, так само як друге пов'язане з тим, що передувє йому» [13, с. 111]. Натомість такі вітчизняні вчені, як О. Дзьобань та Ю. Мелякова, акцентують увагу на комунікаційній природі інформаційного простору, де ключовим елементом є публічна інформація [14, с. 87]. Фактично прояви «зворотної реакції», які найбільш характерні саме для «нових медіа» є простором обміну додатковими фактами та відомостями, разом із проявом агресії та інформаційного насильства. Водночас аудиторія не просто забезпечує реакцію на медіаконтент, а і сама стає його джерелом та/або ініціатором новинного ряду.

З огляду на вищевикладене можна виділити такі ознаки медіапростору:

1. Це віртуальний інформаційно-комунікаційний простір. Наявний комунікативний аспект, взаємодія виробника/поширювача інформації та її споживача.

2. Мета існування медіапростору полягає не тільки в обміні інформацією, а й у проектуванні та моделюванні соціальної дійсності.

3. Інформаційно-когнітивний характер віртуального простору.

4. Наявний інтерактивний характер, який яскраво проявляється в «нових медіа», однак менш виражений у класичних медіаджерелах.

5. Це політичний, ідеологічний і соціальний виміри, які співіснують у тісній взаємозалежності, зокрема й у просторі віртуальному.

6. Інформаційний простір є динамічним, у ньому не буває завершеного стану [1, с. 128]. Власне, те саме можна сказати й про медіапростір як значну частину глобального інформаційного простору. Зокрема, це виражається у здатності миттєво отримувати та передавати інформацію, створювати авторський контент.

7. Персоналізація, що зумовлена можливістю споживача інформації самому обирати медійні джерела, рубрики чи окремі публікації для сприйняття. З цієї особливості і виник так званий процес таргетування, який часто має комерційну мету і застосовується, відповідно, рекламодавцями та пошуковими мережами. Зокрема, А. Янссон виділяє три типи простору: а) соціо-матеріальний простір, підданий медіатизації; б) репрезентації простору (його символічні медіації через медіаобрази та медіатексти); в) простір репрезентації (медіатизоване сприйняття місця, "senseofplace") [15].

Доречним у цьому контексті є наведення теорії про виділення трьох вимірів медіапростору: 1) медійований простір – це «передане», репрезентоване за допомогою медіапростору (як фізичне, так і соціальне). У цьому випадку ми маємо справу з медіаобразами та медіатекстами, як результатом медійного «картографування» реальності. Мас-медіа не просто відображають різні місця – вони надають їм певні значення та смисли, спонукаючи аудиторію сприймати ці місця особливим чином; 2) медіатизований простір – це будь-який тип соціального простору, що передбачає використання медіа та/або зазнає їх значного впливу. Тобто, це середовище поширення медійних технологій, що змінюють природу та конфігурацію самих просторів. Саме в цьому сенсі можна говорити про медіатизацію публічного та приватного простору; 3) простір медіа («старих», «нових») та їхніх конвергентних форм) – це, насамперед, матеріальний простір масмедійних мереж і потоків. Якщо медійований простір співвідноситься з

контентом, медіатизований – із середовищем його розповсюдження та споживання, то медійному простору відповідають канали виробництва та передачі інформації, тобто самі медіа та система їхніх взаємозв'язків. Медійний простір може мати як фізичну, так і «віртуальну» географію [12, с. 40].

Процеси, що спричинюють мас-медіа у соціальному просторі визначають як медіатизацію та медіацію (медіа як посередник у ланцюговому механізмі передачі відомостей – О. Г.). Вищезазначені виміри фактично є трьома проявами медіапростору, пізнання яких означатиме осмислення його як нового соціального простору. Щодо медіатизованого простору зазначимо, що мається на увазі наявна зараз тенденція споживачів будь-яких товарів чи послуг все більше надавати перевагу тим організаціям, які відображають свою діяльність у медіапросторі. Зокрема йдеться про відомості з приводу діяльності такої організації на інтернет-сайті та в соціальних мережах. Якщо представництва компанії або, скажімо, кандидатів на вибори немає у «нових медіа», вони менше потрапляють в поле зору своїх потенційних клієнтів, виборців тощо. Не дослідженим досі залишається медіатизований простір, тобто такий, що має реальні механізми та засоби впливу на реальні події. І саме це може становити колосальну загрозу для сучасного людства, а тому потребує всеохоплюючих досліджень і врегулювань за допомогою правових механізмів. Додамо тільки, що цей аспект обов'язково має бути відображеним у дефініції медіапростору.

У медійованому просторі важливої ролі набуває медіаконтент. У ньому особливу функцію має зміст і контекст повідомлення у вигляді застосування будь-яких психологічних або лексичних прийомів. У медіапросторі текстура – це медіатор не тільки між матеріальними і символічними аспектами простору, але також між просторовою структурою та комунікативним агентом; між правилами й імпровізаціями, між тоді і зараз [15, с. 91].

Здійснимо короткий огляд законодавства, зважаючи на вищевикладену теорію трьох вимірів медіапростору. У тезаурусі Закону України «Про телебачення і радіомовлення» закріплено термін «мовник» (теле– чи радіо) як суб'єкт господарювання, який створює (комплектуює та/або пакує) телевізійні чи радіопроеграми та передачі і розповсюджує їх у відкритому або кодованому вигляді за допомогою технічних засобів шляхом трансляції та ретрансляції для приймання їх споживачами [16]. У даному визначенні закріплено лише один із трьох окреслених проявів медіапростору, а саме – його матеріально-технічний аспект, тобто простір медіа.

Далі варто розглянути представлення законодавцем медійованого простору, тобто процесу передачі відомостей із застосуванням будь-яких можливих видів ІКТ. Йдеться про телекомунікації (електрозв'язок), які, згідно зі ст. 1 Закону України «Про телекомунікації», визначено як передавання, випромінювання та/або приймання знаків, сигналів, письмового тексту, зображень і звуків або повідомлень будь-якого роду по радіо, проводових, оптичних або інших електромагнітних системах [17]. Більш коректно визначати їх як дистанційні комунікації, підтримуючи підхід Н. Савінової та П. Коляденко. Зокрема, дистанційну комунікацію науковці пропонують розглядати як передавання з метою подальшого прийняття на відстані певних сигналів, яке здійснюється за допомогою комплексу технічних засобів, призначених для передавання та прийняття певного продукту [18, с. 45].

Важливим є таке питання: розглядати медіапростір як сукупність дистанційних комунікацій чи як їхню систему. Варто звернутися до тверджень В. Сагаговського, який визначає систему як кінцеву множинність функціональних елементів і відносин між ними, виділену з середовища відповідно до певної мети вмежах певного часового інтервалу [19]. І хоча інформаційний простір у науковій доктрині

розглядається як сукупність певних інформаційно-комунікаційних зв'язків, вважаємо, що медіапростір як його частина є більш структурованою та налагодженою системою елементів і взаємозв'язків між ними. Прогресивним підходом до визначення медіапростору вважаємо такий, який би поєднував медійований, медіатизований і простір медіа, оскільки складність та неповнота сприйняття такої категорії спричинені багатоманітністю її проявів. Категорія ж «мовник» у сучасному інформаційному середовищі вже є недоречною у зв'язку з появою «нових медіа», тож повторно наголошуємо на потребі у застосуванні категорії «медіаджерело».

Одні вчені вважають, що сучасний медіапростір – це певна віртуальна реальність, яка маніпулює суспільною свідомістю, серіально-рекламної фонової інформаційної культури та стереотипізації соціальних реакцій, відволікаючи від природного середовища креативної взаємодії й актуальних політичних і соціальних дій [20, с. 52]. Зазначений підхід сприймає медіапростір у виключно негативному аспекті, не враховуючи, що цей простір може бути допоміжним у пропагуванні правової та інформаційної культури.

Без визначення інформаційного простору неможливо об'єктивне пізнання медіапростору як його домінуючої складової. І. Арістова розуміє під інформаційним простором України «соціальне середовище, у якому здійснюється виробництво, збирання, зберігання, поширення та використання інформації, і на яке розповсюджується юрисдикція України» [21, с. 13]. Варто зауважити відсутність ототожнення території держави з інформаційним простором, оскільки останній має транскордонний характер. К. Беляков пропонує розглядати категорію інформаційно-правового простору, яку детермінує як систему взаємопов'язаних інформаційних ресурсів, що формуються державою й іншими учасниками інформаційних відносин [22]. Н. Савінова констатує, що інформаційний простір – це сукупність обмінів, які здійснюються з використанням ІКТ у межах суспільства, що охоплюєть-

ся певною юрисдикцією від глобальної до національної [23, с. 29].

Стосовно до дефініції медіапростору треба зазначити, що потрібна вона, перш за все, для конкретизації безпекових аспектів у цій сфері, а також категоріально-понятійного апарату медіа небезпек, загроз і впливів. На думку Н. Коулдрі та Г. Маккарті, медіапростір – це діалектичне поняття, що відображає, як медіаформи виробляють і одночасно самі виробляються існуючим соціальним простором [24]. Педді Скеннел у своїй книзі «Радіо, телебачення та сучасне життя» пропонує концепцію «подвійності місця» (“doubling of place” – О. Г.), і підкреслює значну роль медіа у даній концепції. Він зазначає, що ЗМІ створює соціальні простори, які дозволяють людям бути більш ніж в одному місці одночасно. Навівши приклади використання мобільного зв'язку, Інтернету, він стверджує, що «подвійність місця» надає нові варіанти соціального буття та можливість отримання феноменологічного досвіду, не знаходячись фізично на місці події [25].

З огляду на колосальну роль комунікацій у медіапросторі важливо звернути увагу також на поняття дискурсу. Адже недаремно його розглядають як єдність двох сутностей: комунікації (динамічного процесу мовної взаємодії між людьми) і тексту (тобто продукту комунікації) [26]. Зважаючи на це, пропонуємо використовувати категорію «медіадискурс» для визначення медіапростору.

Медіапростір – це динамічна віртуальна система, яка складається з масових дистанційних комунікацій, самоорганізується та функціонує в умовах наявного медіадискурсу, задовольняючи інформаційні потреби аудиторії. Убезпечення людини від загроз в інформаційному просторі потребує додаткового аналізу та конкретизації понятійного апарату. Виникнення просторово-комунікативних практик із застосуванням ІКТ і з допомогою медіаджерел зокрема, створює нові модифікації суспільних відносин. Цей аспект підпадає під сфери впливу юриспруденції, відтак має важелі врегулювання сучасних тенденцій в ІС, одним з яких треба сприяти, а інші – попереджувати.

ЛІТЕРАТУРА

1. Дзьобань О., Пилипчук В. Інформаційне насильство та безпека: світоглядно-правові аспекти : [монографія] / за заг. ред. проф. В. Пилипчука. – Харків : Майдан, 2011. – 244 с.
2. Закон України «Про захист суспільної моралі» від 20 листопада 2003 р. № 1296-IV / база даних «Законодавство України» сайту Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/1296-15>
3. Ландіна А. Охорона моральності за Кримінальним кодексом України : [монографія] / А. Ландіна. – К. : Вид-во «Юридична думка», 2013. – 204 с.
4. Крайнікова Т. Медіапросьюмери як виклик українським ЗМІ / Т. Крайнікова [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/trends/1411978127/mediaprosyumeri_yak_viklik_ukrainskim_zmi/
5. До питання сучасної інформаційної політики / В. Брижко // Вісник Академії управління Міністерства внутрішніх справ України. – 2009. – № 2. – С. 27–47 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/ucnavs_2009_2_3
6. Федотов М. Экология информации / М. Федотов // Российская юстиция. – 1999. – № 12. – С. 29–30.
7. Почепцов Г. Тренди, що впливають на розвиток інформаційного простору / Г. Почепцов [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://osvita.mediasapiens.ua/ethics/manipulation/trendi_scho_vplivayut_na_rozvitok_informatsiyного_prostoru/
8. Крысько В. Социальная психология : [словарь-справочник] / В. Крысько. – Минск : Харвест; М. : АСТ, 2001. – 688 с.
9. Колах В. Національний інформаційний простір України : проблеми формування та державного регулювання : [аналітична доповідь] / В. Колах. – К. : Національний інститут стратегічних досліджень, 2013. – 76 с.
10. Ермолаєва А. Україна в 2010 році: щорічні оцінки суспільно-політичного та соціально-економічного розвитку : [монографія] / за заг. ред. А. Ермолаєва. – К. : Національний інститут стратегічних досліджень, 2010. – С. 364.
11. Носов Н. Словарь виртуальных терминов // Труды лаборатории виртуалистики. – Выпуск 7, Труды Центра профориентации [Электронный ресурс]. – Режим доступа : http://www.virtualistica.ru/vip7_a_i.html.
12. Ним Е. Медиапространство: основные направления исследований / Е. Ним // Бизнес. Общество. Власть. – М. : 2013. – № 14. – С. 31–41.
13. Rafaeli Sh. Interactivity: From New Media to Communication. In R. Hawkins et al. (Eds.), *Advancing communication science: Merging mass and interpersonal processes*. Newbury Park, CA: Sage. – 1988. – Pp. 110–134.
14. Дзьобань О., Мелякова Ю. Комунікаційна природа інформаційного простору / О. Дзьобань, Ю. Мелякова // Інформація і право. – 2012. – С. 81–88
15. Jansson A. Textural Analysis. Materialising Media Space // *Geographies of Communication: The Spatial Turn in Media*. Göteborg: Nordicom, 2006. – Pp. 87–106.
16. Закон України «Про телебачення і радіомовлення» від 21 грудня 1993 р. № 3759-XII / база даних «Законодавство України» сайту Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon5.rada.gov.ua/laws/show/3759-12>
17. Закон України «Про телекомунікації» від 18 листопада 2003 р. № 1280-IV / база даних «Законодавство України» сайту Верховної Ради України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://zakon4.rada.gov.ua/laws/show/1280-15>
18. Савінова Н., Коляденко П. Поняття «дистанційна комунікація»: правовий аспект / Н. Савінова, П. Коляденко // Юридична Україна. – 2013. – № 10. – С. 42–47 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://nbuv.gov.ua/UJRN/urykr_2013_10_9

19. Сагатовский В. Основы систематизации всеобщих категорий / В. Сагатовский. – Томск : Издательство Томского университета, 1973. – 432 с.
20. Тестер К. Медиа и мораль / К. Тестер // Контексты современности – II ч. : [хрестоматия] / сост. и ред. С. Ерофеев. – 2-е изд., перераб. и доп. – Казань : Издательство Казанского государственного университета, 2001. – С. 52.
21. Арістова І. Державна інформаційна політика та її реалізація в діяльності органів внутрішніх справ України: організаційно-правові засади : автореф. дис. ... д. юрид. наук : спец. 12.00.07 «Теорія управління; адміністративне право і процес; фінансове право» / І. Арістова ; Харківський національний університет внутрішніх справ. – Х., 2002. – 39 с.
22. Беляков К. Управление и право в период информатизации : [монография] / К. Беляков. – К. : Издательство «Компьютерно-издательский, информационный центр», 2001. – 308 с.
23. Савінова Н. Кримінально-правове забезпечення розвитку інформаційного суспільства в Україні: теоретичні та практичні аспекти : [монографія] / Н. Савінова. – К. : ТОВ «ДКС», 2012. – 342 с.
24. Mediaspace: Place, Scale and Culture in a Media Age/ edited by Nick Couldry and Anna McCarthy. New York: Routledge, 2004 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <https://books.google.com.ua/books?id=8XeCAgAAQBAJ&pg=PA31&lpg=PA31&dq=Mediaspace+public+Place&source=bl&ots=iZlxScoeRN&sig=vH7Jk2eZbUONMrptGLtjVIPmweM&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwixu4z87rPKAhUDBywKHU91CsYQ6AEI#v=onepage&q=Mediaspace%20public%20Place&f=false>.
25. Scannell P. Radio, television and modern life. – Oxford : Blackwell, 1996. – Pp. 204
26. Дискурсивный анализ / Фонд знаний «Ломоносов». – К. : ТОВ «ДКС» [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://lomonosov-fund.ru/enc/ru/encyclopedia:0127182>

УДК 34/614.841.41:630*13:504.03

ПРИЧИНИ ВИНИКНЕННЯ ЛІСОВИХ ПОЖЕЖ CAUSES OF FOREST FIRES

Гулак О.В.,
к.ю.н., доцент,

доцент кафедри адміністративного та фінансового права
Національний університет біоресурсів і природокористування України

У статті здійснено аналіз причин виникнення лісових пожеж, визначено коло проблемних питань у розрізі дослідження та сформульовано власні висновки, спрямовані на розв'язання проблем, пов'язаних з безпечною життєдіяльністю людини, суспільства і держави у цілому.

Ключові слова: причини виникнення лісових пожеж, небезпека в результаті лісової пожежі, наслідки лісових пожеж поблизу Чорнобиля, радіаційно вражена територія.

В статье проведен анализ причин возникновения лесных пожаров, определен круг проблемных вопросов в разрезе исследования и сформулированы собственные выводы, направленные на решение проблем, связанных с безопасной жизнедеятельностью человека, общества и государства в целом.

Ключевые слова: причины возникновения лесных пожаров, опасность в результате лесного пожара, последствия лесных пожаров вблизи Чернобыля, радиационно пораженная территория.

The article analyzes the causes of forest fires, defined the terms of the problematic issues in terms of research and formed own conclusions aimed at solving problems related to safe human activity, society and the state in general.

It is noted that at the moment Ukraine, like many countries of Europe and America, is at the epicenter of forest fire hazards. In particular, in 2017, the number of fires in open territories increased significantly on the territory of the state.

And despite the global forest fires that are becoming more and more widespread and frequent every year, the world community is concerned about forest fires in our region of alienation, which, by their consequences, are too significant, since they liberate and raise in the air of those radionuclides that are deposited on the surface of the earth. At the same time, over the past few years, the number and extent of forest fires near the Chernobyl Nuclear Power Plant has increased.

According to statistics, human activity itself is the main cause of the occurrence of fires in natural ecosystems. The most common causes of forest fires associated with the human factor are: the lack of timely extinguishing of grass fires, which are either carelessly or deliberately fired, especially on agricultural land and often lead to much heavier forest and peat fires; fire in reserves, forest protection centers, in forests that are in use by different owners, mainly agro-forestry or communal forest enterprises, where the level of fire safety is poorly controlled, and therefore, far from always complies with regulatory requirements.

Consequently, the attention of academics, practitioners and relevant authorized representatives of the state should now focus on the development of joint, effective mechanisms to optimize the hazards associated with fire disasters, in particular in forest areas.

Key words: causes of forest fires, hazard as a result of forest fires, consequences of forest fires near Chernobyl, territory affected by radiation.

Наразі Україна перебуває в епіцентрі небезпечних ситуацій, особливо загрозливими серед них постають пожежні небезпеки. Окрему їх когорту представляють лісові пожежі.

Весняно-осінній період в нашій державі характеризується значною кількістю пожеж в екосистемах, які заважають величезного клопоту та негативних наслідків. Ще не встигла наша держава та її населення відійти від надзвичайних екологічних наслідків 2015 р., який, у зв'язку з відповідними надзвичайними ситуаціями, можна назвати роком пожежних катастроф, серед яких домінуючу роль відіграли лісові пожежі, особливо на території зони від-

чуження, натомість нинішній 2017 р. також відзначився такими негативними природними явищами. Зокрема, за повідомленням ДНСН України у 2017 р. на території держави значно збільшилася кількість пожеж на відкритих територіях. Наприклад, у порівнянні з минулими роками, у 2017 р. кількість пожеж збільшилася в 3 рази, а площа, що постраждала від вогню, – у 2,4 рази. Якщо проаналізувати пожежі у лісах, то їх кількість збільшилася у 3 рази (площа – 3,7 рази), на торфовищах – у 2,8 рази (площа – 2,3 рази), а суха рослинність та побутове сміття спалахували в 3 рази частіше (площа збільшилася у 2,4 рази) [1]. За статистикою, саме людська діяльність є основною при-