

10. Overview and Compilation of U.S. Trade Statutes, Committee on Ways and Means, U.S. House of Representatives, 104th Congress, 1st Session, 1995 Edition, August 4, 1995.
11. Генеральна угода з тарифів і торгівлі 1947 року // Україна і Світова організація торгівлі: збірник офіційних документів. – К.: Міжвідомча комісія з питань фінан. безпеки при Раді нац. безпеки і об-ни України, 2002. – 384 с.
12. Капуш І.С. Організаційно-правові основи застосування антидемпінгових мит в Україні : дис. ... канд. юрид. наук: 12.00.07 / Іван Сергійович Капуш; Одеська національна юридична академія. – О., 2007. – 20 с.

REFERENCES

1. “Commercial Code of Ukraine”: Law of Ukraine of January 16, 2003 (2003), *Ofitsiynyi visnik Ukrainy*, no. 11, art. 462.
2. “Constitution of Ukraine”: Law of Ukraine of June 28, 1996 (1996), *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy*, no. 30, art. 141.
3. “On Protection of the National Producer against Dumped Imports”: Law of Ukraine of December 22, 1998 № 330 – XIV (1999), *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy*, no. 9, art. 65.
4. “Про зовнішньоекономічну діяльність”: Law of Ukraine of April 16, 1991 №959-XII (1991), *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy*, no. 29, art. 377.
5. Tsigankova T.M., Petrashko L.P. and Kalchenko T.V. (2001), *Mizhnarodna torgivlya* [International trade], KNEU, Kyiv, Ukraine.
6. Ushakova N.G. and Savitska N.L. (2004), *Mizhnarodne tsinoutvorennya* [International price formation], Profesional, Kyiv, Ukraine.
7. “On Protection against Unfair Competition”: Law of Ukraine of January 7, 1996 №236/96–VR (1996), *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy*, no. 36, art. 164.
8. Dalberg R. Valuta – Dumping. Berlin, 1921.
9. Antidumping act of 1916 / US Code §72 Title 15.
10. Overview and Compilation of U.S. Trade Statutes, Committee on Ways and Means, U.S. House of Representatives, 104th Congress, 1st Session, 1995 Edition, August 4, 1995.
11. “General Agreement on Tariffs and Trade of 1947” (2002), *Ukrayina i Svitova organizatsiya torgivli: zbirnik ofitsiynih dokumentiv* [Ukraine and the World Trade Organization: collection of official documents], Kyiv, Ukraine.
12. Kapush, I.S. (2007), “Organizational and legal bases of application of antidumping duties in Ukraine”, Thesis abstract for Cand. Sc. (Jurisprudence), 12.00.07, Odesa, Ukraine.

УДК 346.2

ПОНЯТТЯ РЕДАКЦІЇ ДРУКОВАНОГО ЗМІ ЯК СУБ’ЄКТА ГОСПОДАРЮВАННЯ

Кузін Д.С., здобувач

*Інститут економіко-правових досліджень
Національної академії наук України, бульв. Тараса Шевченка, 60, м. Київ, Україна
dmytro.serg@mail.ru*

Досліджено питання, пов’язані з визначенням поняття «редакція друкованого засобу масової інформації». Зокрема, проаналізовано відповідні вітчизняні нормативні акти й законодавчі акти інших держав, статистичні дані, думки вітчизняних і закордонних науковців. Сформульовано пропозиції щодо внесення змін до законодавчих актів України. Зокрема, запропоновано оригінальне визначення терміна «редакція друкованого

засобу масової інформації».

Ключові слова: друкований засіб масової інформації, редакція, суб'єкт господарської діяльності, суб'єкт підприємництва, видавнича діяльність.

ПОНЯТИЕ РЕДАКЦИИ ПЕЧАТНОГО СМИ КАК СУБЪЕКТА ХОЗЯЙСТВОВАНИЯ

Кузин Д.С.

*Институт экономико-правовых исследований
Национальной академии наук Украины, бульв. Тараса Шевченко, 60, г. Киев, Украина
dmytro.serg@mail.ru*

Исследованы вопросы, связанные с определением понятия «редакция печатного средства массовой информации». В частности, проанализированы соответствующие отечественные нормативные акты и законодательные акты других государств, статистические данные, мнения отечественных и зарубежных ученых. Сформулированы предложения относительно внесения изменений в законодательные акты Украины. В частности, предложено оригинальное определение термина «редакция печатного средства массовой информации».

Ключевые слова: печатное средство массовой информации, редакция, субъект хозяйственной деятельности, субъект предпринимательства, издательская деятельность.

THE CONCEPT OF PRINTED MEDIA EDITORIAL BOARD AS A SUBJECT OF ECONOMICAL ACTIVITY

Kuzin D.S.

*Institute of economic and law research National academy of sciences of Ukraine,
boulev. of Taras Shevchenko, 60, Kiev, Ukraine
dmytro.serg@mail.ru*

The issues examined relate to the definition of concepts “printing mass media editorial board”. In particular, statutory acts and acts of other states, statistical data, opinions of domestic and foreign scientists have been analyzed.

By the current national legislation it is the editorial board of the print media (and not the media or the publisher or other entity), which acts as a party to whatsoever contracts with state bodies and printers, advertisers, and other counterparties also. The editorial board exists solely in the print media, distinguishing those from, for example, audiovisual media.

Article 21 of the Law “About printed mass media (press) in Ukraine” stipulates that the preparation and publication of printed media on behalf of the founder (co-founders) is performed by editorial or other institution carrying out its functions. The editorial board functions on the basis of its Statute and implements the print media activity program, which is approved by the founder (co-founders). The editorial board obtains status of a legal entity from the date of its state registration, which is carried out in accordance with the current legislation of Ukraine.

If the editorial board plans to be an independent entity, it must function as a legal entity with proper business registration. The role of editorial board can be performed by an individual, who has been properly registered as an entrepreneur. According to statistics, a large part of the editorial boards of print media are independent legal entities. For example, 95,9% of print media out of those regularly published in Donetsk region, are produced and sold by independent business entities, and only 4,1% of the print media is released by the structural units, which are part of other enterprises and organizations.

Analyzing regulatory and scientific definition of the term “editorial board of printed media”, opinions and arguments of scientists and practitioners, the original definition of the term is proposed. This is a business entity of any organizational-legal form (or a structural unit within a business entity), whose main activity is preparation and publication of information product by the form of print media. Editorial board can be a business entity or a nonprofit organization. Editorial board represents mass media in economic relations. This definition is prompted to include in art.21 of the Law “About printed mass media (press) in Ukraine” and in art.1 of the Law “About the procedure of informational coverage of the activities of government and local self-government bodies in Ukraine in mass media”

Key words: printed mass media, editorial board, subject of economic activities, subject of business, publishing.

Станом на початок 2014 р. в Україні було зареєстровано близько 31 тисячі різних видів друкованих періодичних видань, серед яких значну кількість становлять газети й журнали [1]. Більшість цих видань готують до випуску й реалізують читачам окремі суб'єкти – редакції. Редакцій в Україні існує велика кількість; попит на результат їх діяльності, тобто друковані ЗМІ, стабільний.

Функціонування редакцій друкованих засобів масової інформації (далі – ДЗМІ) як суб'єктів господарювання має певні особливості. Пов'язано це з багатьма чинниками, зокрема з особливим видом продукції, яку випускає редакція, з результатом діяльності, який має соціальний ефект; існують особливості в реєстрації ЗМІ, відносинах із контрагентами тощо.

Водночас законодавство, яке регулює правовий статус редакцій ДЗМІ, уже не відповідає вимогам сучасного стану економічного розвитку України та потребує значного вдосконалення. Отже, дослідження в галузі правового статусу редакцій ДЗМІ, особливо як суб'єктів господарювання, вважаємо актуальними. Додає актуальності дослідженню ще й такий факт: чіткого визначення поняття «редакція друкованого ЗМІ» у вітчизняному законодавстві не надано.

Питання застосування законодавства у сфері функціонування ДЗМІ досліджують переважно російські та деякі вітчизняні вчені: В. Авраменко [2], О. Кравчук [3], Т. Приступенко [4], А. Ріхтер [5], М. Федотов [6] та ін. Деякі вчені займаються вивчення питань інформаційних відносин, конституційних проблем у ЗМІ, правового статусу журналістів як творчих працівників. Проте дослідження правового статусу редакцій ДЗМІ в господарсько-правовому аспекті взагалі відсутні. Вбачається за необхідне заповнити існуючі прогалини.

Визначення поняття й ознак редакцій друкованих ЗМІ має велике значення для повноцінних досліджень вказаних вище питань. Метою статті є формулювання авторського поняття «редакція друкованого засобу масової інформації», виявлення ознак редакції друкованого ЗМІ як суб'єкта господарювання.

Як зазначено в ст.7 Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» (далі – Закон «Про ДЗМІ»), суб'єктами діяльності друкованих ЗМІ виступають такі: засновник (співзасновники) друкованого ЗМІ, редакція, видавець, розповсюджувач, редактор (головний редактор), редакційна колегія, трудовий колектив редакції, журналістський колектив, журналісти, автори. При цьому уточнюється, що засновник (співзасновники) може об'єднувати в одній особі редакцію, видавця, розповсюджувача. Редакція має право виступати засновником (співзасновником), видавцем, розповсюджувачем друкованого ЗМІ [7].

Найбільший інтерес серед вказаних суб'єктів для дослідження правового статусу для досягнення мети статті становить саме редакція – основний суб'єкт діяльності друкованих ЗМІ. Без редакції неможлива діяльність будь-якого друкованого ЗМІ, неможлива робота журналістів, редакційної колегії, розповсюджувачів тощо.

У ст.5 Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» зазначається, що порядок фінансування засобів масової інформації з висвітлення діяльності органів державної влади й органів місцевого самоврядування, засновниками чи співзасновниками яких є ці органи, визначається в договорах між органами державної влади й органами місцевого самоврядування, а також редакціями засобів масової інформації, у статутах редакцій цих засобів масової інформації. Недержавні засоби масової інформації висвітлюють діяльність органів державної влади й органів місцевого самоврядування на умовах, передбачених в угоді, укладеній між цими органами й редакціями засобів масової інформації [8].

Тобто в чинному законодавстві саме редакція ДЗМІ (а не сам ДЗМІ або видавець чи інший суб'єкт діяльності ДЗМІ) розглядається як сторона господарських угод із боку ДЗМІ й не тільки у відносинах із державними органами, а й із типографіями, рекламодавцями, іншими контрагентами.

Також редакція є одним із суб'єктів, наявність якого відрізняє друковані ЗМІ від, наприклад, аудіовізуальних, де такий суб'єкт законодавчо не передбачений. А в господарських відносинах аудіовізуальні ЗМІ представляють інші суб'єкти. Згідно із Законом України «Про телебачення і радіомовлення» у сфері аудіовізуальних ЗМІ працюють суб'єкти інформаційної діяльності – юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність у сфері телебачення й радіомовлення. Серед таких суб'єктів можна назвати студії-виробники (суб'єкти господарювання, які займаються створенням (виготовленням) фільмів, реклами, окремих теле- та/або радіопередач чи програм), телерадіоорганізації (юридичні особи, які на підставі ліцензії на мовлення створюють або комплектують та/чи пакують телерадіопрограми й/або передачі та розповсюджують їх за допомогою технічних засобів мовлення) тощо [9]. Тобто суб'єкти, які працюють у галузі друкованих ЗМІ й у галузі аудіовізуальних ЗМІ, принципово відрізняються та потребують окремих досліджень.

Якщо подивитися на історію розвитку поняття «редакція», то за часів СРСР статус редакції як суб'єкта господарювання був невизначений. Не всі редакції тоді були самостійними суб'єктами господарювання в сучасному розумінні цього поняття. Так, згідно зі ст.55 Господарського кодексу України (далі – ГК України) суб'єктами господарювання визнаються учасники господарських відносин, які здійснюють господарську діяльність, реалізуючи господарську компетенцію (сукупність господарських прав та обов'язків), мають відокремлене майно й відповідають за своїми зобов'язаннями в межах цього майна, крім випадків, передбачених законодавством [10]. Майно більшості радянських редакцій ДЗМІ знаходилося на балансі видавництва, фінансові операції, як правило, проводила централізована бухгалтерія видавництва тощо. Редакція виступала як професійний колектив, який виробляв інформаційний продукт – друкований засіб масової інформації

(газету, журнал тощо). Проте самостійно розпоряджатися майновими результатами своєї діяльності редакція не була уповноважена.

Змістовне поняття редакції з'явилося в 1990 р. в Законі СРСР «Про пресу та інші засоби масової інформації». У ст.2 цього закону зазначалося, що засоби масової інформації репрезентуються редакціями періодичної преси, теле- й радіомовлення (інформаційними агентствами, іншими установами, які здійснюють випуск засобу масової інформації). У ст.4 «Виробничо-господарська діяльність» було прямо вказано, що редакція ЗМІ є юридичною особою, що діє на підставі свого статуту. Редакція має право провадити виробничо-господарську діяльність на умовах економічної самостійності й господарського розрахунку [11]. Тобто було чітко визначено, що редакція ЗМІ – це юридична особа, яка провадить самостійну виробничо-господарську діяльність.

Згідно зі ст.42 ГК України підприємництво – це самостійна, ініціативна, систематична, на власний ризик господарська діяльність, що здійснюється суб'єктами господарювання (підприємцями) з метою досягнення економічних і соціальних результатів та одержання прибутку. Редакція, виходячи з визначення, яке містилося в зазначеному вище законі СРСР, систематично займається випуском ДЗМІ, має економічну самостійність і веде власний господарський розрахунок. Тобто редакція була визначена в законі СРСР в 1990 р. як суб'єкт підприємницької діяльності в сучасному розумінні цього поняття.

Відповідні норми Закону СРСР, очевидно, не були взяті за основу під час прийняття відповідних актів у незалежній Україні. У чинних вітчизняних нормативних актах правовий статус редакції визначений оглядово, без конкретизації.

У ст.21 Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», яка називається «Редакція друкованого засобу масової інформації», сказано, що підготовку та випуск у світ друкованого засобу масової інформації за дорученням засновника (співзасновників) здійснює редакція або інша установа, що виконує її функції. Редакція діє на підставі свого статуту й реалізує програму друкованого засобу масової інформації, затверджену засновником (співзасновниками). Редакція ДЗМІ набуває статусу юридичної особи з дня державної реєстрації, яка здійснюється відповідно до чинного законодавства України.

Тобто законодавець визначає, що редакція за дорученням засновника здійснює підготовку й випуск у світ ДЗМІ та може бути юридичною особою. Виробничі, майнові й фінансові відносини засновника (співзасновників) і редакції будуються на основі чинного законодавства й договору (ст.31 Закону «Про ДЗМІ»). Вважаємо, що вказаних положень недостатньо, щоб надати повну характеристику поняття «редакція».

Треба визначити, якою за юридичним змістом є діяльність редакції з виробництва одного з видів ЗМІ, а саме друкованого засобу масової інформації.

В інтернет-енциклопедії «Вікіпедія» ЗМІ визначені як преса (газети, журнали, книги), радіо, телебачення, Інтернет, кінематограф, звукозаписи й відеозаписи, відеотекст, телетекст, рекламні щити та панелі, домашні відеоцентри, що поєднують телевізійні, телефонні, комп'ютерні й інші лінії зв'язку. Усім цим засобам притаманні якості, які їх об'єднують: звернення до масової аудиторії, доступність багатьом людям, корпоративний зміст виробництва й розповсюдження інформації [12]. За своєю суттю ЗМІ та їх різновид ДЗМІ – це результат діяльності у сфері суспільного виробництва, яка спрямована на виготовлення й реалізацію продукції вартісного характеру, що має цінову визначеність. Тобто виготовлення ДЗМІ відповідає визначенню поняття «господарська діяльність», яке міститься в ст.3 ГК України.

Згідно зі ст.2 Закону України «Про видавничу справу» видавнича діяльність – це складова частина видавничої справи, яка являє собою сукупність організаційних, творчих, виробничих заходів, спрямованих на підготовку й випуск у світ видавничої продукції. Видавнича справа – це сфера суспільних відносин, що поєднує в собі організаційно-творчу й виробничо-господарську діяльність юридичних і фізичних осіб, зайнятих створенням, виготовленням і розповсюдженням видавничої продукції [13]. Отже, можна зробити висновок, що *видавнича діяльність, у тому числі видавництво редакціями друкованих ЗМІ, – це господарська діяльність у розумінні норм Господарського кодексу України. А ДЗМІ – це результат господарської діяльності певної редакції.*

Стаття 55 ГК України до суб'єктів господарювання відносить таких:

- 1) господарські організації – юридичні особи, створені відповідно до Цивільного кодексу України, державні, комунальні й інші підприємства, створені згідно із цим кодексом, а також інші юридичні особи, які здійснюють господарську діяльність і зареєстровані в установленому законом порядку;
- 2) громадяни України, іноземці й особи без громадянства, які здійснюють господарську діяльність і зареєстровані відповідно до закону як підприємці.

Законодавець у ст.21 Закону «Про ДЗМІ» розділяє два типи суб'єктів, які можуть видавати, тобто здійснювати підготовку та випуск у світ ДЗМІ:

- редакції,
- установи, які виконують функції редакції.

При цьому окремим суб'єктом господарювання із цих двох суб'єктів є редакція. Такий висновок можна зробити, виходячи з розуміння норм Закону «Про ДЗМІ» та діяльності ДЗМІ на практиці.

У випадку існування редакції без створення окремого суб'єкта господарювання вона має бути структурним підрозділом іншого суб'єкта господарювання або органу державної влади чи органу місцевого самоврядування, які наділені господарською компетенцією. Наприклад, згідно з інформацією з медійної карти України (база даних комунальних друкованих засобів масової інформації України, до якої входить 667 видань, переважно газети) редакції газет «Докучаєвець», «Позитив» не є юридичними особами, а входять до складу відповідних підрозділів своїх засновників – суб'єктів господарювання. Редакції газет «Наша позиція» та «Саксагань» (м. Кривий Ріг) як юридичні особи відсутні, колективи працюють у приміщеннях двох місцевих рад, майно знаходиться на балансі цих рад. У такому випадку редакція як колектив працівників є підрозділом місцевої ради. Видають ці газети їх засновники [14]. Редакції, які випускають корпоративні видання, також, як правило, не є самостійними суб'єктами господарювання, а входять до складу якогось підрозділу юридичної особи (наприклад, до прес-служби).

Коли для випуску ДЗМІ не засновується окремий суб'єкт господарювання в статусі редакції, ця «установа» не може бути суб'єктом господарювання. У цьому випадку суб'єктом усіх правових відносин буде суб'єкт господарювання, у складі якого існує «установа, яка виконує функції редакції».

Отже, якщо редакція планує бути окремим суб'єктом господарювання, то вона повинна існувати як господарська організація. Також функції редакції може виконувати фізична особа, яка зареєстрована як підприємець.

Варто відзначити, що господарська самостійність є важливою не тільки для належного функціонування й розвитку самої редакції, а й для формування редакційного колективу. Згідно з нормами трудового законодавства, якщо редакція не зареєстрована як юридична особа або підприємець, вона не є суб'єктом і трудових відносин. Також у цьому випадку вся господарсько-фінансова діяльність здійснюється адміністрацією «материнської» організації.

Таким чином, редакція ДЗМІ може функціонувати:

- як окремий суб'єкт господарювання, основним видом діяльності якого є підготовка та видання у світ ДЗМІ;
- у складі суб'єкта господарювання – засновника ДЗМІ або видавця шляхом створення структурного підрозділу, наділеного відповідними повноваженнями.

Як свідчить статистика, більша частина редакцій ДЗМІ є окремими юридичними особами. Наприклад, 95,9% друкованих видань, які регулярно виходять у Донецькій області, випускаються та реалізуються самостійними суб'єктами підприємницької діяльності, і лише 4,1% видань готуються до випуску структурними підрозділами, які існують у складі інших підприємств та організацій [15, с. 420].

Цікавими для дослідження вважаємо саме редакції ДЗМІ, які функціонують як окремі суб'єкти господарювання.

Законодавчими актами редакціям не заборонено займатися підприємницькою діяльністю. Тобто редакції, які зареєстровані як юридичні особи, або фізичні особи-підприємці можуть бути також суб'єктами підприємництва, якщо діяльність редакції має на меті одержання прибутку. Види

діяльності, які може здійснювати редакція, повинні бути вказані в статуті редакції.

Розглядаючи питання визначення поняття редакції як суб'єкта господарської діяльності, треба відмітити й можливість здійснення редакціями, крім підготовки та видання у світ ДЗМІ, інших видів господарської діяльності. Проте основною для редакції все ж повинна бути діяльність з виробництва інформаційного продукту (товару) у вигляді ДЗМІ, оскільки згідно зі ст.21 Закону «Про ДЗМІ» редакція за дорученням засновника здійснює саме підготовку та випуск у світ ДЗМІ. Згідно з Класифікацією видів економічної діяльності (КВЕД-2010) у статуті й інших відповідних документах, які регламентують діяльність редакції, повинна бути вказана «видавнича діяльність», зокрема «видання газет» (клас 58.13) та/або «видання журналів і періодичних видань» (клас 58.14) [16].

Заслуговує на увагу тлумачення терміну «редакція», яке міститься в Законі Російської Федерації «Про засоби масової інформації». В абз.8 ст.2 цього закону сказано, що під редакцією засобу масової інформації розуміється організація, установа, підприємство або громадянин, об'єднання громадян, що здійснюють виробництво й випуск засобу масової інформації. У ст.19 «Статус редакції» сказано: «Редакція може бути юридичною особою, самостійним господарюючим суб'єктом, організованим у будь-який формі, що допускається законом. Якщо редакція зареєстрованого засобу масової інформації створюється як підприємство, то вона підлягає також реєстрації відповідно до федерального закону про державну реєстрацію юридичних осіб і, крім виробництва й випуску засобу масової інформації, має право здійснювати у встановленому порядку іншу діяльність, не заборонену законом» [17].

Указана норма російського законодавства прямо вказує, що редакція – це організація, установа, підприємство або громадянин, об'єднання громадян, що здійснюють виробництво й випуск будь-якого ЗМІ, у тому числі друкованого. Вона може бути юридичною особою, самостійним господарюючим суб'єктом, підприємством. У цьому випадку редакція, крім виробництва й випуску ЗМІ, має право здійснювати іншу діяльність, не заборонену законом. Ці положення можуть бути взяті за основу для формулювання необхідного для дослідження терміну. За одним винятком.

Важко погодитися з тим, що редакцією може бути окремих громадянин, який не зареєстрований суб'єктом підприємницької діяльності. Заснувати редакцію як юридичну особу громадянин вправі. Проте незрозуміло, яким чином він як редакція буде виконувати всі функції редакційного колективу, у якому об'ємі буде нести відповідальність згідно з обов'язками редакції, у якому статусі буде виступати стороною в господарських правочинах, яким майном буде відповідати перед контрагентами тощо.

Видавнича діяльність – це господарська діяльність, яка часто має на меті отримання прибутку. Відповідно до Господарського кодексу України такою діяльністю може займатися суб'єкт господарювання. Громадяни, які не зареєстровані суб'єктами підприємництва, до них не належать. Тому вважаємо, що не треба вводити у вітчизняне законодавство норму про те, що окремих громадянин без реєстрації як підприємець може виконувати функції редакції ДЗМІ.

Цікаві думки щодо визначення редакції представлені в науковій літературі, яка присвячена дослідженню економічних питань у друкованих ЗМІ. Так, В. Ківерін розглядає редакцію як типове підприємство, без будь-якої специфіки діяльності друкованих ЗМІ. На його думку, хоча редакція як підприємство й має певні специфічні риси, для неї з повною впевненістю можна виділити провідні групи цілей, властиві для будь-якого виробництва [18, с. 6].

І. Гутиря, відзначаючи зміни економічних пріоритетів, зокрема орієнтацію на прибуток, у діяльності сучасних редакцій ЗМІ вбачає подібність процесу підготовки й випуску періодичного друкованого видання зі «справжнім підприємством із своїм складним виробничим процесом» [19, с. 25].

Вказані автори не вбачають у редакції ознак особливого суб'єкта господарювання. З ними не можна погодитися, тому що особливості, які впливають на правовий статус, у редакції все ж таки є.

Цієї позиції дотримуються такі автори. Один із видавців щоденної німецької газети – «Франкфуртер альгемайне цайтунг» В. Д'Інка зазначає, що редакція – не просто творчий колектив, а підприємство для виготовлення масової інформаційної продукції, задоволення читацьких потреб [20, с. 5].

На думку донецького журналіста В. Брадова, у визначенні статусу редакції як господарюючого суб'єкта вирішальну роль повинна відігравати така риса: будучи суб'єктом ринкових відносин, для якого одержання економічних вигід – головне завдання, редакція водночас виконує важливу для

розвитку суспільства соціальну, комунікативну функцію. Обидва завдання взаємопов'язані, для досягнення одного з них необхідна успішна діяльність з виконання іншого. Виходячи із цього, В. Брадов дає таке визначення: підприємство друкованого засобу масової інформації – це самостійний господарюючий суб'єкт, що володіє всіма необхідними правами, який виробляє й реалізує інформаційний продукт у вигляді періодичного друкованого видання з метою одержання економічних вигод через задоволення соціальних потреб різних верств суспільства й розвиток комунікативних зв'язків [15, с. 280].

Вважаємо, що таке визначення можна використати для тлумачення терміну «редакція», проте з деякими застереженнями.

По-перше, як зазначалося вище, редакція може не бути самостійним господарюючим суб'єктом, а входити до складу іншого суб'єкта господарської діяльності.

По-друге, вводити до поняття редакції ДЗМІ обов'язкове отримання підприємством економічних вигод і мету у вигляді розвитку комунікативних зв'язків недоцільно. Як вже зазначалося, редакція може не бути суб'єктом підприємництва (наприклад, бути некомерційним підприємством чи структурним підрозділом іншої юридичної особи), а тому отримання «економічних вигод», тобто прибутку в будь-якому вигляді, не може бути критерієм для віднесення установи до редакції ДЗМІ. Також не завжди можливе встановлення комунікативних відносин у результаті виробництва й реалізації ДЗМІ. Вважаємо, немає сенсу під час визначення терміна «редакція ДЗМІ» використовувати такі елементи, як «одержання економічних вигод» і «розвиток комунікативних зв'язків».

З огляду на всі вказані нормативні й наукові визначення терміна «редакція друкованого засобу масової інформації», думки й аргументи вчених і практиків пропонуємо визначити термін «редакція друкованого засобу масової інформації» таким чином: *це суб'єкт господарювання будь-якої організаційно-правової форми (або структурний підрозділ суб'єкта господарювання), основним видом діяльності якого є підготовка та випуск у світ інформаційного продукту у вигляді періодичного друкованого ЗМІ. Редакція може бути суб'єктом підприємництва або неприбутковою організацією. Редакція репрезентує засіб масової інформації в господарських відносинах.*

Цей термін пропонуємо ввести в ст.21 Закону України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні» та в ст.1 Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади й органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації».

Визначення поняття, крім удосконалення законодавства, сприятиме подальшим дослідженням правового статусу редакцій друкованих ЗМІ як суб'єктів господарювання.

ЛІТЕРАТУРА

1. Державний реєстр друкованих засобів масової інформації та інформаційних агентств як суб'єктів інформаційної діяльності Міністерства юстиції України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : <http://www.drso.gov.ua/show/61>.
2. Авраменко В.А. Правовое регулирование деятельности средства массовой информации в современной России : автореф. дисс. на соиск. науч. степ. канд. юрид. наук : спец. 12.00.01 «Теория и история права и государства; история учений о праве и государстве» / В.А. Авраменко. – Нижний Новгород, 2001. – 24 с.
3. Кравчук О. Поняття і правовий статус засобів масової інформації в Україні / О. Кравчук // Право України. – 2005. – № 5. – С. 125-128.
4. Приступепко Т.О. Правові засади функціонування сучасних засобів масової комунікації України : монографія / Т.О. Приступепко ; за ред. В.В.Різуна. – К. : Київ. нац. ун-т ім. Т.Г. Шевченка, 2000. – 316 с.
5. Рихтер А.Г. Правовые основы журналистики / А.Г. Рихтер. – М. : Изд-во МГУ, 2002. – 349 с.
6. Федотов М.А. Правовые основы журналистики : учеб. для вузов / М.А. Федотов ; ИМПЭ им. А.С. Грибоедова. – М. : Гуманит. изд. центр ВЛАДОС, 2002. – 432 с.
7. Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні : Закон України від 16.11.1992 р. № 2782-ХІІ // Відомості Верховної Ради України. – 1993. – № 1. – Ст. 1.

8. Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації : Закон України від 23.09.1997 р. № 539/97-ВР // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 49. – Ст. 299.
9. Про телебачення і радіомовлення : Закон України № 3759-ХІІ від 21.12.1993 р. В редакції Закону № 3317-ІV від 12.01.2006 р. // Відомості Верховної Ради України. – 2006. – № 18. – Ст. 155.
10. Господарський кодекс України від 16.01.2003 р. № 436-ІV // Відомості Верховної Ради України. – 2003. – № 18, № 19-20, № 21-22. – Ст.144.
11. Про пресу та інші засоби масової інформації : Закон СРСР від 12.06.1990 р. № 1552-І // Відомості Верховної Ради. – 1990. – № 26. – Ст. 492.
12. Засоби масової інформації [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://uk.wikipedia.org/wiki/Засоби_масової_інформації
13. Про видавничу справу : Закон України № 318/97-ВР від 5.06.1997 р. // Відомості Верховної Ради України. – 1997. – № 32. – Ст. 206.
14. Медійна карта 2012. База даних комунальних друкованих засобів масової інформації України [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=98943&cat_id=61321
15. Брадов В.В. Організаційно-правові форми діяльності на підприємствах друкованих засобів масової інформації / В.В. Брадов // Торгівля і ринок України : зб. наук. праць з проблем торгівлі і громадського харчування. – Донецьк : ДонДУЕТ, 2002. – Вип. 13. – Т. 1. – С. 270-420.
16. Класифікатор видів економічної діяльності : Затверджено наказом Державного комітету України з питань технічного регулювання та споживчої політики від 11.10.2010 р. № 457 [Електронний ресурс]. – Режим доступу : http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html
17. О средствах массовой информации : Закон Российской Федерации от 27.12.1991 г. № 2124-1 // Ведомости СНД и ВС РФ. – 1992. – № 7. – Ст. 300.
18. Киверин В.И. Экономика редакции газеты / В.И. Киверин. – М. : Аспект Пресс, 2002. – 106 с.
19. Гутиря І.І. Економіка періодичного видання / І.І. Гутиря // Слово – зброя. – К. : Ін-т журналістики, 1998. – С. 25-32.
20. Д'Інка В. Менеджмент ЗМК / В. Д'Інка. – К. : Ін-т журналістики, 2001. – 60 с.

REFERENCES

1. “State register of print media and news agencies as a subjects of information activity of the Ministry of Justice of Ukraine”, available at : <http://www.drsu.gov.ua/show/61>.
2. Avramenko, V.A. (2001), “Legal regulation of the media in modern Russia”, Thesis abstract for Cand. Sc. (Jurisprudence), 12.00.01, Nizhniy Novgorod, Russia.
3. Kravchuk, O. (2005), “The concept and legal status of the media in Ukraine”, *Pravo Ukrayiny*, no. 5, pp. 125-128.
4. Pristupepko, T.O. (2000), *Pravovi zasady funktsionuvannya suchasnih zasobiv masovoyi komunikatsiyi Ukrayini : monohrafiya* [Legal basis of functioning of modern mass communication in Ukraine : monograph], Kievan national university of the name of T.G. Shevchenko, Kyiv, Ukraine.
5. Rihter, A.G. (2002), *Pravovye osnovy zhurnalistiki* [Legal bases of journalism], Izd-vo MSU, Moscow, Russia.
6. Fedotov, M.A. (2002), *Pravovye osnovy zhurnalistiki : ucheb. dlya vuzov* [Legal bases of journalism : textbook for universities], Humanitarno-izdatelskiy tsentr VLADOS, Moscow, Russia.
7. “On Printed Mass Media (Press) in Ukraine” : Law of Ukraine of 16.11.1992 № 2782-ХІІ, *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayini*, 1993, no. 1, art. 1.
8. “On the Procedure for Covering Activities of Bodies of State Power and Local Self-Government by Mass Media” : Law of Ukraine of 23.09.1997 № 539/97-ВР, *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrayiny*,

- 1997, no. 49, art. 299.
9. “On Television and Radio Broadcasting” : Law of Ukraine № 3759-XII of 21.12.1993 Revision № 3317-IV of 12.01.2006, *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy*, 2006, no. 18, art. 155.
 10. “Commercial Code of Ukraine of 16.01.2003 № 436-IV”, *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy*, 2003, no. 18, no. 19-20, no. 21-22, art. 144.
 11. “On the press and other mass media” : Law of the USSR of 12.06.1990 № 1552-I, *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy*, 1990, no. 26, art. 492.
 12. “Mass media”, available at : http://uk.wikipedia.org/wiki/Засоби_масової_інформації
 13. “On Publishing” : Law of Ukraine № 318/97-VR of 5.06.1997, *Vidomosti Verkhovnoyi Rady Ukrainy*, 1997, no. 32, art. 206.
 14. “Media map 2012. Database of state print media of Ukraine”, available at : http://comin.kmu.gov.ua/control/uk/publish/article?art_id=98943&cat_id=61321
 15. Bradov, V.V. (2002), “Organizational and legal forms of activities in the print media enterprises”, *Torhivlya i rinok Ukrainy : zb. nauk. prats z problem torhivli i hromadskoho kharchuvannya* [Trade and market of Ukraine : collection of scientific works on trade and public catering], DonDUET, Donetsk, Iss. 13, Vol. 1, pp. 270-420.
 16. “Classification of Economic Activities” : approved by the State Committee of Ukraine for Technical Regulation and Consumer Policy on 11.10.2010 № 457, available at : http://kved.ukrstat.gov.ua/KVED2010/kv10_i.html
 17. “On Mass Media” : Law of the Russian Federation of 27.12.1991 № 2124-1, *Vedomosti SND i VS RF*, 1992, no. 7, art. 300.
 18. Kiverin, V.I. (2002), *Ekonomika redaksii hazety* [Economy of the newspaper office], Aspekt Press, Moscow, Russia.
 19. Gutirya, I.I. (1998), “Economy of the periodical”, *Slovo – zbroya*, Kyiv, Ukraine, pp. 25-32.
 20. D’Inka, V. (2001), *Menedzhment ZMK* [Mass communication management], Institute of journalism, Kyiv, Ukraine.