

**Лариса Мудрак,**  
аспірант кафедри інформаційної політики  
та технологій НАДУ,  
заступник Голови Національної Ради України  
з питань телебачення та радіомовлення,  
представник України в Керівному  
Комітеті Ради Європи з питань медіа  
та інформаційного суспільства,  
заслужений журналіст України

### **Конвергентні медіа як наукова категорія та суб'єкт інформаційного простору**

У статті розглядаються визначення нових конвергентних медіа за умов змін медіа-простору та еволюційних технологічних змін, які переживає людство нині. Позиціонування та встановлення нових конвергентних медіа принципово важливо для визначення та прогнозування майбутніх змін медіа-простору, природи журналістики, людського сприйняття медіа. Такий підхід дасть можливість конкретизувати підходи щодо державного регулювання нових конвергентних медіа.

*Ключові слова:* нові конвергентні медіа, медіа-простір, державне регулювання.

In the article the search to identify new media converged media space in the face of change and evolution of technological changes that humanity is experiencing now. Positioning and definition of new convergent media is crucial to identify and predict future changes in the media space, change the nature of journalism, media change human perception. Such an approach would elaborate approaches to government regulation of new convergent media.

*Key words:* new converged media, media room, state regulation.

*Постановка проблеми.* В умовах еволюційних технологічних змін, які переживає людство нині, позиціонування та визначення нових конвергентних медіа принципово важливо для встановлення та прогнозування майбутніх змін медіа-простору, природи журналістики, людського сприйняття медіа. Такий підхід потребує конкретизації підходів щодо державного регулювання нових конвергентних медіа.

Сучасні трансформації комунікації та медіа-простору у світі та в Україні зокрема зумовлені комплексом взаємопов'язаних факторів, найважливішими із яких є, на нашу думку, такі. По-перше. Нові технології є рушійною силою всіх змін і найбільше їх вплив позначився на медіа. Поява нових конвергентних медіа є головним викликом сьогодення. По-друге. Визначення понять нових або конвергентних ЗМІ нині перебуває на стадії наукових та науково-експертних досліджень. Безперечно, нові медіа - це медіа з викори-

станням нових технологій. Однак точиться багато дискусій щодо трактування та розмежування цих технологій. Конвергенція (від латин. *convergens* (*convergentis*)) - той, що сходиться, сходиться до одного центру, конвергується. Йдеться про поєднання різного виду мовлення, різного контенту: усного, писемного, аудіовізуального матеріалу. Поширення такого мовлення може відбуватися в реальному часі шляхом надання запису на замовлення. Розповсюдження відбувається через телекомунікаційні мережі з використанням нових технологій. Тому питання розмежування технологій, понять, принципів є важливим та принциповим. Це відкриє шлях до визначення конвергентних медіа як наукової категорії. По-друге. Конвергентні або нові медіа нині стають головною складовою досліджень та законодавчих проєктів усіх країн Європи. Над питанням регулювання нових медіа дискутують експерти Ради Європи та Європейської платформи регуляторних органів. Міжнародні європейські інституції формують та пропонують законодавчі та експертні підходи щодо регулювання конвергентних ЗМІ. Так, засідання Європейської платформи регуляторних органів (Україна є членом цієї організації з 1995 р.) відбулося 2-4 жовтня 2013 р., і провідною темою цього форуму державних регуляторів із країн-членів Ради Європи було "Регулювання нових медіа". 38-ме засідання європейської платформи зібрало 150 делегатів із понад 40-ка країн Ради Європи. Отже, регулювання конвергентних медіа стає пріоритетним у країнах Європейського Союзу.

*Аналіз останніх досліджень та публікацій.* Конвергентні нові медіа стають темою наукових досліджень та суб'єктом інформаційного поля, тому публікації на цьому етапі сконцентровані в матеріалах різних організацій Ради Європи, таких як Європейська платформа регуляторних органів, Керівний Комітет Ради Європи з питань медіа та інформаційного суспільства. Серед європейських дослідників проблем конвергентних медіа - В.Віке-Фрейберг, Х.Даублер-Гмелін, К.Мьоллер, Л-М.Поларес-Песоа-Мадуро. У вітчизняному науковому просторі можна виокремити лише кілька публікацій О.Ляхова, Б.Потятинника, В.Різуна, Д.Проценка, Д.Тупчієнка. Суттєвою в експертній та дискусійній роботі є участь практиків-менеджерів тих організацій, які впроваджують нові технології та нові медіа, зокрема, С.Бойка, А.Колодюка, Ю.Лабунського, О.Глущенко. У публікаціях європейських експертів досліджується ситуація змін медіа-ландшафтів. Аналіз вітчизняних науковців спрямований на вивчення українських практик, які лише проходять процес становлення.

Очевидно, що нині на часі процес конкретизації та системного підходу до поняття "нові конвергентні медіа", адже від їх розвитку великою мірою залежить і медіа-поле держав, і медіа-політика, що і є *метою* даної статті.

*Виклад основного матеріалу.* Нові медіа - термін, що почав активно використовуватися з приходом нового тисячоліття, з появою нових інтер-

активних електронних видань, нових форм комунікації виробників контенту. Зазвичай поява такого роду термінів свідчить про відмежовування етапів розвитку. Адже саме характеристика "нові" свідчить про початок етапу, відмінного від попереднього.

Нові медіа - це насамперед нові технології, поширення та злиття старих традиційних форм медіа з Інтернетом, зміна принципів споживання інформації та зміна ставлення людей до медіа. Адже нині випуск новин CNN можна дивитися коли і де завгодно на смартфоні. Як зазначає В.Віке-Фрейберг у звіті Групи Найвищого рівня Ради Європи, "Свобода та плюралізм медіа підтримують Європейську демократію". Сьогоднішні нові форми медіа - це сукупність різних каналів комунікації (телебачення, радіо, Інтернет та друковані форми медіа). Вони створюють новий медіа-ландшафт і трансформують традиційні медіа-бізнес-моделі [1].

Існує досить багато визначень нових медіа. Наприклад, словник WEBopedia трактує їх як "загальний термін для багатьох різних форм електронної комунікації, заснованої на використанні комп'ютерних технологій. Термін відмежовує поняття старих (традиційних) медіа, таких як друковані газети та журнали, які представляли тексти та графіку й фото. Нові медіа включають:

- веб-сайти;
- потокове аудіо та відео;
- різного роду інтерактивні чати;
- е-мейл;
- on-line комунікацію;
- електронну рекламу;
- dvd та cd-rom медіа;
- електронні віртуальні ігри;
- інтегровані бази даних для телефона, наприклад інтернет-телефонія;
- цифрове мовлення;
- мобільні комунікації й т.д." [2].

Очевидно, що такого роду означення загальноприйнятне й створене на початку 2000-х рр. Воно наповнене та максимально об'ємне і сьогодні. Утім технологічна еволюція вносить в означення корективи.

У 2009 р. на семінарі "Баланс свободи та порядку: регулювання нових медіа", організованому Східноєвропейським інститутом проблем медіа, довгостроковий експерт спільного проекту Ради Європи та ЄС "Сприяння європейським стандартам в українському медійному середовищі" А.В.Лун озвучив такий науковий класифікатор нових медіа: "Нині до нових медіа фахівці зараховують різноманітні засоби масової комунікації, поширювані головним чином через Інтернет:

- 1) інтернет-плеєр теле- і радіоканалів;

- 2) CatchUpTV - інтернет-сервіси, що дають змогу переглядати телепрограми в записі - Virgin Media, WorldTVpc, LiveInternetTV;
- 3) відеосервіси - Hulu, YouTube;
- 4) соціальні мережі - MySpace, Facebook, Hyves, FriendFeed;
- 5) блоги;
- 6) мережі міні-блогів, наприклад Twitter, Tumbler;
- 7) он-лайн-медіа-плеєри - Voox;
- 8) портали громадянської журналістики - Digg;
- 9) інтернет-радіо-сервіси - Pandora;
- 10) фотосервіси - Flickr, Picasa;
- 11) компанії он-лайн-прокату відео - Netflix" [3].

У 2010 р. Канадська комісія з питань телерадіомовлення та телекомунікацій запропонувала для використання таке визначення: "Нові медіа - це медіа-послуги, що поширюються через Інтернет та включають у себе широкий спектр комунікативних продуктів і послуг із використанням відео, аудіо, графіки та буквено-цифрового тексту. Такі послуги включають, але не обмежуються, відеоігри, електронну пошту, он-лайн-послуги пейджингового зв'язку, надсилання факсів, електронну комерцію та IP-телефонію" [4].

За твердженням українського експерта О.Ляхова, "технології - середовище, де живуть медіа ... нові медіа - це ті, які живуть не там, де традиційні медіа" [5]. Отже, нові медіа - це медіа, що базуються на нових технологіях.

У 2012 р. в Україні на замовлення Національної Ради з питань телебачення та радіомовлення ОБСЄ впроваджувало проект "Нові медіа". Результатом досліджень було створення сучасного, адаптованого до України глосарія термінів нових конвергентних ЗМІ й вивчення новітніх практик країн-членів Ради Європи та України. Матеріалу упродовж проекту було зібрано чимало, тому експерти Д.Тупчієнко та Д.Проценко виклали своє бачення в "Огляді підходів до регулювання нових конвергентних аудіовізуальних засобів масової інформації: міжнародний досвід". Відтак назвемо найважливіші, на нашу думку, напрацювання цього проекту.

**Стримінг** (від англ. "stream" - потік) телевізійного каналу, що являє собою повне дублювання прямоєфірного сповіщення традиційного ТВ каналу на його власній веб-сторінці (веб-порталі) або на сторінці стороннього провайдера, що акумулює на одному веб-порталі багато паралельних потоків низки традиційних телеканалів.

**ТБ-навздогін** (англ. "catch-up TV"), що пропонується як самим традиційним аудіовізуальним ЗМІ, так і іншими сторонніми провайдерами, та полягає в наданні протягом певного періоду часу можливості перегляду телевізійного контенту, що вже був сповіщений у ефір, при цьому ініціатива запису контенту, сповіщеного в ефір, та збереження його на технічних потужностях провайдера належить такому провайдеру послуг.

**Послуги з платою за перегляд** (англ. "pay-per-view service") - послуги, які надаються абонентам відповідно до складеного програмного розкладу на основі плати за перегляд.

**Інтернет-телебачення** (он-лайн телебачення) - загальний термін, що означає поширення телевізійних програм через Інтернет шляхом використання технології потокового відео, зазвичай використовується потужними традиційними мовниками.

**Веб-телебачення** - галузь телебачення, коли невеличкі відеовиробники створюють короткі оригінальні програми чи відео для сповіщення виключно через всесвітню павутину.

**ІР-телебачення** (англ. IPTV) - мультимедійна послуга надання доступу до перегляду телевізійних програм, а також отримання інших супутніх послуг, таких як: відео, аудіо, текст, графіка, доступ до даних тощо, які доставляються провайдером послуг користувачеві засобами інтернет-протоколу через телекомунікаційну мережу, при цьому доставка контенту здійснюється з належним рівнем якості через так звану керовану цим провайдером телекомунікаційну мережу чітко визначеному числу абонентів такого провайдера.

**Відео на замовлення** (англ. video-on-demand) - послуга з індивідуальної доставки абоненту телепрограм, відеофільмів або інших аудіовізуальних матеріалів із каталогу провайдера такої послуги для перегляду в момент, що визначається самим абонентом, при цьому доставка здійснюється засобами телекомунікаційної мережі з використанням тієї чи іншої технологічної платформи.

**Трансакційне відео на замовлення** (англ. transactional video-on-demand, TVOD) - підвид послуги "відео на замовлення", коли замовлення послуги відбувається на разовій основі, а оплата здійснюється за кожен окремих аудіовізуальний матеріал.

**Передплатне відео на замовлення** (англ. subscription video-on-demand, SVOD) - підвид послуги "відео на замовлення", коли замовлення послуги відбувається на постійній протягом певного часу передплатній основі за певний проміжок часу та/чи певний обсяг відео, що можна за цю плату переглянути.

**Понадмережеве телебачення** (телебачення через Інтернет, англ. Over-The-Top TV, OTT TV) - послуга з надання телевізійного контенту в спосіб, коли провайдер OTT контенту не керує телекомунікаційною мережею, якою кінцевий споживач отримує OTT контент, а інтернет-сервіс-провайдер, мережею якого доставляється OTT контент, не контролює OTT контент, не відповідає за його якість та дотримання прав третіх осіб, а лише відповідає за доставку відповідних інформаційних пакетів підконтрольною йому телекомунікаційною мережею. Таким чином, OTT контент надходить до кінце-

вого користувача після під'єднання пристрою для перегляду до мережі Інтернет, оминаючи інфраструктуру приватної телекомунікаційної мережі з доставки контенту.

**Електронні видання.** Завдяки інтернет-технологіям нині споживачі мають можливість отримати доступ також до електронних видань, що є не просто оцифрованими текстовими публікаціями, доступними на корпоративному веб-сайті традиційного друкованого ЗМІ, а натомість є електронною пресою з розширеними можливостями ілюстрування публікацій не лише фото-, а й відеоматеріалами, додаванням інтерактивних сервісів для споживачів у вигляді коментування, опитування, додавання власних новин, публікацій, можливостями замовлення загальних чи тематичних інформаційних розсилок тощо.

**Конвергентний контент мережевих відеосервісів** - потужних веб-порталів, що на своїх технічних ресурсах за власною ініціативою розміщують різноманітне відео, а також надають можливість інтернет-користувачам додавати свої відеоматеріали різного роду та характеру за їх ініціативою із наданням у подальшому доступу до такого згенерованого користувачами контенту як широкому загалу, так і обмеженому колу осіб, яке визначає сам користувач. Варто зауважити на таких підвидах зазначених відеосервісів:

- **відеообмінні платформи**, що не пропонують власного контенту, а більше сконцентровані на наданні можливості користувачам обмінюватись відеоматеріалами;

- **відеосервіси**, що пропонують власний контент відповідно до каталогів, при цьому можуть використовуватись різні бізнес-моделі взаємодії із користувачами, а саме: послуги з платою за перегляд, послуги на передплатній основі з прив'язкою до тривалості чи обсягу отримання послуг, послуги без плати за перегляд, але з включенням реклами тощо;

- **відеосервіси із високим рівнем відвідуваності**, які пропонують платформи для регулярного розміщення під логотипом виробника професійно підготованого телевізійного контенту, призначеного для поширення через Інтернет, шляхом створення професійних каналів на відеообмінних ресурсах.

Можливі різноманітні поєднання описаних тут і вище видів конвергентного контенту та сервісів.

Завдяки стрімкому розвитку і як наслідок - здешевленню технологій уже не є ексклюзивом потокове відео (стрімінг) у реальному часі на веб-сайтах осіб або установ, що жодною мірою не асоціюються в кінцевого споживача із засобом масової інформації. Так, достатньо популярним є для освітніх установ на регулярній чи разовій основі здійснювати на своїх веб-сайтах чи сторонніх веб-порталах із високою відвідуваністю пряму трансляцію, тобто стрімінг, важливих та актуальних подій, що ними проводяться.

Зниження витрат та вимог спостерігається не лише при організації прямих трансляцій на веб-сайтах, а й при створенні відеопродукції з різноманітним наповненням. Залежно від того, яка функціональна мета вкладається в створюване відео, яке в подальшому розміщується на приватних чи корпоративних веб-сайтах, доречно згадати про наступні види контенту [6, с. 13-16]:

- інформаційне відео на сайтах підприємств з метою інформувати загал про саме підприємство, новини та досягнення;
- маркетингове відео про товари та послуги та сайтах виробників з метою просування їх продажів або в інтернет-магазинах;
- навчальне відео, що є основним чи супутнім компонентом при наданні освітніх послуг як на платній, так і на безплатній основі;
- відеоконсультації з різних професійних питань;
- ігри, лотереї та інші подібні розважальні аудіовізуальні матеріали.

Окремої уваги заслуговує конвергентний контент, що первинно розміщується не на веб-сайтах, а в облікових записах користувачів у соціальних мережах. Такий контент може бути як професійно підготованим, так і аматорським. Але найцікавішим для аналізу є те, що такий контент справді поширюється в мережі Інтернет шляхом автоматичного додавання в стрічку подій кожного спеціальним чином позначеного користувача соціальної мережі [7].

Виокремлені критерії дають змогу виконати першу фільтрацію для того, щоб звузити коло тих інформаційних структур, які підлягатимуть регулюванню. Таким чином, одразу поза межами регулювання опиняються приватні та корпоративні веб-сайти, приватне листування, ігри, лотереї та розважальні сервіси, навчальне та професійне відео, соціальні мережі [6, с. 10].

Перелічені вище види конвергентного контенту та сервісів пов'язують нас із неохоплюваною кількістю самих нових медіа, а також подібних до них інформаційних структур. Зважаючи на те, що їх точну кількість визначити не можливо, а технологічний розвиток привносить надшвидкі зміни, складно говорити про сконструйоване та реалізоване регулювання їх діяльності.

Водночас кожна країна напрацьовує свою практику. Європейські інституції формують рекомендації. 21 вересня 2011 р. Комітет міністрів Ради Європи оприлюднив Рекомендацію щодо нового погляду на медіа загалом (CM/REC [2011]) [8].

Нові медіа, традиційні медіа, медіа старого зразка та злиття всіх цих форм на базисі цифрового інтернет-поширення змушують говорити про необхідність чіткого розмежування та розвитку нових медіа-систем. Керівний Комітет Ради Європи з питань інформаційного розвитку та медіа наголошує на необхідності існування так званої "медіа-екосистеми" в епоху стрімкого поширення нових конвергентних ЗМІ. Адже традиції та техно-

логії традиційних медіа дають можливість новим медіа виконувати головну місію - задовольняти попит сучасного споживача інформації. Медіа екосистеми покликані зберегти напрацьовані традиції, інформаційну політику країн і дати можливість новим конвергентним медіа виходити на новий рівень якості інформації, який потрібен сучасній людині.

У звіті Групи Найвищого рівня Ради Європи "Свобода та плюралізм медіа підтримують Європейську демократію" вміщено рекомендації щодо регулювання нових медіа. Так, Рекомендація 13 зазначає, що "канали чи механізми, через які нові медіа будуть потрапляти до кінцевого споживача, мають регулюватися підходом технологічної рівності та нейтральності. На час повної цифрової епохи інтернет-нейтральність та рівність вибудовуватиметься з урахуванням законодавства Європейського Союзу" [9].

Варто також навести позицію екс-члена Національної Ради України з питань телебачення та радіомовлення О.Ляхова щодо регулювання конвергентних медіа. Ця позиція також включає підхід щодо визначення самої конвергенції. "Визначаючи поняття конвергенції, ми, як правило, розуміємо здатність різноманітних мереж надавати подібні види послуг або, як альтернатива, здатність надавати той чи інший пакет послуг в одній мережі (наприклад "потрійна послуга"). Нині існуючі мережі модифікуються саме для того, щоб надавати та пропонувати нові послуги в якомога більшій кількості. Конвергенція активно змінює загальноприйнятні та усталені бачення про найпоширеніші ефективні механізми видачі ліцензій та регулювання діяльності провайдерів послуг. Для регуляторних органів різних країн це стає головним викликом та дилемою" [5].

Нагадаємо цілі регуляторної політики щодо конвергентних аудіовізуальних ЗМІ, рекомендовані Радою Європи:

- необхідність забезпечення належної якості технічних аспектів та програмування;
- 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 і належного рекламування;
- захист приватності та справедливого поводження із приватними особами;
- унеможливлення використання ЗМІ з метою вчинення тероризму, насильства, популяризації злочинності тощо [8].

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 [9] (далі - ДАВМП) правове регулювання базується саме на поділі аудіовізуальних послуг на лінійні та нелінійні.

**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.

Зазначений поділ у більшості випадків знайшов своє відображення в національних законодавствах країн-членів ЄС. Майже всі країни-члени Ради Європи оновили свої медіа-законодавства. Причому саме оновили, а не внесли доповнення. 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.

Експерти - практикуючі регулятори Європейської платформи регуляторних органів наполягають на зосередженості на підготовці правових норм майбутнього регулювання. З точки зору правового регулювання мають практичний сенс лише ті класифікації, що впливають на напрацювання різних регуляторних механізмів. У контексті потенційного регулювання для нових медіа спільним є наступне [10]:

- аудіовізуальність інформації, що поширюється;
- мережа Інтернет - спосіб доставки;
- поновлюваність та актуальність контенту;
- постійна назва та адресна прив'язка сервісу;
- мета діяльності полягає в наданні нового контенту до споживання;
- редакторський контроль.

Так, зокрема, усі засоби масової інформації, у тому числі традиційні, поділяються таким чином: *за характером матеріального втілення інформації на носіях та відповідного сприйняття* поділяються на друковані (текстові) та аудіовізуальні. *За одночасністю перегляду відповідно до програмної сітки* - на лінійні та нелінійні. *За територією поширення*: місцеві; регіональні; загальнонаціональні та транскордонні. *За споживацькою аудиторією*: загального спрямування; професійного спрямування; для певної спільноти за інтересами тощо.

Зазначені критерії для класифікації можна продовжувати наводити, але, на нашу думку, вони не мають суттєвого значення для дослідження щодо потенційного регулювання нових конвергентних ЗМІ.

Україна рухалася до нової редакції Закону "Про телебачення та радіомовлення" за минулий рік динамічніше, ніж за всі попередні роки. І це відзначають на рівні керівних органів Ради Європи. 6 червня 2012 р. Робоча група Комітету Верховної Ради України з питань свободи слова та інформації схвалила Концепцію нової редакції Закону України "Про телебачення та радіомовлення". Тоді в концепцію було закладено, що предметом регулювання має стати надання аудіовізуальних медіа-послуг (лінійних - мовлення, нелінійних - "на замовлення") засобами масової інформації та провайдерами програмної послуги. Крім того, в підходах щодо регулювання нових медіа закладався принцип технологічної нейтральності.

12 вересня 2013 р. Робоча група Комітету Верховної Ради України з питань свободи слова та інформації представила на перше публічне обговорення Проект нової редакції "Закону про телебачення та радіомовлення". Робочу групу очолює народний депутат О.Бондаренко, запрошений незалежний європейський експерт Д.Котляр відповідає за формування тексту проекту закону, від Ради Європи проект курує експерт, у минулому заступник Секретаря Незалежної комісії з питань телебачення та директор правового департаменту Служби радіо та секретар Ofcom - державного органу регулювання ринку медіа та телекомунікацій Великобританії І.Саломон. Головний лейтмотив першого розширеного засідання з обговорення проекту нової редакції - публічна позиція всіх учасників ринку має бути врахована максимально. Такий процес триватиме щонайменше півроку. Утім представлений проект має чітку стратегію щодо нових конвергентних медіа. Стаття 28 (розд. 1) декларує підхід щодо технологічної нейтральності. Пропонується запровадити підхід з інформування (а не ліцензування) щодо здійснення діяльності у сфері аудіовізуальних послуг. "Повідомлення про здійснення діяльності у сфері аудіовізуальних послуг передбачено мовленням, яке не підлягає ліцензуванню, - супутникове, кабельне, проводове, в мережі Інтернет, з використанням технології IPTV чи будь-якої іншої технології. Надання аудіовізуальної послуги на замовлення з використанням будь-якої технології. Розповсюдження програм шляхом ретрансляції без використання радіочастотного ресурсу".

Підхід, який закладається в новостворюване законодавство, ще потребуватиме координації та узгодження в інших статтях закону, і тут важливо зрозуміти, які норми будуть щодо відповідальності нових медіа та можливості в державного регулятора цю відповідальність контролювати. Однак закладений принцип дає надії, що нові медіа в майбутньому законодавстві отримають максимальну рівність розвитку та нагляду, а регулятор матиме всі шанси для сприяння цьому розвитку й контролю за дотриманням законодавства. Слухання щодо нової редакції закону триватимуть до кінця 2013 р.

*Висновки та перспективи подальших розвідок.* Очевидно, що визначення наукового поняття "конвергентні нові медіа" безпосередньо залежить від технологічного еволюційного розвитку та реакції та цей розвиток європейських медіа-ринків. Навіть за останнє десятиліття позиціонування та дефініції нових конвергентних медіа зазнають серйозних коректив, не кажучи вже про адаптацію та застарівання деяких технологій. Приміром, ще в 2008 р. Україна захоплювалася IPTV-технологією, а вже 2012 р. ринок наповнювався OTT компаніями. Подібна ситуація на всіх європейських ринках. Експерт ОБСЄ К.Мьоллер називає цей процес "загальноєвропейським головним болем" і радить провадити активну експертну роботу на системних дискусійних майданчиках, допоки ринки наповняться новими конвергентними ЗМІ.

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. Директива розподілила аудіовізуальні медіа-послуги на лінійні (традиційне телебачення) та нелінійні (наприклад відео на замовлення) і визначила для них різні рівні регулювання. Жорсткі правила застосовують до реклами та захисту дітей у лінійних послугах (телебачення), оскільки користувачі не можуть контролювати зміст телепрограм. Натомість до нелінійних послуг (нових медіа) директива пропонує застосувати ліберальні правила, оскільки самі користувачі мають різний ступінь вибору та контролю за ними. У регулюванні застосовують принципи країни походження: надавачі послуг підпорядковуються виключно правилам, що застосовуються в їх власній країні. Відтак ці правила Україні необхідно напрацьовувати, у чому і вбачаємо перспективу подальших наукових розвідок.

#### **Список використаних джерел**

1. 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 Poyares Pessoa Maduro, Ben Hammersley 2013. - P. 27 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [http://www.coe.int/t/dghl/standartsetting/media/CDMSIBU/High%20Level%20group%20report\\_eng.pdf](http://www.coe.int/t/dghl/standartsetting/media/CDMSIBU/High%20Level%20group%20report_eng.pdf)
2. Webopedia / new media [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [http://www.webopedia.com/TERM/N/new\\_media.html](http://www.webopedia.com/TERM/N/new_media.html)
3. Закусило М. Хто відповідальний за нові медіа? [Електронний ресурс] / М. Закусило // ТелеКритика. - 2009. - 8 верес. - Режим доступу : <http://www.telekritika.ua/internet/2009-09-08/47760>

4. Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2010-190 Regulatory framework for video-on-demand undertakings [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.crtc.gc.ca/eng/archive/2010/2010-190.htm>

5. *Ляхов О.* Доповідь на круглому столі, проведеному 22 листоп. 2012 р. в Києві за ініціативи Громадської Ради при Національній Раді України з питань телебачення та радіомовлення [Електронний ресурс] / О. Ляхов. - Режим доступу : <http://www.nrada.dov.ua/2012/22/19>

6. *Проценко Д.* Огляд підходів до регулювання нових конвергентних аудіовізуальних засобів масової інформації: міжнародний досвід / Д. Проценко, Д. Тупчієнко. - К., 2012. - С. 13-16.

7. Audiovisual Media Services and Connected Devices: Past and Future Perspectives [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/avmsd/application\\_rep\\_1/report\\_temp\\_en.pdf](http://ec.europa.eu/avpolicy/docs/reg/avmsd/application_rep_1/report_temp_en.pdf)

8. Broadcasting Regulatory Policy CRTC 2010-190 Regulatory framework for video-on-demand undertakings [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.crtc.gc.ca/eng/archive/2010/2010-190.htm>

9. 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 Poiares Pessoa Maduro, Ben Hammersley 2013. - P. 29 [Електронний ресурс]. - Режим доступу : [http://www.coe.int/t/dghl/standartsetting/media/CDMSIBU/High%20Level%20group%20report\\_eng.pdf](http://www.coe.int/t/dghl/standartsetting/media/CDMSIBU/High%20Level%20group%20report_eng.pdf)

10. 35th EPRA meeting: New Media & Regulation: Towards a Paradigm Shift? New Services and Scope: "What's in, what's out Revisited" [Електронний ресурс]. - Режим доступу : <http://www.epra.org/eng/event/archive/2012/2012-130.html>

***Олена Банчук-Петросова,***

*кандидат наук з державного управління,*

*доцент кафедри міжнародної економіки та маркетингу*

*Київського університету управління та підприємництва*

## **Історичні етапи формування та розвитку кадрової політики у військових та правоохоронних органах України**

У статті досліджено історичні етапи формування та реалізації кадрової політики у військових та правоохоронних органах України. Зроблено історичний аналіз основних завдань у сфері формування та реалізації кадрової політики у військових та правоохоронних органах держави. Виявлено характерні