



## ПЕРСПЕКТИВЫ КОНВЕРГЕНТНОГО ТЕЛЕВИДЕНИЯ В УКРАИНЕ

**Виктория ГАТРИЧ,**

аспирант кафедры международной информации  
Черновицкого национального университета имени Юрия Федьковича

### Summary

This article analyzes main problems of TV industry in Ukraine, as in post-soviet state, and determines the important role of convergent TV in social and political transformations, that are evident in modern society. Article researches main features of modern multiplatform world and emergence of new audience type. It is shown peculiarities of new kind of TV in the post-soviet conditions, and also potential problems which are connected with the perspectives of its development in Ukraine.

**Key words:** TV industry, convergent TV, new media.

### Аннотация

В статье анализируются основные проблемы индустрии телевидения в Украине как в постсоветском государстве, а также определяется роль конвергентного телевидения в процессе общественно-политических трансформаций, что очевидно в современном обществе. Исследуются особенности многоплатформности современного мира и появление нового вида потребительской аудитории. Проанализированы особенности функционирования нового вида телевидения в постсоветских условиях, а также возможные проблемы, связанные с перспективами его развития в Украине.

**Ключевые слова:** телевизионная индустрия, конвергентное телевидение, новые медиа.

**Постановка проблемы.** Глобализационные процессы, которые способствовали появлению новых информационных и сетевых технологий, внесли кардинальные изменения во все сферы общественно-политической жизни. Однако растущие технические возможности информационного общества не вытеснили такое средство массовой информации, как телевидение, и в странах постсоветского пространства оно остается эффективным информационным ресурсом и продолжает удерживать первенство по влиятельности на аудиторию. В Украине телевизионная индустрия развивается в особых условиях, ведь несмотря на свое советское прошлое, оно вынуждено следовать вызовам времени, а следовательно, будущее телевидения в нашем государстве представляет особый интерес для ученых.

**Актуальность темы исследования** подтверждается тем, что проблема функционирования современного телевидения в Украине в условиях постепенной конвергенции со всемирной сетью пока не стала предметом углубленного и всестороннего анализа и нуждается в дальнейшей разработке.

**Состояние исследования.** Проблемой развития телевидения уже много лет занимаются за рубежом, в частности, канадские исследователи Кэтлин Кросс и Роберт А. Гакет исследуют политические коммуникации и новостные средства массовой информации; вопросу влияния СМИ на зрителя большое внимание уделяя

американский ученый Ричард Харрис; телевизионным пространством постсоветских стран занимается шотландская исследовательница Сара Уотс. Вопросам конвергентного телевидения относительно недавно начали заниматься в России, в частности, исследователи А. Калинин, А. Власов, Н. Пасечный, Д. Юревич. В Украине значительный вклад в данную сферу исследований сделали фонд «Демократические инициативы» имени Илька Кучерива, издания «Телекритика», «Зеркало недели», «Украинская правда», Независимая ассоциация вещателей.

**Целью и задачей статьи** является анализ особенностей формирования и перспектив конвергентного телевидения в странах постсоветского пространства на примере Украины.

**Изложение основного материала.** На первый взгляд в современной телевизионной сфере Украины (как в стране постсоветского пространства) есть немало отличий от обычно однообразного медийного мира СССР. В отличие от новостных выпусков советского времени на телевидении преобладают молодые лица, свежие новости и яркая графика, а в условиях существования государственного и негосударственного телевидения нет недостатка и в политической информации. Однако за таким разнообразием и правом выбора скрываются серьезные проблемы функционирования телевидения как одного из основ формирования гражданского общества. Серьезными проблемами современного украинского телевизи-

онного пространства является, прежде всего, необходимость существования в условиях рыночных законов, принадлежность определенным олигархическим группировкам, отсутствие чувства журналистской этики со стороны работников СМИ, правительства или должностных лиц, а также слабое развитие правовой защиты свободы слова. В дополнение к этим проблемам еще и существует проблема достаточно распространенного жесткого запугивания журналистов и работников сферы медиа [18, с.134]. В исторической ретроспективе это имеет свое объяснение.

После распада СССР условия рыночной экономики были незнакомыми и иногда весьма неожиданными для телевизионной индустрии Украины, которая в советское время получала от государства средства и расходные материалы, не беспокоясь о прибыльности своей деятельности, а инфляция и неплатежеспособности тогдашних рядовых граждан способствовали тому, что рекламный рынок был еще слишком слабым, чтобы обеспечивать полноценное функционирование новых частных телеканалов. Именно по этим причинам телевизионный бизнес заинтересовал успешных бизнесменов и представителей олигархии. Телевидение рассматривали не только как источник дохода, но и как элемент экономико-политического влияния в обществе, что оставило в стороне его основную функцию – информирование и подачу объективной информации, и фактически вывело на первый план межклановую



борьбу. Телеканалы обычно становились подразделениями олигархического «холдинга», что повлекло ангажированность телевизионного контента и отсутствие подачи различных точек зрения и позиций. В Украине ситуация качественно изменилась в период Оранжевой революции, что характеризовалось, прежде всего, увеличением уровня доверия к СМИ и постепенным освобождением последних от чрезмерного политического давления власти. В экспертном опросе, проведенном фондом «Демократические инициативы» в сентябре 2005 года, журналисты почти единогласно (88%) признали, что в Украине все-таки существует свобода слова [9]. После победы Виктора Януковича на президентских выборах и изменения модели власти на полностью подвластную президенту вертикаль, со значительным увеличением подвластности двух других ветвей власти – законодательной и судебной, логичным стало и наступление на четвертую власть – СМИ. Особенно удалась соответствующая «зачистка» телепространства, в первую очередь, телеканалов, имеющих общенациональный охват. Как следствие, во всех рейтингах международных и отечественных организаций оценки независимости телевизионного контента в 2011-2012 годах ухудшились. Впрочем, они остаются посередине между полной свободой и полной зависимостью. Опираясь на исследования, которые провело и обнародовало издательство «Український тиждень» [6, с. 12], приходим к выводу, что более 20 украинских телеканалов сконцентрированы в руках 4 человек. С помощью своих телеканалов владельцы стараются поддерживать влияние на сознание граждан, влиять на языковую политику, поддерживать политические позиции крупного бизнеса.

Итак, создание контента в телевизионной индустрии Украины происходит в условиях особого общественно-политического положения в государстве, ведь украинская телеиндустрия имеет больше соответствий с советским режимом, чем с западной моделью развития средств массовой информации. Рынок и политическое давление – две определяющие черты современного телевизионного контента в Украине. И именно необходимость «играть» по законам рынка в условиях цифровой

революции создали новую конкурирующую онлайн и мобильную форму коммуникации на основе конвергенции телевидения и Интернета.

Как известно, в свое время немало критиков предостерегали общественную политику и медиабизнес от их «конвергентного будущего». Однако, в условиях растущего использования Интернета и мобильных устройств все больше медиаконтента теперь доступно на нескольких платформах, что вполне подтверждает тот факт, что время конвергенции уже наступило. Стремительное «вмешательство» Интернета в телевизионную индустрию породило общее мнение о том, что пришло время конца эпохи телевидения [5]. Однако, как оказалось в последние годы, телевидение в Интернете остается важной, но при этом одной из многих его функций, а для вещателей Интернет – пока одна из нескольких платформ доставки контента и совокупность ряда технологий, которые значительно ускорили развитие сети телевещания [17, с. 86].

Ежегодное исследование мирового лидера по маркетинговой информации компании «Nielsen» показало, что в среднем зритель тратит 4-5 часов своего времени на просмотр видеоконтента, и подавляющее большинство людей делает это путем использования традиционного телевидения. И хотя проценты и соотношения меняются с каждым годом, исследователи «Nielsen» пришли к выводу, что зритель переходит на новые технологии и устройства для того, чтобы облегчить свой доступ именно к телевизионному контенту. Количество людей, покупающих HDTV в постсоветских странах, свидетельствует лишь о том, что телевизор остается доминирующей платформой в современном мультиплатформном мире [19]. Cooperation (в пер. с англ. – сотрудничество) и Coopetition (в пер. с англ. – соконкуренция) – выдающиеся черты для телевидения и Интернета [2, с. 45]. А для Украины такие тенденции в сфере медиа стали глотком свежего воздуха. Ведь отличительной чертой современного сетевого мира есть свобода слова и выбора, а также возможности получения новостей на любой вкус. Положительная динамика роста интернет-аудитории в Украине в последние годы вполне это подтверждает.

Цифровая эпоха сделала конвергентное телевидение потенциально сильным игроком, в первую очередь обогатив его опытом двусторонней коммуникации с участием телеаудитории. В настоящее время происходит массовое «обогащение» всех возможных мобильных платформ специализированными телевизионными приложениями [8]. Повсеместное распространение смартфонов, планшетов и персональных компьютеров предоставляет большие возможности для разработчиков при создании интерактивного телевизионного контента, тем самым оказывает большое влияние на всю телевизионную отрасль [8]. Все большее общественно-политическое значение приобретает деятельность в сфере создания контента непрофессиональных участников, пользователей, доля которых уже достигает 15% от объема «цифровой вселенной». Сегодня пользовательский контент (user-generated content – UGC) существует наравне с традиционным студийным контентом. В Интернете люди печатают свои произведения, обмениваются мнениями, отвечают друг другу, выставляют фото и делятся различными файлами. И возможности постоянно только растут, а инструменты их реализации совершенствуются [16, с. 201].

Конвергентное телевидение объединило в себе телевидение как лучший инструмент для создания контента и привлечения аудитории. Его подход к медиарынку достаточно инновационный, поскольку он позволяет телезрителям получать именно тот контент, который необходим, а сети дает возможность индивидуально знакомиться со своей аудиторией и взаимодействовать с ней. Учтя эти особенности, ведущие украинские телеканалы тоже подхватили западную тенденцию, поддавшись вызовам современного глобализирующегося мира, и начали создавать мультиплатформенный контент, что играет немалую роль в процессе формирования его общественно-политической части. Успешной контент-стратегией телеканала «ICTV» стало создание мобильного приложения новости программы «Факты», что за полгода достигла 70 тысяч скачиваний. Теперь бывшая аудитория телевидения превратилась из пассивных телезрителей в активных пользователей телеконтента.



На «Новом» канале можно выделить несколько форм обратной связи с аудиторией, среди которых социальные сети, форум, интерактив на сайте и онлайн-конференции. Каждый, кто авторизовался на сайте телеканала, имеет возможность комментировать видео, фото, новости и получать ответы от редакторов. Запуск проектов нового сезона в эфире обязательно сопровождается стартом интерактивной страницы программы на сайте, что позволяет аудитории чувствовать себя причастным к тому, что происходит на экране. Однажды по просьбе подписчиков «Нового» канала в социальных сетях редакторы даже изменили время выхода программы в эфир. На телеканале «Интер» для работы с онлайн-аудиторией создана специальная аналитическая группа, которая отсеивает реальные обращения от комментариев и сообщений недостаточно адекватных пользователей. Однако редакционная команда телеканала все-таки не позволяет онлайн-аудитории вмешиваться в создание телевизионного контента, ведь по их словам, телевидение, в отличие от Интернета, – это длительный производственный процесс, который не предусматривает мгновенной реакции на замечания. Согласно этому прямого влияния онлайн-аудитории на общественно-политический контент телеканала фактически не существует [1, с. 11].

Современный зритель желает смотреть уникальный контент, выражать свое отношение к нему и принимать непосредственное участие в обсуждении актуальной тематики. Исследования показывают, что украинская телеаудитория все чаще использует социальные сети параллельно с просмотром телевизионных каналов. Так, зрители в среднем еженедельно участвуют в 10 акциях в социальных сетях, имеющих отношение к телевидению. К таким действиям относятся общения с друзьями и фанатами телевизионного шоу (69%), подписки на телешоу или оценки в виде «лайков» (53%), рекомендации телепередач знакомым (57%), просмотр клипов и анонсов (68%), поиск информации и телепрограмм (62%), а также игры и участие в розыгрыше подарков (45%). Зрители больше заинтересованы в получении информации о телевизионных передачах из социальных сетей, чем в общении друг с

другом на тему этих шоу. Сайты социальных сетей используются для получения информации о дате и времени трансляции (45%), изучения последних новостей (46%), просмотра эксклюзивной информации (36%), видеороликов (47%) и информации о сюжете (36%) [10, с. 18].

Телеканал «1+1» один из самых активных в Украине, объединяющий свои телепроекты с дополнительными ресурсами в социальных сетях. С интернет-страницы телеканала мы получаем прямую ссылку на страницу в социальной сети. В частности, в сетях «Facebook», «ВКонтакте» и «Twitter» можно получать рассылку новостей «ТСН», «ТСН-неделя», присоединиться к обсуждению программы «Tkachenko.ua» и журналистских расследований проекта «Деньги», а также следить за событиями и получать анонсы телепередач и шоу развлекательного характера. Остановимся подробнее на Телевизионной службе новостей телеканала «1+1». По состоянию на июль 2012 года в сети «Facebook» [12] насчитывалось более 25 тысяч человек, которые интересуются новостями «ТСН», в «Twitter» [13] – 37 тысяч читателей, и почти 250 тысяч подписчиков «ВКонтакте» [14]. За год эти показатели увеличились более чем в два раза: «Facebook» – 52765 пользователей, «ВКонтакте» – 437140 подписчиков, «Twitter» – 103900 читателей.

Журналисты «ТСН» используют социальные сети, чтобы узнать, какие новости на телевидении станут популярными вечером. Для этого они заранее «забрасывают» новость в интернет-пространство и отслеживают реакцию и характер комментариев. На основе этих предпочтений и формируется вечерний эфир. Присутствие страниц самих журналистов в социальных сетях также повышает интерес зрителей, потому что они могут непосредственно общаться с реальным человеком, задавать ему вопросы, высказывать свои мысли.

Антон Белецкий, директор агентства по маркетингу и консалтингу, считает, что аудиторией нужно «хороводить», быстро реагировать на ее интересы [4]. На телевидении должно быть показано что-то такое, чтобы захотелось переключиться на сайт телеканала, и наоборот – от сайта к телеэкрану.

В выпусках «ТСН» обычны фразы «больше фото и видео на эту тему смотрите на нашем сайте», или «присоединиться к обсуждению этой темы вы можете на нашей странице в социальной сети», которыми ведущие поощряют зрителей перейти по адресу на экране. Таким образом редакторы находят подход к каждой отдельной группе, каждый журналист ориентирован на собственную часть аудитории. Инструментом в изучении потребностей аудитории опять же становятся социальные сети, исследование того, каким контентом и почему они делятся сами, что «лайкают» и распространяют.

С 16 по 18 марта 2012 года в рамках проекта онлайн-исследований «InPoll» был проведен опрос интернет-аудитории о пользовании традиционным телевидением и конвергентным. По результатам исследования, ежедневно потребителями традиционных телепрограмм выступают 69% опрошенных, 16% просматривают их через Интернет [4]. Итак, телеканалам необходимо сегодня одинаково ориентироваться, как на теле-, так и на интернет-пространство.

Интернет имеет много преимуществ перед традиционным телевидением, и именно эти преимущества необходимо использовать. Телеканалы формируют свою жесткую сетку вещания, и зрителю необходимо подстраиваться под время выхода передачи в эфир. Для того, чтобы расширить свою зрительскую аудиторию, телеканал «1+1» создал свой собственный видеоблог [11]. Он включает большой видеоархив, где можно просмотреть выпуски всех передач телеканала в любое удобное для интернет-пользователя время. Видеоматериалы этого блога используются в социальных сетях. К примеру, количество просмотров программы «ТСН» на данном видеоблоге ежедневно в среднем около двух с половиной тысяч.

Некоторые ученые считают, что благодаря своей интерактивности и практической невозможности цензуры информации конвергентное телевидение может вызвать революцию в сфере политической коммуникации, способствовать высвобождению творческой энергии, ликвидации общественной иерархии, эффективной поддержке демократии, целенаправленному росту



влияния людей, которые ранее были только пассивными потребителями информации, и созданию новых разновидностей объединений людей [3]. По мнению американского исследователя Дэна Гилмора [17, с. 28], пришло время изменить устаревшую модель поставки новостей по типу «лекции» на новую – по типу «семинара».

В общем, будущее конвергентного телевидения в Украине выглядит более чем радужным. Однако наряду с положительными факторами, которые конвергентное телевидение дает своей аудитории – свобода выбора, отсутствие цензуры и соучастие в процессе создания контента, существуют и потенциальные опасности. Прежде всего, негативными аспектами современного конвергентного мира является содействие росту неравенства в сфере коммуникации и политической власти. Кроме того, бытует мнение, что даже если конвергентное телевидение в постсоветских странах станет новой информационной средой для поставки информации массовой аудитории, в ней, вероятно, будут доминировать те же коммерческие ценности и корпоративные интересы, что и в «старых» средствах массовой информации. Подтверждением этого стало привлечение конвергентного телевидения в предвыборную кампанию 2012 года в Украине, когда политические силы впервые начали вкладывать немалые средства в работу с социальными сетями, хотя и эффект от этой деятельности не был существенным. Политические силы, прежде всего, использовали эту новую медийную среду для продвижения каких-то конкретных видеороликов, фото, текстов, в том числе имевших признаки черного пиара. Сейчас информация, которую размещают пользователи, практически не агрегируется. Однако по мнению исследователей, в ближайшее время будут появляться новостные агрегаторы, благодаря которым будет возможность делить новости, как это сейчас принято в мониторингах компаний. Однако, такие прогнозы свидетельствуют лишь о том, что это может привести к «накрутке», и новости некоторых телеканалов будут специально отмечать, как негативные.

Конвергентное телевидение кроме того, что есть послем телевизионного контента в онлайн, является отлич-

ным измеряющим инструментом зрительской аудитории, ведь технологии позволяют в режиме реального времени выяснять мнение зрителей и измерять численность тех, кто смотрит соответствующее шоу дома. Ситуация развивается в таком направлении, что в будущем каждый пользователь конвергентного телевидения станет подконтрольным, а затем конкретная информация будет направляться на соответствующую целевую аудиторию, что только увеличит возможности влияния и манипуляции общественным мнением. Исследования показывают, что конвергентное телевидение усиливает рейтинги, в частности рейтинги влияния [15]. Новые технологии позволяют пользователям взаимодействовать и играть с контентом, как никогда раньше, и эти процессы развиваются семимильными шагами. В дополнение к этому еще одним фактором на пути феноменального успеха конвергентного телевидения в Украине является отсутствие четкого законодательства по регулированию его присутствия в Интернете. В мире новых медиа пока никто не защищен законодательно, поэтому с легкостью может стать объектом манипуляции владельцев конвергентных информационных каналов.

**Выводы.** Итак, в Украине телевидение остается самым влиятельным источником информации, однако развитие в сфере информационных технологий меняет телевидение таким образом, что становится все труднее рассматривать традиционное вещание отдельно от конвергентного. Украина успешно подхватывает западные тенденции, однако наряду с положительными факторами, которые конвергентное телевидение дает своей аудитории – свобода выбора, отсутствие цензуры и соучастие в процессе создания контента, в постсоветских странах существуют и потенциальные опасности. В частности, анализ конвергентного информационного пространства Украины свидетельствует о том, что в современном мире каждый человек во многих случаях является подконтрольным и при этом незащищенным законодательно, а значит, вполне вероятно, что в процессе создания общественно-политического контента для конвергентного телевидения будут применяться те же приемы, что и в традиционном.

#### Список использованной литературы:

1. Гривінський Р. Телебачення і аудиторія спілкування поза ефіром // Роман Гривінський / «День». – 2013. – № 145. – С. 11.
2. Калин А. Социальное ТВ и трансмедиа // А. Калин, А. Власов, Н. Пасечный, Д.Юревич / Вестник Электронных коммуникаций. – М., 2012. – 112 с.
3. Кросс К. Політичні комунікації та новинні засоби масової інформації у демократичних країнах: конкуруючі підходи [Електронний ресурс] // Кетлін Кросс, Роберт А. Гакет / Режим доступа – [http://socd.univ.kiev.ua/LIB/PUB/K/KROSS/4.htm#\\_Toc342972536](http://socd.univ.kiev.ua/LIB/PUB/K/KROSS/4.htm#_Toc342972536).
4. Кнопки share та like – нова валюта в Інтернеті: матеріали конференції «Нові медіа – нові можливості 2012»: [Електронний ресурс] // Режим доступа: <http://www.nam.org.ua/press-center/?type=news&idn=2771>.
5. Конец эпохи телевизоров отменен [Електронний ресурс] // UA Digital TV. – Режим доступа: <http://uadigital.tv/konec-epochy-televizorov-otmenen/>.
6. Початки олігархізації // Український тиждень. – 2011. – № 27. – С. 12.
7. Россияне все еще верят телевидению [Електронний ресурс] // UA Digital TV. – Режим доступа: <http://uadigital.tv/14082013/>.
8. Соціальне ТБ: новий вид перегляду у світі [Електронний ресурс] // PRARUS. – Режим доступа: <http://prarus.info/ua/novyny/media-novyny/4201-sotsialne-tb-novy-vyd-teleperehliadu-v-sviti->
9. Стан демократичних свобод і демократії в Україні (опитування експертів) [Електронний ресурс] // «Демократичні ініціативи». – Режим доступа: <http://dif.org.ua/ua/polls/2011-year/niwergojr.htm>.
10. ТВ становится «социальным» // «Mediasat». – 2013. – № 08 (79). – С. 18.
11. Videоблог телеканала «1+1» [Електронний ресурс] // Режим доступа: <http://1plus1.pl.ua/>.
12. Официальная страница ТСН в сети «Facebook» [Електронний ресурс] // Режим доступа: <http://www.facebook.com/tsn.ua>.
13. Официальная страница ТСН в сети «Twitter» [Електронний ресурс] // Режим доступа: <http://twitter.com/tsnua>.



14. Официальная страница ТСН в сети «ВКонтакте» [Электронный ресурс] // Режим доступа: <http://vk.com/tsnua> =.

15. Bowman S., Willis C. We Media: How Audiences are Shaping the Future of News and Information // Bowman S. and Willis C. – The Media Center at the American Press Institute, 2003. – 66 p.

16. Doyle G. From Television to Multi-Platform Less from More or More for Less? // Gillian Doyle/ Convergence: The International Journal of Research into New Media Technologies, 2010. – Vol 16(4). – 432 p.

17. Gilmor D. We the Media // Dan Gilmor. – Sebastopol, CA : O'Reilly, 2004. – 282 p.

18. Oates S. Television, democracy and elections in Russia // Sarah Oates. – NY, 2006. – 222 p.

19. The cross platform report Q4 [Электронный ресурс] // «Nielsen». – Режим доступа: <http://www.nielsen.com/us/en/reports/2012/the-cross-platform-report-q4-2011.html> =.

## ВСТУПЛЕНИЕ В СИЛУ ПОДЗАКОННЫХ НОРМАТИВНО-ПРАВОВЫХ АКТОВ ОРГАНОВ ИСПОЛНИТЕЛЬНОЙ ВЛАСТИ: ПЕРСПЕКТИВЫ РАЗВИТИЯ

**Евгений ГЕТЬМАН,**

кандидат юридических наук, старший научный сотрудник,  
начальник отдела координации правовых исследований аппарата президиума  
Национальной академии правовых наук Украины

### Summary

This article examines the current Ukrainian legislation on the question of entry into force of subordinate legal acts of the executive authorities. The author makes a general description about the current state on the issue. Analyzes the legislation of foreign states on the question of entry into force of subordinate legal acts of the executive authorities. Proposed amendments to the Ukrainian legislation on the subject of legal regulation of entry into force of subordinate legal acts of the executive authorities.

**Key words:** subordinate legal acts, entry into force, commissioning.

### Аннотация

В статье исследуется действующее законодательство Украины по вопросу вступления в силу подзаконных нормативно-правовых актов органов исполнительной власти. Автором даётся общая характеристика современного состояния данного вопроса. Анализируется законодательство иностранных государств о порядке вступления в силу подзаконных нормативно-правовых актов органов исполнительной власти. Предлагаются внесения изменений в законодательство Украины по тематике правового регулирования вступления в силу подзаконных нормативно-правовых актов органов исполнительной власти.

**Ключевые слова:** подзаконный нормативно-правовой акт, вступление в силу, введение в действие.

**Постановка проблемы.** Результатом реализации органами исполнительной власти нормотворческих полномочий является издание соответствующих подзаконных нормативно-правовых актов. Подзаконные нормативно-правовые акты принимаются уполномоченными органами исполнительной власти с соблюдением процедуры, установленной законодательством Украины.

**Актуальность темы исследования** связана с перспективой принятия Закона Украины «О нормативно-правовых актах».

**Состояние исследования.** Проблема перспектив развития вступления в силу подзаконных нормативно-правовых актов органов исполнительной власти уделяли внимание многие ученые, среди которых: З.М. Будько, Г.А. Василевич, С.В. Васильев, Ю.М. Грошевой, Д.А. Керимов и другие.

**Целью и задачей статьи** является внесение предложений по усовершенствованию законодательства о порядке вступления в силу и введения в действие подзаконных нормативно-правовых актов. Поставленной цели предлагается

достичь путем выполнения следующих заданий: исследовать действующее законодательство о порядке вступления в силу подзаконных нормативно-правовых актов органов исполнительной власти в Украине; исследовать действующее законодательство о порядке вступления в силу подзаконных нормативно-правовых актов органов исполнительной власти в других государствах (странах постсоветского пространства); сделать авторские предложения по внесению изменений в законодательство Украины.

**Изложение основного материала.** На сегодня в Украине процедура принятия подзаконных нормативно-правовых актов установлена нормативно-правовыми актами, которыми регламентируется деятельность соответствующих органов исполнительной власти в целом: Законом Украины «О Кабинете Министров Украины», Регламентом Кабинета Министров Украины, Законом Украины «О центральных органах исполнительной власти», Типовым положением о территориальных органах министерства и другого центрального органа исполнительной власти, Законом Украины «О местных государственных администрациях» и