

ІНФОРМАЦІЙНИЙ СПРОТИВ УКРАЇНИ
Частина 3. Медіа в умовах широкомасштабної війни:
виклики та перспективи

(оглядова довідка за матеріалами преси та інтернету за 2021–2022 рр.)

Як слушно зауважують фахові медійники, робота вітчизняних засобів масової інформації наближає нашу перемогу, адже ця війна відбувається і на інформаційному фронті.

Повномасштабна агресія РФ проти України спричинила серйозні зміни в секторі медіа. Сучасна трансформація медіаринку, яку обумовили безпрецедентні виклики та фінансова криза, триває на тлі вирішення таких нагальних питань, як повернення ЗМІ на деокуповані території, реформування медійного законодавства в контексті отримання нашою державою статусу кандидата на вступ до ЄС, налагодження виробництва якісного контенту (продакшн), очищення вітчизняного інформаційного простору від проросійського впливу тощо.

Окрім фактичного виживання – у прямому й переносному сенсах, – робота українських медіа підпорядкована основній меті – інформаційному спротиву. На жаль, ворог дуже добре розуміє важливість інформаційної складової, тому, заходячи в міста й села, чи не найпершою руйнує інформаційну інфраструктуру, вбиваючи та залякуючи тих, хто може їм у цьому завадити.

Атакуючи території, росія обов'язково запускає своє мовлення. Поза тим, для легітимізації окупації конкретних населених пунктів і встановлення контролю над інформаційним середовищем росія також використовує анонімні телеграм-канали. Так, за даними розслідування, представленого на платформі «Детектор медіа», з початку великої війни суттєво змінився український сегмент телеграма в бік зростання кількості каналів окупантів. Переважна більшість новостворених телеграм-каналів з'явилася 24 лютого або ж через декілька днів після того. Це означає, що частину локальних каналів було створено ще задовго до реальної військової окупації населених пунктів, а проте деякі з них загарбникам так і не вдалось окупувати, як от містечко Березань під Києвом. Дослідники «Детектор медіа» умовно поділили російські телеграм-канали на дві категорії: ті, що можуть виступати «офіційними» джерелами окупантів, де пишуть від їхнього імені, приміром, інформують про гуманітарну допомогу чи закликають повідомляти про пересування української техніки, й ті, що імітують поведінку медіа, тобто публікують новини про окупований населений пункт, а втім переповнені пропагандою та дез-

інформацією. Найбільше їх виявлено на півдні, сході та півночі, зокрема навколо Києва. Водночас вражає наявність окупаційних каналів у Житомирській та Львівській (телеграм-канал Червонограда) областях, що є непрямим підтвердженням планів країни-агресорки просуватися не тільки на східних та південних напрямках [1].

У розпал російської агресії, тобто в надскладних умовах, деяким українським медіа вдалося перемістити офіси на більш безпечні території та налагодити дистанційну роботу. «У перші дні війни по вежах у Києві та Харкові завдали ракетних ударів. Окуповане приміщення Суспільного в Херсоні, втрачений доступ у Севе́родонецьку. Пошкодження отримали Житомирська та Сумська регіональні філії, значні пошкодження – Харківська та Миколаївська. Розмір збитків щодо пошкодження головного приміщення Суспільного («Олівця») в Києві внаслідок ракетного удару по телевежі – майже три мільйони гривень, – розповідає Світлана Остапа, заступниця шефредакторки «Детектора медіа» та голова Наглядової ради українського Суспільного. – 24 лютого головний офіс та центральне мовлення ми перенесли з Києва до Львова. Посилили протокол безпеки роботи під час бойових дій. У результаті працювали всі регіональні філії. У деяких містах біля фронтової зони залишилися працювати лише кореспонденти Суспільного. Інші канали зверталися до Суспільного, щоб робити з ними включення, і мовник цьому сприяв, щоб максимально поширити правду про війну».

Важливо також, що «Українське радіо», яке має найбільше покриття в країні, включило середні частоти, які важко глушити. Завдяки цьому Україна була на зв'язку з усіма громадянами. За словами С. Остапи, Суспільному це коштувало додаткових 15 мільйонів, але саме радіо рятувало життя. За допомоги радіо влада повідомляла про евакуаційні коридори, зокрема в Маріуполі.

Олена Лептуга, редакторка медіагрупи «Накипіло» з Харкова стурбована тим, що від наслідків великої війни страждають регіональні медіа, хоча саме вони подекуди залишаються єдиним джерелом інформації про місцеві події. «Регіональним медіа часто бракує ресурсів, але ми їдемо туди, де горять танки, де в метро ховаються люди, де щойно звільнено території, щоби поговорити з людьми, які зневірилися в Україні, бо пів року на них впливала російська пропаганда. Регіональні медіа не мають достатньо техніки й бюджетів, але мають довіру своїх аудиторій. Наша команда ані на хвилину не зупинила роботу, протидіяла пропаганді, розповідала правду, допомагала міжнародним колегам. Саме регіональні медіа певною мірою перебувають на передовій у війні», – зазначила редакторка [2].

Разом із нашими військами на звільнені території мають якнайшвидше повернутися українські ЗМІ, вважають у керівництві держави. Аби забезпечити це принципове та вкрай важливе для нашої перемоги рішення, 15 листопада на засіданні Кабінету Міністрів України було ухвалено проєкт постанови «Деякі питання спрямування коштів державного бюджету у 2022 році для здійснення заходів з

відновлення телерадіомовлення в Харківській, Чернігівській, Сумській та Херсонській областях». Кошти виділять Держспецзв'язку на безповоротній основі. Вони підуть на потреби Концерну радіомовлення, радіозв'язку та телебачення (КРРТ). Також Уряд схвалив постанову «Про виділення коштів з резервного фонду державного бюджету для забезпечення функціонування цифрового ефірного мовлення» [3].

У першій половині вересня українська армія звільнила майже всі раніше окуповані росією території Харківської області, де люди не мали доступу до українських медіа, інтернету, мобільного зв'язку. Власне, в багатьох із цих міст і сіл не було електрики. Натомість окупанти запустили радіостанцію Z і роздавали газету «Харків Z». Уже після звільнення цих територій українська влада оголосила, що чимшвидше відновлюватиме доступ до українських медіа. Концерн РРТ працює над поновленням можливостей доступу до телебачення й радіомовлення, але це нелегко, бо інфраструктуру для поширення теле- й радіосигналу на звільнених територіях зруйновано.

За словами керівника Харківського пресклубу Олександра Швеця, до початку великої війни в цій частині Харківської області працював десяток місцевих теле- і радіомовників. Нині з-поміж них залишилися ті, що працюють у Харкові, – 7 канал, «Інтерком-інвест», кабельні канали «triolan.biz» і «triolan.info». Решта мовників або призупинили мовлення, або анулювали ліцензію.

Наразі МКІП разом із Держкомтелерадіо підтримали на Харківщині спецвипуски газет «Слобідський край» та «Обрії Ізюмщини».

Регіональний медіа-бренд і найстаріша газета Харківської області «Слобідський край» вийшов друком 23 вересня на шістнадцяти шпальтах накладом 20 тисяч примірників. Цікаво, що цей спецвипуск готували паралельно зі звичайним випуском газети. Як і більшість видань Харківщини, «Слобідський край» припинив виходити на початку великої війни. Усі працівники, крім двох, виїхали з Харкова, який постійно обстрілювався росіянами. Команда налагодила дистанційну роботу. Спершу наповнювали сайт і сторінки в соцмережах, потім почали робити електронну версію газети. А в червні, коли «Укрпошта» відновила роботу в частині області, завдяки грантовій підтримці IREX зробили перший друкований номер. Відтоді часопис виходить раз на тиждень накладом три тисячі примірників і поширюється в тій частині Харківщини, де працюють відділення «Укрпошти».

«Міністерство культури та інформаційної політики на донорські гроші замовило нам спецвипуск для звільнених територій, – каже головна редакторка видання „Слобідський край” Лариса Гнатченко. – Його доставляють людям волонтери. У цьому спецвипуску ми спробували розповісти, що сталося за останні пів року – основні події війни, звільнення українських територій. Дали поради, як отримати пенсію, куди звертатися, якщо ви втратили житло тощо».

Так само активісти волонтерських організацій розвозили по місту й роздавати людям спецвипуск «Обріїв Ізюмщини», надрукований 16 вересня. «Це знакова подія, бо місто в повній ізоляції. „Обрії Ізюмщини” – це зараз єдине медіа, доступне мешканцям звільненого Ізюма... Газета вийшла накладом у 5 тисяч. Ми планували, щоб газету доставили в кожен мікрорайон міста. За моєю інформацією, її отримали й у віддалених мікрорайонах», – розповів головний редактор «Обріїв Ізюмщини» Костянтин Григоренко.

Втім, на думку Л. Гнатченко, найбільшим викликом для локальних друкованих ЗМІ стане передплата на 2023 рік. Адже від неї залежить, чи буде виданням на що жити. Наразі всі медіа, які хоч якось існують у Харківській області, виживають за рахунок донорів. Щоправда, редакторка бачить перспективу у співпраці місцевих ЗМІ. «Редакції зі звільнених міст потроху повертаються до роботи, – каже вона. – Я зараз бачу можливість для об'єднання кількох регіональних видань в одне. Через це проходили редакції газет і в Європі, і в США» [4].

МКІП, базуючись на досвіді Харківщини, Донеччини та Луганщини, планує діяти за напрацьованим алгоритмом і на визволених територіях Півдня. Вже сьогодні налагоджується робота українських медіа на території Херсонської та Миколаївської областей. За словами голови Національної ради з питань телебачення і радіомовлення О. Герасим'юк, одразу після звільнення правобережної частини Херсонської області КРРТ забезпечив трансляцію українського телебачення в Херсоні та навколишніх населених пунктах. Окрім того, жителі Херсонської області можуть слухати Перший канал українського радіо – потужності сигналу достатньо для того, щоб приймати його навіть в окремих районах поки що окупованої частини Херсонської області [5; 6; 7; 8].

Гарантією успішного функціонування і важливим інструментом захисту ЗМІ, надто в умовах воєнного стану, є національне законодавство, покликане впровадити правила гри на ринку медіа. Надаючи нашій країні статус кандидата, Європейська комісія відзначила, що Україна досягла балансу між свободою слова й тими засобами, які застосовуються для протистояння спробам агресора завоювати нас в інформаційному просторі. Тобто, це висока оцінка спроможності української медіаспільноти. Як підкреслила віцепрезидентка Європейської комісії з питань цінностей та прозорості Вера Юрова, питання свободи слова та незалежності медіа є важливою складовою переговорного процесу для країн-кандидатів на членство в ЄС. «Ми включаємо опис ситуації довкола медіа в наші доповіді щодо верховенства права. Тож ми розглядаємо це як дуже важливий елемент для оцінки якості та стійкості демократії. Ситуація зі ЗМІ відіграє значну роль для країн-кандидатів, вона постійно залишається на радарі наших перемовників щодо наближення національних правил та підходів до європейських стандартів», – пояснила В. Юрова [9; 10].

За словами заступника міністра культури та інформаційної політики Тараса Шевченка, законопроект «Про медіа» було зареєстровано ще в грудні 2019 року, й тоді про нього активно говорили. Зараз це питання знову актуалізувалося, зокрема у зв'язку з отриманням статусу кандидата на вступ до ЄС, і відтак наша держава має терміново завершити процес наближення українського законодавства до європейського. Як пояснив посадовець, у Європейському Союзі є директива «Про аудіовізуальні медіапослуги», яка регулює сучасне телебачення та радіо, трансляцію цих аудіовізуальних каналів у мережі Інтернет і, крім того, нові формати, наприклад, підписки у стримінгових сервісах тощо. Натомість у цьому аспекті українське законодавство застаріле. «Законопроект про медіа великий і доволі складний. У ньому наразі вже є ті речі, які вимагають європейці. Зокрема, мова про незалежність Нацради з питань телебачення і радіомовлення від політичного впливу; обов'язковість регулювання нових форматів; вимоги до контенту, до квот на європейські програми тощо. Цей законопроект – наше „домашнє завдання“, і ми пообіцяли європейцям виконати його максимально швидко», – підкреслив заступник міністра [11].

30 серпня 2022 року парламент підтримав законопроект «Про медіа» в першому повторному читанні, «за» проголосували 233 народні депутати. Цей варіант законопроекту, який іще називають медіа кодексом, одразу ж став об'єктом серйозної критики. [12].

Так, депутат від «Європейської Солідарності» Володимир В'ятрович заявив, що законопроект не можна ухвалювати навіть у першому читанні – щоб «не допустити використання закону про медіа для розмінування культурного кордону з росією». А його однопартієць Микола Княжицький – що він «проросійський» та одночасно суперечить і європейським зобов'язанням України, й демократичним принципам. Головними проблемами згадані політики називають серед іншого зменшення квоти української на радіо на 10 %, повернення на екрани російських артистів через «зведення нанівець Переліку осіб, які створюють загрозу національному медіа-простору України», скасування заборони на популяризацію російської влади у ТБ-передачах та фільмах, а також заборони на приниження української мови у фільмах. А ще – через «дозвіл безкарно порушувати закон про мову, транслюючи фільми російською».

На зміни щодо скасування заборони на приниження та зневажання української мови у фільмах, що має місце в новій редакції закону, відреагував Уповноважений із захисту державної мови Тарас Кремень. «Будь-які спроби звузити сферу її функціонування можуть завдати втрат для української державності», – прокоментував посадовець. За словами Уповноваженого, проєкт треба суттєво доопрацювати, аби євроінтеграція не стала «дискримінаційною для національних інтересів».

Автори нової редакції закону «Про медіа» погодилися, що багато моментів варто «відшліфувати» [13; 14].

Із різкою критикою медіакодексу виступив Сергій Томіленко, голова Національної спілки журналістів України. На його переконання, положення законопроекту «Про медіа» суперечать кодексу журналістів. Основним пунктом закону № 2693-д, який бентежить журналістів, голова НСЖУ називає статтю 99, в якій перелічено заходи реагування на порушення законодавства у сфері медіа. Приміром, серед заходів, які Національна рада з питань телерадіомовлення має право вживати у випадку порушення закону, є анулювання ліцензії за рішенням суду в порядку, визначеному статтею 116 цього закону. Крім того, дозволяється назначати штраф та приписи, які також застосовуються за рішенням Нацради.

«Підхід, який пропонує законопроект: коли є різні порушення мовного та рекламного законодавства, Нацрада може здійснювати приписи, виписувати штрафи та закривати друковані та онлайн-медіа без суду. Для онлайн та друкованих медіа це буде „принцип ДАІ”. Тобто, коли виписується штраф, а вже потім журналіст має йти до суду у випадку, якщо він не погоджується. Все ж таки, в українських реаліях це не є справедливим. Тобто, в українських реаліях мають чиновники довести провину журналістів, йти в суд, і вже там домагатися того вироку. До покарання в журналістів має бути право на захист», – пояснює С. Томіленко [15; 16].

Медіаюрист Інституту масової інформації Роман Головенко зауважив, що дати однозначну оцінку цьому документу загалом неможливо. На його думку, законопроект, який став нині об'єктом критики дуже різних груп, охоплює всі види медіа, тому позитиви в одних його аспектах протистоять негативам в інших. По-перше, законопроект охоплює медіа, які наразі не регулюються в Україні й не мають статусу медіа, зокрема це онлайн-видання та медіа-сервіси на замовлення. Тим самим законом мають регулюватися преса, телебачення, радіо. Водночас інформаційні агенції як категорія повинні перейти в статус преси чи онлайн. І в цьому, зазначає медіаексперт, полягає основна проблема. Наступне питання – ризики залежності від регулятора. Регулятором для всіх видів медіа планується зробити Нацраду з питань телерадіомовлення. Це конституційний орган, половину членів якого призначає президент, а половину – Верховна Рада. В умовах пропрезидентської монобільшості регулятор фактично потрапляє під контроль влади. Ця проблема всім зрозуміла, але вирішити її наразі неможливо. Суть існування Нацради як незалежного конституційного органу не в тому, щоби видавати ліцензії та слідкувати за дотриманням квот в ефірі, для цього позавідомчий орган не потрібен. Нацрада – це передусім інструмент запобігання зловживанням в інформпросторі. Наразі тільки на ТБ і радіо.

Що дає в цьому контексті законопроект? Медіаюрист робить висновок, що він надає дійсно швидші й потужніші інструменти боротьби з пропагандою РФ, це з одного боку. Але з іншого – передбачає суто декоративні норми щодо якості вітчизняного контенту, за порушення яких не передбачено відповідальності, зокрема щодо об'єктивності/балансу [17].

Член Національної ради з питань телебачення і радіомовлення, член робочої групи з розробки законопроекту, медіаюрист Олександр Бурмагін у свою чергу стверджує, що критика щодо збільшення повноважень регулятора необґрунтована. У розлогіму інтерв'ю для «Детектор медіа» О. Бурмагін поділився інформацією про найважливіші новації документа. Тож варто подати основні тези автора як відповідь на критику.

Щодо відповідальності за порушення квоти до 10 %, мовники самі перевели свої ефіри практично на 100 % україномовний формат, бо російська мова стала токсичною, й навряд такою перестане бути в найближчій історичній перспективі. Відповідно, будь-яке регулювання в цій частині, цілком вірогідно, стане баластом – нормами, які не працюють.

Повноваження Нацради зазнають суттєвих змін. По-перше, велику кількість норм заберуть на підзаконний рівень, який розроблятиме регулятор. Важливо в цій частині те, що на рівні закону лишаються норми-гарантії для медіа та підстави для дій Нацради, а зникає процедурна частина. По-друге, спрощена система санкцій. Всі вони тепер є заходами реагування – від приписів до звернень до суду для анулювання ліцензій. По-третє, більш чітко прописано розподіл регуляторних та наглядових функцій Нацради. В частині регуляторних, наприклад, у випадку невідповідності медіа вимогам щодо структури власності виписано окремі від санкційних повноваження. Також оновлено текст у частині фінансування регулятора, статусу і повноважень регіональних представників, повноважень по відношенню до ворожих медіаресурсів тощо. В цілому багато норм було переглянуто, оскільки ЄС не просто вимагає перенести в національне законодавство стандарти своєї Директиви, а окремо ще наполягає на двох складових: зменшенні впливу приватного інтересу в медіасфері та підвищенні інституційної спроможності регулятора.

Норми, пов'язані зі збройною агресією оновлено 2022 року, зокрема, до них додався важливий механізм – можливість визначення і блокування ОТТ-сервісів агресора. Так само можуть блокуватися ворожі онлайн-медіа і прийматись рішення про припинення поширення друкованих видань, які не зареєструвались (у мирний час реєстрація для них добровільна). Якщо виявиться, що іноземне лінійне медіа має стосунок до росії, його реєстрація скасовується рішенням Нацради. Також, імплементовано спеціальну процедуру розгляду справ про порушення законодавства медіа: регулятор буде реагувати тільки на грубі порушення – без проведення перевірки, але з обов'язковою комунікацією з медіа. Серед інших но-

вовведень – новели для медіа, які працюють на окупованих територіях. Їхні ліцензії та, за заявою, реєстрація призупиняються. Після звільнення, якщо медіа не подасть заяву про відновлення або власнику винесуть вирок за злочин проти основ національної безпеки, регулятор приймає рішення про анулювання ліцензії або скасування реєстрації. В контексті війни у проєкті про медіа зараз системно покращили всі складові регулювання – від чіткості норм і правил до ефективності реагування Нацради на порушення, забезпечення її швидкої й ефективної роботи.

Регулювання онлайн-медіа – як і раніше, їхня реєстрація є добровільною, але Нацрада матиме повноваження реагувати на порушення незалежно від того, зареєстроване медіа чи ні. При цьому змінилось і стало вужчим визначення «онлайн-медіа». Воно тепер встановлює, що такими є фактично «онлайн-преса», оскільки з'явилась ознака «на вебсайті». Ті, в кого є канал, наприклад блогер на ютубі, можуть прийти й добровільно зареєструватись. Якщо ні, то можливість у регулятора вплинути на протиправний контент буде тільки через адміністрацію або власника платформи. Найбільшої трансформації зазнали норми щодо відповідальності. Зокрема, сукупність порушень буде рахуватися не протягом року, а протягом місяця. Це важлива гарантія, бо якщо ти протягом місяця, а не року, як для інших медіа, не вчиняєш певної сукупності порушень, то серйозніша санкція вже не може бути застосована. Важливою новелою також є розподіл у частині застосування санкцій онлайн-медіа на три категорії – зареєстровані, незареєстровані та анонімні. І якщо для зареєстрованих механізм регулювання найбільш лояльний, то для анонімних, які не реагують на звернення регулятора, – найбільш жорсткий.

Новації стосовно спільного регулювання медіа державою та галуззю обумовлені наявною Директивою ЄС про аудіовізуальні медіапослуги, яка вимагає, щоб держави підтримували механізми саморегулювання та співрегулювання у сфері медіа. Для саморегулювання в оновленій редакції з'явилися норми-гарантії: «Наявність спільного регулювання у сфері медіа не обмежує свободи галузевого та іншого саморегулювання у сфері медіа та журналістики, яке діє на принципах добровільної участі, самоврядності та невторчання держави». Всі інші норми стосуються співрегулювання – цей важливий інститут, дозволяє медійному регулятору разом із медіа виконувати два завдання: розробляти кодекси створення й поширення інформації, які встановлюватимуть критерії наявності/відсутності контентних обмежень (мова ворожнечі, пропаганда тощо); надавати незалежну експертизу в конкретних справах щодо порушення медіа обмежень, визначених законодавством. Право на такі незалежні висновки матимуть тільки ті медіа, які добровільно увійшли в систему співрегулювання.

Кодекс етики українського журналіста – зміна вноситься до закону «Про державну підтримку медіа та соціальний захист журналістів», який має стати базовим для визначення статусу журналіста, а не питань медіа як індустрії. Авто-

номно ця норма навряд чи працюватиме як самостійна підстава для застосування відповідальності. Проте в сукупності й додатково у справах про захист честі та гідності, інших спорах вона може застосовуватись. Що, у свою чергу, може вплинути на якість журналістських матеріалів, бо, зокрема, судова практика буде змушена давати оцінку, був журналіст етичним чи ні, якщо на цьому аргументі наполягатимуть сторони.

Розширення кількості суб'єктів у сфері медіа – в цій частині до традиційних радіо, телебачення, преси, провайдерів додаються онлайн-медіа, аудіовізуальні нелінійні медіа, провайдери платформ спільного доступу до відео, постачальники електронних комунікаційних послуг для потреб мовлення з використанням радіочастотного спектра («Зеонбуд», Концерн РРТ).

Обов'язкова реєстрація для друкованих та онлайн-медіа встановлюється тільки на період, поки існує держава-окупант (держава-агресор).

Перелік осіб, які створюють загрозу національному медіапростору України, який формувався сім років, залишається. Додаються тільки норми, що дають змогу зацікавленим людям подати заяву про своє виключення з цього переліку за практично нереальною процедурою. Але також закон зобов'язує державні органи надати протягом двох років обґрунтування внесення цих людей у перелік. Тобто фактично два роки «старий» перелік діятиме. Процес ведення списку і включення нових людей має стати більш цивілізованим і відповідати стандартам у сфері прав людини. На сьогодні цей механізм на рівні законодавства – це один абзац у законі «Про кінематографію». Він не містить ані критеріїв і підстав включення, ні процедури виключення. У ручному, напівтаємному й таємному режимі вирішуються питання обмеження фундаментальних прав і свобод. І така ситуація вже не один раз призводила до казусів, коли людину сьогодні включали, а завтра виключали з переліку, або до нього помилково потрапляли українські актори.

Великий розділ «Перехідні положення» є підтвердженням системного підходу в оновленні медійного законодавства. Оскільки його норми діють під час виборів, ми маємо внести зміни у відповідні частини Виборчого кодексу (про інформування та агітацію). І така ситуація з багатьма іншими нормативно-правовими актами з різних сфер. Якщо цього не зробити, з'явиться чимало колізій у законодавстві.

Боротьба зі впливом приватних інтересів у медіа – з'являться нові механізми. Наприклад, до питань із прозорістю структури власності для всіх аудіовізуальних медіа додатково буде запроваджено фінансову звітність, а для національних – надання щорічних висновків аудиту. Із цим впливом у всіх медіа допоможуть також боротися зміни до виборчого законодавства. Вони, серед іншого, передбачають ефективне регулювання висвітлення виборчого процесу й контроль за стандартами в цій сфері. Власникам ЗМІ буде значно важче викривляти інформа-

ційне поле, бо Нацрада буде розглядати такі дії як значні порушення закону «Про медіа» [18].

«Новий закон про медіа – як ніколи на часі. І наша євроінтеграція дає цьому шляху новий поштовх. Нині в Україні діють закони для регулювання ЗМІ ще 90-х років. Натомість медійний ландшафт з того часу суттєво змінився», – каже міністр культури та інформаційної політики Олександр Ткаченко. За його словами, наш закон про медіа відрізняється від європейських тим, що в ньому прописана окрема новела, присвячена російській агресії. «Ми вводимо норми, які дозволяють у законний спосіб, не через рішення судів, а користуючись законом, боронити український інформаційний простір від агресії варварів з росії», – зазначає міністр [19; 20].

Верховна Рада планує ухвалити законопроект про медіа № 2693-д у другому читанні до кінця 2022 року. Загалом до цього документа було подано близько 2,5 тисячі поправок.

1 листопада Україна отримала від європейських партнерів коротку попередню оцінку щодо відповідності законопроекту «Про медіа» Директиві ЄС про аудіовізуальні медіапослуги (AVMSD), і вона позитивна. Як повідомив заступник міністра культури та інформаційної політики Т. Шевченко, коментарі, які отримала Україна, є достатньо робочими й не дуже об'ємними: «Якщо чесно, очікували, що буде значно більше запитань. У ці дні знаходимося спільно з робочою групою, з усіма партнерами, які дуже активно долучені...» [21; 22; 23].

Велика війна змінила реальність українських медіа в багатьох аспектах. Так, рекламний ринок зійшов майже нанівець, центральні телеканали виробляють і/або показують спільний телемарафон, регіональні – шукають можливостей заробити на прожиття й вижити. Медіа зупинили виробництво, звільнили працівників, скоротили всі можливі витрати. Та попри все український медіабізнес шукає способи вижити, втриматися та відновити повноцінну роботу. Поступово відновлюють свою діяльність і продакшн-компанії, які виробляють уже не тільки документальні фільми, а й художні. Щоправда, ситуація доволі непроста.

Без підтримки телевізійної індустрії з боку держави є ризик втратити великий пласт тих продакшенів, які виробляють контент про Україну і для України, переконаний генеральний директор «1+1 media» Ярослав Пахольчук. Він пояснює, що у продакшенах зараз найскладніша ситуація: «Мовники мають бібліотеки. У продакшенах десятки-сотні людей без замовлень. Це унікальні, талановиті люди. Бо ця індустрія формувалася за останні роки. Зараз вони знаходять роботу за кордоном, або змінюють професію. Тільки у вересні ми запускаємо у виробництво серіал, який готували ще до війни. І це єдиний художній проєкт. Виробництво художнього контенту під загрозою».

Підтримкою телеіндустрії могла б стати Національна суспільна телерадіокомпанія, виступаючи як замовник контенту, вважає медіаменеджер. Ця пропози-

ція вже знайшла відгук з боку Суспільного, бо там добре розуміють, що через війну – коли економіка переведена на військові рейки, а рекламного ринку немає, – країна може втратити велику частку телевізійних і радійних медіа.

За словами Я. Пахольчука, зберегти індустрію може державна підтримка в півмільярда гривень, яка дозволить створити 300 годин контенту. Йдеться про системну роботу, а не про один продукт. А проте медіагрупа шукає інші можливості, зокрема такі, як міжнародні консорціуми, коли 15 учасників можуть вкласти по 5 тисяч доларів. «Ми зайшли у діалог щодо виробництва продукту за конкретними сценаріями», – зазначає гендиректор «Плюсів», і додає, що за час війни продакшени не припиняли писати сценарії [24; 25; 26].

Докладно про ситуацію в медіаіндустрії, зокрема щодо можливості отримати фінансову підтримку, дискутували медійники разом із міністром культури та інформаційної політики О. Ткаченком під час конференції National Media Talk 2022. Її учасники виокремили кілька трендів, які стали очевидними за перші 200 днів великої війни.

Перший із них – *зменшення кількості лінійних каналів*. Деякі мовники вже не пережили велику війну, а деякі, ймовірно, не доживуть до її завершення. Найпоказовіший приклад – закриття всіх каналів медіамагната Ріната Ахметова. Втім, експерти прогнозують, що з ринку йтимуть і менші гравці. Адже телеканали в більшості випадків не є успішним медіабізнесом, а втрата реклами та монетизації зробила їх повністю залежними від дотацій власників. Власники своєю чергою теж потерпають від економічної кризи. До того ж, зростає вплив цифрових платформ, наприклад таких, як телеграм. Медіа, які дотримуються стандартів, мають тепер працювати у цих форматах.

Говорили й про *локальні медіа*, які наразі не можуть існувати без допомоги донорів. Оскільки ринок реклами впав у перші дні війни майже до нуля і відновлюється надзвичайно повільно, медіагрупи були змушені скорочувати видатки та звільняти людей.

Ще один спільний тренд – *припинення або скорочення виробництва контенту*, особливо розважального – великих шоу, серіалів, телефільмів. «Мене зараз питають про осінній сезон, – каже Я. Пахольчук. – Який сезон зараз? Сезону немає, він буде за рік. Аби був сезон, треба розуміти, що можна продати, як можна комерціалізувати продукт, де взяти рекламу. Ми можемо витратити всі свої заощадження і зробити сезон, але він буде останнім». Відомо, що до великої війни на контент для одного сезону центральний український телеканал витрачав 10–20 мільйонів доларів.

Стосовно виділення півмільярда гривень із бюджету на художній контент – це реальний сценарій, вважає керівник українського Суспільного М. Чернотицький. Але кому і як їх виділити? Медіаменеджер нагадав, що у Шве-

ції держава дотує контент через тамтешнього громадського мовника. «Ми хочемо підтримати індустрію, як великий замовник якісного контенту, який би відповідав цінностям Суспільного, – пояснив керівник НСТУ. – Це можна робити не лише за державні, а й за донорські гроші».

Ідею щодо *створення Фонду підтримки медіа* озвучив під час дискусії О. Ткаченко: «Ми поставили питання про створення незалежного фонду, – пояснив очільник МКІП. – Фонд буде не при міністерстві. Ним керуватимуть країни-партнери. Він компенсує розрив між поточними витратами та доходами тих медіа, які висвітлюють війну і все навколо неї».

Зараз українські медіа отримують вагому підтримку від *міжнародних донорів, які надають гранти*. Передусім гранти дістаються інформаційним і аналітичним медіа. Джилліан МакКормак, директорка Internews в Україні: «Ми можемо підтримувати різний контент. Більшою мірою – не розважальний. Ми не робитимемо нові версії „Танців із зірками” чи „Знаменитості у джунглях”. Але ми готові думати над інфотейнментом щодо протидії дезінформації», – акцентує вона. Готові в Internews розглядати й гумористичний контент. А втім, висвітлення війни залишається пріоритетом. «Один із конкурсів, які ми будемо проводити, має допомогти українським журналістам відвідувати звільнені території. Це дорого, не всі медіа можуть дозволити собі посилати туди кореспондентів», – зазначила керівниця Internews в Україні, уточнивши, що її організація надаватиме гранти тим компаніям, які зможуть зі свого боку подбати про свою фінансову стабільність.

Ася Іванчева з фонду National Endowment for Democracy також назвала пріоритетом допомогу медіа, які створюють контент для мешканців вже звільнених або ще окупованих територій. Донори зацікавлені підтримувати гравців, які хочуть не лише вижити, а й зростати та досягнути успіху в майбутньому. Водночас, Джилліан МакКормак поставилися скептично до ідеї *Фонду підтримки медіа*. «Донори мають знати, на що йдуть гроші, а не щоб вони потрапили до великого казана», – наголосила директорка Internews в Україні.

Попри те, що деякі канали повернулись до звичного мовлення, найрейтинговіші вже сім місяців транслюють *телемарафон «Єдині новини»*. Міністр О. Ткаченко констатував, що увага до марафону зменшується, хоча впізнаваність і довіра до нього досить високі.

На думку керівниці Інституту масової інформації Оксани Романюк, «Єдині новини» дедалі більше схожі на лінійний канал, оскільки формат марафону поступово змінюється – спершу це були суто новини та розмови в ефірі, тепер у його межах показують концерти, документальні фільми та навіть футбольні матчі.

Марафону слід зберегти інформаційний формат, вважає Я. Пахольчук, і хоча «1+1» хотів би відновити своє звичне мовлення, марафон повинен тривати. «Поки

воно працює, нехай працює. Змінювати будемо після перемоги», каже топменеджер медіагрупи, посилаючися на високі показники телеперегляду.

Тим часом в медійному середовищі відкрито й доволі бурхливо обговорюють його доцільність. «Актуальність марафону вже минула... Занадто позитивний погляд, тому люди, які знаходяться у вразливих обставинах, не довіряють марафону. Треба думати про якість», – висловила свої враження директорка Internews в Україні Джилліан МакКормак. Раніше посол Німеччини в Україні Анка Фельдгузен розказувала про неопублічний заклик ЄС відходити від формату «єдиного марафону» на телебаченні й давати глядачам вибір [25; 27].

Спільний телемарафон «Єдині новини» триває вже понад пів року. То що ж із ним не так?

Незалежна медійна рада: «Наприкінці серпня 2022 року, на шостий місяць повномасштабної війни з росією, в телевізійному марафоні „Єдині новини” почали майже щодня з’являтися народні депутати від колишньої „Опозиційної платформи – За життя (ОПЗЖ)”: В. Гнатенко, Т. Плачкова, А. Бурміч та О. Лукашев (входять до створеної у травні парламентської групи „Відновлення України”). Усі вони з’являються саме у частині ефіру, яку виробляє державний телеканал „Рада”. Міністерство культури та інформаційної політики позиціонує „Єдині новини” як „марафон інформаційного спротиву”. Проте під час інтерв’ю глядачам не повідомляють про приналежність згаданих людей до колишньої ОПЗЖ. Самих гостей не запитують про їхню колишню проросійську позицію, зміну поглядів та чітке ставлення до агресії. Тобто непоінформована аудиторія сприймає їх як проукраїнських політичних діячів. Незалежна медійна рада вважає неприпустимим запрошення в національний ефір під час повномасштабної війни проросійських політиків, прямо причетних до просування російського порядку денного» [28].

Айдер Муждабаєв, заступник генерального директора кримськотатарського телеканалу АТР: «На жаль, дуже схоже на те, що гібридні патріоти при державному телебаченні „кришеватимуть” медведчуківських (тепер – своїх?) співучасників убивць українців з легендою „журналістів” аж до закінчення війни. Щоб, коли про їхню роботу на російській реїх типу „всі забудуть”, разом із ними – тими, хто привів до нас рускій мір, – за рахунок життів бійців ЗСУ, їхніх вдів і сиріт, відсвяткувати „спільну Перемогу”... Саме ця логіка великої війни гарантує, що раніше чи пізніше за cause of justice візьмуться ті, хто за будь-яких обставин не вибачать поплічникам окупантів з легендою „журналістів” Маріуполь і Харків, Чернігів і Суми, Ірпінь і Бучу...» [29].

Отар Довженко, журналіст: «Марафон, безперечно, продукт унікальний, зокрема з огляду на те, що тих, хто воліє транслювати щось інше, вимикають з ефіру. І досить логічно, що люди дивляться по телевізору саме той інформаційний продукт, який показують по всіх каналах. Усе це було доречно і правильно в перші

– сумбурні й панічні – тижні великої війни; і тоді аргумент, що владу не слід критикувати й потрібно дозволити їй діяти на власний розсуд, звучав переконливо. А дивні речі, які відбувалися в унікальному спільному ефірі, суспільство ковтало. Проковтнули, коли ведучими марафону виявились колишні обличчя каналів „Опозиційної платформи – За життя”... Прикро, що, маючи таку довіру, відповідальні за інформаційну сферу політики не спромоглися трошки піднятися над своїм звичним рівнем і дати суспільству те, на що воно заслуговує, – правдиві новини без шкідливих домішок. Можливо, ще не пізно?» [30].

Згадані цитати – лише невелика частка великого скандалу, який, на правду, має під собою цілком зрозуміле підґрунтя: всіх українців об’єднало надзвичайне обурення російською агресією проти нашої країни та злочинами, що в усіх на очах чинить російська армія [31].

І вже геть недоречним виглядає на цьому фоні висловлювання журналіста Євгена Кисельова, який, по суті, назвав «дурнями та недалекими» українців, які виступають проти присутності в нашому медіапросторі журналістів, котрі працювали на каналах Медведчука та просували прокремлівські наративи. «У кожній країні є розумні люди і в кожній країні є дурні, недалекі, обмежені. Це не тільки Україні властиво, але й всім пострадянським країнам – особливо тим, що пережили кріпосне рабство. Вони може десь на рівні генетичної пам’яті, ... на глибоко підсвідомому рівні мають переконання, що якщо людина працює на майданчику, що належить певній людині, то вона є його абсолютною власністю, перестає бути суверенною особистістю і працює виключно на свого господаря», – цитата Є. Кисельова. Він припускається думки, що журналісти, які працювали на каналах Медведчука, зараз займають безсумнівну українську патріотичну позицію, тому їх не варто зараховувати у «слуги Медведчука» [32].

Не ставати на захист у прямому сенсі, натомість дещо пом’якшити й роз’яснити ситуацію навколо телемарафону та журналістів, які не так давно виступали рупором проросійських наративів, намагався дехто з медійників і посадовців, зокрема в контексті реакції на суспільний запит щодо відсторонення від ефіру національних марафонів певних ведучих.

О. Ткаченко, міністр культури та інформаційної політики: «Виглядає як шельмування» – прокоментував вимогу медіаспільноти відсторонити від телемарафону колишніх проросійських ведучих міністр. Зокрема, він закликав «цивілізовано розбирати кожен кейс», хоча і визнає, що не ставав би на захист декого з журналістів, яких просять відсторонити [33].

«Медіа Група Україна»: «Медіагрупи з перших днів війни об’єднали свої зусилля задля створення єдиного інформаційного фронту аби протистояти російській пропаганді. Як і до масштабних військових дій, так і з 24 лютого, канали наших груп дотримуються абсолютно проукраїнської політики та транслюють лише

ті речі, які згуртовують, об'єднують, підсилюють українське суспільство та нашу державу. Так само кожен журналіст, ведучий, редактор, який працює на каналах груп, є сумлінним працівником українського інформаційного фронту» [34].

Михайло Подоляк, радник голови Офісу президента: «Якщо людина прийняла для себе рішення, що для неї Україна понад усе – дайте їм шанс довести це дійсно. Чому ви хочете, щоб ми посадили їх у табір? Навіщо? Викинули з професії? Вони крім цього нічого не вміють, вони хочуть працювати, вони хочуть свою вину таким чином відмити, це нормально». На його переконання, сьогодні не на часі ділити нашу країну [35].

Насправді український інформаційний простір потребує «зшивання», як і країна загалом. Це наш спротив, який найдоцільніше здійснювати якраз через можливості й властивості медіа. Тим часом експерти прогнозують повну зміну медіаландшафту в Україні після війни.

Ринок медіа переживатиме важкі часи, бо залишаться найсильніші, проте й тим доведеться підлаштовуватися під нові умови. Складовими успіху ймовірно стануть відкритість до інновацій, сильні бізнес-моделі, широкі мережі тощо. Вочевидь значна кількість медіа, які не відповідатимуть вимогам нового ринку, покинуть його. Так само багатьом медійникам доведеться перекваліфікуватись, і це серйозний виклик.

Невтішний діагноз у комерційному плані поставив вітчизняному медіаринку Борис Давиденко, головний редактор «Forbes Ukraine»: тут все погано, бо опитування свідчать про зниження маркетингових бюджетів на сорок-п'ятдесят відсотків. Але хороші медіа дають раду викликам, стають більшими, сильнішими і кращими, погані ж – закриваються, це реальність.

Ігор Курус, колишній член Національної ради з питань телебачення і радіомовлення, поділився своїми прогнозами та історією: «Пригадую 2002 рік, дискусію між зв'язківцями й телевізійниками. Зв'язківці казали, що завтра всі будуть мати один канал доступу – інтернет, а отже, телебачення не буде потрібним. Телевізійники наполягали, що телебачення – звичне медіа, яке нікуди не дінеться. Потім ринок телереклами за кілька років доріс майже до мільярда років... А 2009 року все обвалилося. Зараз ми теж бачимо конфлікт інтересів класичних і онлайн-медіа. Плюс економічна криза, яка почалась ще під час епідемії коронавірусу, й війна, звісно. Тому думаю, що конкуренція між класичними новинарями та блогерами, тітокерами тощо лише посилюватиметься. А розважальному телебаченню буде все важче конкурувати з потоковим відео. Виникла потужна альтернатива, яка може перемогти, коли доступний інтернет дійде до кожної оселі. Тому традиційним медіа варто зараз шукати свою нішу. Для когось це розслідувальна журналістика, для когось – аналітика, яку традиційні медіа вміють робити краще за нові. Це нормальний процес трансформації» [36].

Заступниця шефредакторки «Детектора медіа» та голова Наглядової ради українського Суспільного С. Остапа поділилася власним баченням ідеального ландшафту медіапростору після війни: «Мають залишитися ті медіа, у яких прозоре зрозуміле фінансування, яке не буде секретом для аудиторії. Редакційну політику медіа має визначати редакція, інвестори не мають права в неї втручатися. І ці медіа мають дотримуватися журналістських стандартів. Наш рекламний пиріг дуже малий і його не вистачить на ту величезну кількість медіа, які є в Україні».

Цей огляд буде неповним без інформації про те, як українська аудиторія сприймає реалії сучасного медіаринку та інформаційного простору загалом. Адже після повномасштабного вторгнення росії відбулися певні зміни і в медіаспоживанні, і в чутливості людей до спотвореного контенту тощо. Серед тенденцій, на які, зокрема звернули увагу журналісти «Детектор медіа» – автори дослідження в межах восьми фокус-груп у Києві, Дніпрі, Одесі, Вінниці та Львові, – можна побачити суттєве зростання кількості якісного контенту українською мовою, а також скорочення присутності російськомовних медіа та проросійських наративів. Увагу опитуваних привернув спільний телемарафон, хоча його оцінки не є однотайно позитивними; люди майже повністю відмовилися від розважального контенту, але згодом частково повернулися до нього; молодь стала виявляти неабиякий інтерес до історії і культури України. Цікаво також, що пропаганду наші громадяни не вважають виключно негативним явищем, а бачать у ній невід’ємну частину інформаційної війни, водночас проукраїнську пропаганду називають виправданим і необхідним засобом мобілізації суспільства [37].

Серед змін у нинішніх цінностях українців – зростання патріотичних настроїв та природне відторгнення всього російського. Це, мабуть, найвища оцінка і нашим збройним силам, і українським медійникам, які боронять країну на інформаційному фронті.

СПИСОК ЛІТЕРАТУРИ

1. Ілюк К., Саполович Є., Рябоштан І. «Тепер заживем!». Як і для чого Росія створила мережу телеграм-каналів для окупованих нею територій / Ксенія Ілюк, Євген Саполович, Іра Рябоштан [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/monitoring-internetu/article/198960/2022-05-05-teper-zazhyvem-yak-i-dlya-chogo-rosiya-stvoryla-merezhu-telegram-kanaliv-dlya-okupovanykh-neyu-terytoriy/> (дата звернення 26.11.2022).
2. Бриж Є. Досвід України у протистоянні російській агресії може бути корисним для світової спільноти / Євген Бриж [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/community/article/203740/2022-10-15-dosvid-ukrainy-u-protystoyanni-rosiyskiy-agresii-mozhe-buty-korysnym-dlya-svitovoi-spilnoty/> (дата звернення 26.11.2022).

3. Уряд виділив кошти на забезпечення трансляції українського телебачення // День. – 2022. – 15 лист. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/news/151122-uryad-vydilyv-koshty-na-zabezpechennya-translyaciyi-ukrayinskogo-telebachennya> (дата звернення 26.11.2022).
4. Данькова Н. Коли і як на звільнену Харківщину повернуться медіа / Наталія Данькова [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/production/article/203350/2022-10-03-koly-i-yak-na-zvilnenu-kharkivshchynu-povernutsya-media/> (дата звернення 26.11.2022).
5. До Херсона повернулося українське телебачення і радіо [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-regions/3613103-do-hersona-povernulosa-ukrainske-telebacenna-i-radio.html> (дата звернення 26.11.2022).
6. У МКІП назвали повернення на визволену Херсонщину українських ЗМІ одним із перших завдань [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3612150-u-mkip-nazvali-povernenna-na-vizvolenu-hersonsinu-ukrainskih-zmi-odnim-iz-persih-zavdan.html> (дата звернення 26.11.2022).
7. День. – 2022. – 11 лист. У МКІП назвали пріоритетом повернення на визволену Херсонщину українських ЗМІ [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://day.kyiv.ua/uk/news/111122-u-mkip-nazvaly-priorityetom-povernennya-na-vyzvolenu-hersonshchynu-ukrayinskyh-zmi> (дата звернення 26.11.2022).
8. Ольга Герасим'юк: На звільнені території повертається українське мовлення [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/rinok/article/202843/2022-09-15-olga-gerasymyuk-na-zvilneni-terytorii-povertaietsya-ukrainske-movlennya/> (дата звернення 26.11.2022).
9. Україна на шляху до ЄС: зміни в медіазаконодавстві, яких потребує країна [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.nrada.gov.ua/ukrayina-na-shlyahu-yes-zminy-v-mediazakonodavstvi-yakuh-potrebuye-krayina/> (дата звернення 26.11.2022).
10. Віцепрезидентка Єврокомісії Вера Юрова обговорить законопроект «Про медіа» з Олександром Ткаченком [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/202902/2022-09-16-vitseprezydentka-ievrokomisii-viera-yurova-obgovoryt-zakonoproiekt-pro-media-z-oleksandrom-tkachenkom/> (дата звернення 26.11.2022).
11. Одне з «домашніх завдань» від ЄС стосувалося законодавства про медіа – МКІП [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3532355-odne-z-domasnih-zavdanvid-es-stosovalosa-zakonodavstva-pro-media-mkip.html> (дата звернення 26.11.2022).
12. Закон про медіа: в ЄС хочемо, але не чіпайте медійну сферу. – Ігор Розкладай [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/rinok/article/202734/2022-09-12-zakon-pro-media-v-ies-khochemo-ale-ne-chipayte-mediynu-sferu/> (дата звернення 26.11.2022).

13. Боць Т. Шоста вимога. Законопроект «Про медіа» спричинив серйозний скандал, але оцінювати його насправді зарано: опозиція називає документ у поточній редакції русифікаторським, владна команда апелює до європейських директив / Тетяна Боць // Український тиждень. – 2022. – 6 верес. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://tyzhden.ua/Politics/255633> (дата звернення 26.11.2022).
14. В'ятрович: Закон про медіа можуть використати для розмінування культурного кордону з росією [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/202397/2022-08-31-vyatrovych-zakon-pro-media-mozhut-vykorystaty-dlya-rozminuvannya-kulturnogo-kordonu-z-rosiieyu/> (дата звернення 26.11.2022).
15. Калітвенцева Є. Буде принцип «ДАІ»: у НСЖУ розкритикували законопроект «Про медіа» / Єлизавета Калітвенцева [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.unn.com.ua/uk/exclusive/1992545-bude-printsip-dai-u-nszhu-rozkritikuvali-zakonoprojekt-pro-media> (дата звернення 26.11.2022).
16. Здоровило Т. Томіленко про законопроект «Про медіа»: базові зауваження журналістів проігнорували / Тарас Здоровило // Україна молода. – 2022. – 02 верес. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://umoloda.kyiv.ua/number/0/2006/169224/> (дата звернення 26.11.2022).
17. Головенко Р. Законопроект «Про медіа»: набір ризиків і можливостей / Роман Головенко // Дзеркало тижня. Україна. – 2022. – 6 верес. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://zn.ua/ukr/internal/zakonoprojekt-pro-media-nabir-rizikiv-i-mozhливостей.html> (дата звернення 26.11.2022).
18. Остапа С. Олександр Бурмагін: власникам ЗМІ буде значно важче викривляти інформаційне поле після ухвалення закону «Про медіа» / Світлана Остапа [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/rinok/article/202520/2022-09-05-oleksandr-burmagin-vlasnykam-zmi-bude-znachno-vazhche-vykryvlyaty-informatsiyne-pole-pislya-ukhvalennya-zakonu-pro-media/> (дата звернення 26.11.2022).
19. Новий закон про медіа поставить заслін пропаганді рф в Україні – Ткаченко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3533409-novij-zakon-pro-mediapostavit-zaslin-propagandi-rf-v-ukraini-tkacenko.html> (дата звернення 26.11.2022).
20. Закон про медіа відповідає на виклики часу – Ткаченко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3542004-zakon-pro-media-vidprovidae-navikliki-casu-tkacenko.html> (дата звернення 26.11.2022).
21. Зауваження та пропозиції до законопроекту про медіа вивчають разом із фахівцями – Шевченко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-society/3612180-zauvazenna-ta-propozicii-do-zakonoproektu-pro-media-vivcaut-razom-iz-fahivcami-sevcenko.html> (дата звернення 26.11.2022).

22. Остапа С. Від Єврокомісії надійшла оцінка законопроекту про медіа. ДОПОВНЕНО / Світлана Остапа [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/204435/2022-11-02-vid-ievrokomisii-nadiyshla-otsinka-zakonoproiektu-pro-media-dopovнено/> (дата звернення 26.11.2022).
23. Рада очікує висновок Єврокомісії щодо законопроекту про медіа – Кондратюк [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://www.ukrinform.ua/rubric-politics/3582000-rada-ocikue-visnovok-evrokomisii-sodo-zakonoproiektu-pro-media-kondratuk.html> (дата звернення 26.11.2022).
24. Суспільне могло б стати підтримкою телеіндустрії, виступаючи як замовник контенту – Чернотицький [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/community/article/203358/2022-10-03-suspilne-moglo-b-staty-pidtrymkoju-teleindustrii-vystupayuchy-yak-zamovnyk-kontentu-chernotytskyu/> (дата звернення 26.11.2022).
25. Данькова Н. Яку підтримку від держави й донорів хотіли б отримати українські медіа? / Наталія Данькова [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/rinok/article/203383/2022-10-04-yaku-pidtrymku-vid-derzhavy-y-donoriv-khotily-b-otrymaty-ukrainski-media/> (дата звернення 26.11.2022).
26. Ярослав Пахольчук: зберегти індустрію може державна підтримка у півмільярда гривень [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/rinok/article/203304/2022-10-01-yaroslav-pakholchuk-zberegty-industriyu-mozhe-derzhavna-pidtrymka-u-pivmilyarda-gryven/> (дата звернення 26.11.2022).
27. Черкасець О. Ткаченко вважає формат телемарафону адекватним та не бажає повернення до звичайних новин / Олена Черкасець // Україна молода. – 2022. – 5 жовт. [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://umoloda.kyiv.ua/number/0/2006/170043/> (дата звернення 26.11.2022).
28. Марафон «Єдині новини» повинен припинити популяризувати членів колишньої «ОПЗЖ» – заява Незалежної медійної ради [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/203257/2022-09-29-marafon-iedyni-novyny-povynen-pryruhyty-populyaryzuvaty-chleniv-kolyshnoi-opzzh-zayava-nezaleznoi-mediynoi-rady/> (дата звернення 26.11.2022).
29. Муждабаєв А. ВІЙНА СЕНСІВ: «АЗОВСТАЛЬ» vs «МРАЗОТ STYLE». Державні чиновники, схоже, ставлять на друге / Айдер Муждабаєв [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://blogs.pravda.com.ua/authors/muzhdabaev/627f8abc4679c/> (дата звернення 26.11.2022).
30. Довженко О. Це ще марафон чи вже зловживання владою? / Отар Довженко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/202381/2022-08-31-tse-shche-marafon-chy-vzhezlovzhyvannya-vladoyu/> (дата звернення 26.11.2022).
31. Петренко Г. Телебачення як бізнес, але більше не business as usual / Галина Петренко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу:

<https://detector.media/rinok/article/199290/2022-05-17-telebachennya-yakbiznes-ale-bilshe-ne-business-as-usual/> (дата звернення 26.11.2022).

32. Євгеній Кисельов назвав «дурнями» українців, які виступають проти медведчуківського пулу журналістів (ВІДЕО) [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/204807/2022-11-11-ievgeniy-kyselov-nazvav-durnyamy-ukraintsiv-yaki-vystupayut-proty-medvedchukivskogo-pulu-zhurnalistiv-video/> (дата звернення 26.11.2022).

33. Виглядає як шельмування»: Ткаченко прокоментував вимогу відсторонити від телемарафону колишніх проросійських ведучих [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/199308/2022-05-17-vyglyadaie-yakshelmuvannya-tkachenko-prokomentuvav-vymogu-vidstoronyty-vid-telemarafonukolyshnikh-prorosiysskykh-veduchykh/> (дата звернення 26.11.2022).

34. «Перейшли задовго до війни»: «Медіа Група Україна» відповіла на заяву медіаспільноти про ведучих каналів Медведчука у марафоні [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/community/article/199283/2022-05-16-pereyshlyzadovgo-do-viyny-media-grupa-ukraina-vidpovila-na-zayavu-mediaspilnoty-proveduchykh-kanaliv-medvedchuka-u-marafoni/> (дата звернення 26.11.2022).

35. «Дайте їм шанс довести, що Україна понад усе» [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/199671/2022-05-30-podolyakshchodo-uchasti-kolyshnikh-prorosiysskykh-veduchykh-u-marafoni-dayte-im-shansdovestyshcho-ukraina-ponad-use/> (дата звернення 26.11.2022).

36. Довженко О. Погані медіа закриваються. Розмова про майбутнє українських медіа на «Редколегії Офлайн» / Отар Довженко [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/production/article/202568/2022-09-06-pogani-media-zakryvayutsya-rozмова-pro-maybutnie-ukrainskykh-media-na-redkolegii-oflayn/> (дата звернення 26.11.2022).

37. Українська аудиторія після початку великої війни: зміни у медіаспоживанні, сприйняття інформаційного простору, чутливість до спотвореного контенту [Електронний ресурс]. – Текст. дані. – Режим доступу: <https://detector.media/infospace/article/204890/2022-11-16-ukrainska-audytoriya-pislya-pochatku-velykoi-viyny-zminy-u-mediaspozhyvanni-spryunnyattya-informatsiyного-prostoru-chutlyvist-do-spotvorenogo-kontentu/> (дата звернення 26.11.2022).

Матеріал підготувала

Шлепакова Т. Л.

головний бібліограф відділу наукового аналізу та узагальнення інформації

Комп'ютерне опрацювання та редагування **І. Г. Піленко**

Формат 60x84/16. Умовн. друк. арк. 1,16. Б/т. Зам. 58. Безплатно

НБУ імені Ярослава Мудрого, Київ-1, Грушевського, 1. Тел. 278–85–12