

Міністерство освіти і науки України
Національний університет «Києво-Могилянська академія»
Факультет правничих наук
Києво-Могилянська школа врядування імені Андрія Мелешевича

Магістерська робота
освітній ступінь – магістр

на тему: **«Державна медійна політика: розвиток Суспільного мовлення
України, роль регіональних медіа»**

Виконала студентка 2-го року
навчання, спеціальність 281 Публічне
управління та адміністрування

Фреї Марія В'ячеславівна

Керівник: Малиш Н.А.,
доктор наук з державного управління, професор.

Рецензент:
Кочубей Р.В.
кандидат економічних наук,
член правління АТ «НСТУ»

Магістерська робота захищена

З оцінкою _____

Секретар _____

«____» _____ 2023 р.

Київ-2023

Декларація академічної доброчесності

Студентки НаУКМА

Я, *Фреї Марія В'ячеславівна*, студентка 2-го р.н. факультету правничих наук, спеціальності: 281 «Публічне управління та адміністрування»
адреса електронної пошти: maria.friei@ukma.edu.ua

– підтверджую, що написана мною магістерська робота на тему **«Державна медійна політика: розвиток Суспільного мовлення України, роль регіональних медіа»** відповідає вимогам академічної доброчесності та не містить порушень, передбачених пунктами 3.1.1-3.1.6 Положення про академічну доброчесність здобувачів НаУКМА від 07.03.2018 року, зі змістом якого ознайомлена;

– підтверджую, що надана мною електронна версія роботи є остаточною і готовою до перевірки;

– згодна на перевірку моєї роботи на відповідність критеріям академічної доброчесності, у будь-який спосіб, у тому числі порівняння змісту роботи та формування звіту подібності за допомогою електронної системи Unicheck.

– даю згоду на архівування моєї роботи в репозитаріях та базах даних університету для порівняння цієї та майбутніх робіт.

Дата та підпис студента:



АНОТАЦІЯ

Кваліфікаційної роботи

Тема: «Державна медійна політика: розвиток Суспільного мовлення України, роль регіональних медіа»

Автор: Фреї М.В. студентка 2-го р.н. освітнього ступеня – магістр, спеціальності 281 «Публічне управління та адміністрування» освітньо-наукової програми «Суспільна політика і врядування».

Науковий керівник: Малиш Н.А., доктор наук з державного управління, професор.

Захищена: «___» червня 2023 р.

Короткий зміст роботи:

Кваліфікаційна робота є комплексним дослідженням державної політики у сфері медіа в частині регіонального та гіперлокального інформування. Робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та додатків.

У роботі досліджено проблеми та визначено перспективи розвитку регіональних та гіперлокальних медіа, наводить приклади розв'язання цієї проблеми в таких країнах як Швеція, Польща, США. Описується вплив повномасштабного вторгнення на регіональні та гіперлокальні медіа в Україні та підкреслюється зростання ролі регіонального та гіперлокальних медіа в умовах тривалої інформаційної монополії в руках держави, утримання єдиного голосу новин, обмеження доступу до інформації суспільного значення. Окрема частина роботи присвячена становленню та розвитку Суспільного мовлення України. Зазначається важливість дотримання стандартів Ради Європи у сфері медіа для подальшої інтеграції України в ЄС. Наводиться аналітична записка щодо розв'язання фінансових проблем гіперлокальних медіа та подаються практичні поради з її реалізації. Кваліфікаційна робота є комплексним дослідженням державної політики в сфері медіа в частині регіонального та гіперлокального інформування.

ПЕРЕЛІК УМОВНИХ ПОЗНАЧЕНЬ

ВРУ	Верховна Рада України
КМУ	Кабінет Міністрів України
ЗМІ	Засоби масової інформації
ВПО	Внутрішньо переміщені особи
ГО	Громадська організація
ЄС	Європейський Союз
МКІП	Міністерство культури та інформаційної політики
Мінцифри	Міністерство цифрової трансформації України
IPTV	цифрове інтерактивне телебачення в мережах передачі даних за протоколом IP
АТ «НСТУ»	Акціонерне товариство «Національна суспільна телерадіокомпанія України»
ЦСЄ	Центрально Східна Європа
РФ	Російська федерація

ВСТУП	6
РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА	8
1.1. Дослідження категорій: медійна політика, регіональні та гіперлокальні медіа, прикордонні території.....	8
1.2. Законодавча та інституційна бази державної медійної політики	14
1.3. Огляд світового медіа ринку. Регіональні медіа в Швеції, США, Польщі	19
Висновки до розділу 1	26
РОЗДІЛ 2. ВИКЛИКИ РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА В УКРАЇНІ.....	27
2.1. Медійна регіональна політика у контексті Стандартів Ради Європи.....	27
2.2. Створення та розвиток Суспільного мовлення України.....	31
2.3. Роль гіперлокальних медіа в Україні після 24 лютого 2022 року. Медійні виклики прикордонних територій	35
Висновки до розділу 2	41
РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ СУСПІЛЬНОГО МОВЛЕННЯ	42
3.1. Аналітична записка «Як забезпечити фінансову незалежність гіперлокальним медіа».....	42
3.2. Формулювання варіантів політики. Показники. Індикатори	47
3.3. Власні кейси дослідження регіональних (локальних та гіперлокальних) медіа	54
Висновки до розділу 3	59
ВИСНОВКИ.....	60
СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ	65
ДОДАТКИ	72

ВСТУП

Актуальність дослідження.

Трансформації в сфері медіа, що супроводжувалися низкою змін у законодавстві, пандемія COVID-19, стрімкий технологічний розвиток і повномасштабне вторгнення РФ на територію України – стали визначальними для регіональної журналістики в Україні. Радикальне скорочення рекламного ринку поставило медіа на межу виживання, скоротивши всі фінансові надходження. Зростання рівня небезпеки під час виконання професійної журналістської діяльності та відтік кадрів, що був спричинений масовими міграційними процесами поставив медіа перед проблемами, вирішити які власними силами вони неспроможні.

Важливість якісного функціонування медіа полягає в тому, що тільки медіа мають здатність бути медіаторами діалогу різних спільнот. При зменшенні ваги та ролі професійних медіа, суспільство втрачає зв'язок з реальністю та пришвидшує процеси фрагментації на дрібніші групи, що не спроможні взаємодіяти одна з одною. Український медіа ринок, який ніколи не відзначався здоровою конкуренцією, зазнав значних змін за останні роки. Регіональні та гіперлокальні медіа, які не встигли позбутись радянського спадку, опинились перед новими викликами.

Мета і завдання дослідження.

Мета роботи полягає в теоретичному дослідженні методів та інструментів реалізації державної політики у сфері медіа.

Визначення головної мети дослідження зумовило необхідність розв'язання таких *завдань*:

- дослідити інституційно-правову базу щодо реалізації державної політики в сфері медіа;
- розглянути іноземний досвід державної політики у сфері медіа;
- дослідити вплив повномасштабної війни в Україні на регіональні (локальні та гіперлокальні) медіа;
- визначити проблеми, завдання та роль Суспільного мовлення в Україні;

- підготувати Аналітичну записку щодо забезпечення фінансової незалежності гіперлокальним медіа;

- надати практичні рекомендації щодо державної підтримки гіперлокальним медіа в Україні.

Об’єкт дослідження – державна медійна політика.

Предмет дослідження – становлення та розвиток Суспільного мовлення України, роль регіональних медіа.

Методи дослідження. У даній роботі застосовувалися загальнонаукові та спеціальні методи наукового пізнання. Використовувалися такі підходи як: діалектичний підхід для з’ясування сутності, змісту та механізмів розвитку гіперлокальних медіа України; системний метод використовувався для визначення ролі та функцій органів місцевого самоврядування та центральних органів державної влади у сфері медіа; метод порівняльного аналізу був застосований для дослідження зарубіжного досвіду гіперлокального інформування; логічний метод дозволив сформулювати рекомендації, які стосуються конкретних завдань та заходів відносно розвитку гіперлокальних медіа в Україні. В процесі роботи над усіма розділами магістерської дипломної роботи використано метод аналізу, зокрема, при дослідженні питання становлення та розвитку суспільного мовлення, щодо забезпечення фінансової незалежності гіперлокальним медіа, впливу повномасштабного вторгнення на регіональні медіа.

Структура роботи обумовлена її метою та завданнями. Магістерська робота складається зі вступу, трьох розділів, висновків, списку використаних джерел та 7 додатків. Робота містить 3 таблиці та 2 рисунки.

РОЗДІЛ 1. ТЕОРЕТИЧНІ ОСНОВИ ДОСЛІДЖЕННЯ РОЗВИТКУ РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА

1.1. Дослідження категорій: медійна політика, регіональні та гіперлокальні медіа, прикордонні території

Медійна політика включає в себе комплекс заходів, стратегій та правил, які встановлює держава з метою регулювання медіа сфери. До основних інструментів, якими демократичні держави можуть впливати на медіа, зараховують: створення законодавчої бази, регулювання процесів, пов'язаних з ліцензіями на мовлення, створення умов для функціонування та розвитку суспільних або публічних медіа, захист журналістів тощо. Державна медійна політика має бути направлена на дотримання задекларованих в засадничих нормативно-правових актах цілей. Серед найбільш поширених цілей є гарантії незалежної роботи медіа, захисту свободи слова та плюралізму думок, а також - реалізації прав громадян на доступ до інформації. Для досягнення цих цілей держави створюють спеціальні органи, комітети та дорадчі групи на законодавчому та виконавчому рівнях.

Залежно від способу доставки інформації, медіа прийнято розподіляти на: традиційні (телебачення, радіо), друковані (газети, журнали), нові медіа (сайти, месенджери, нелінійні канали). За охопленням медіа можуть бути міжнародні, національні, регіональні (локальні, місцеві) та гіперлокальні. В цій роботі досліджуються проблеми та розвиток регіональних та гіперлокальних медіа.

Регіональні медіа як медіа, що зосереджені на висвітленні новин, подій та інформації конкретного регіону, мають свої особливості, які відрізняють їх від національних та міжнародних медіа. В своїй роботі ми виходимо з розуміння, що регіональні медіа є важливим джерелом інформації для мешканців певного регіону, здатні здійснювати потужний вплив на формування громадської думки, а також спонукати регіон до економічного розвитку, залучаючи інвесторів та промотуючи населений пункт. Традиційне визначення медіа як регіонального, прив'язане до «прописки» медіа – тобто воно розміщене в тому регіоні, про

який медіа розповідає. Однак, з розвитком нових технологій, географічне розташування медіа більше не є визначальним. І.Марушкіна та І.Танчин пропонують вважати маркером приналежності медіа до регіонального чи національного його наповнення.¹ Водночас, на думку М. Житарюка в Україні «навіть регіональні ЗМІ замість висвітлювати й осмислювати місцеві події, не шкодують місця на провокативні, інспіровані ззовні, дискусії та скандали».² Щоб скласти більш детальне уявлення про відмінності регіонального медіа від національного, необхідно звернути увагу на кінцевого споживача: для кого медіа загалом працює. Так, С.Матвієнків в своїй статті підсумовує важливість орієнтації «регіональних медіа на місцевого споживача інформації».³ В якості синонімів до визначення регіональних медіа використовують також опис місцеві або локальні.

У відносно недалекому 2008 році, С.Квіт у підручнику «Масові комунікації» під час опису нових медій, використовує наступне твердження: «усі спроби осмислення та переосмислення ролі т.зв. нових медій у системі масових, чи вже глобальних, комунікацій мають суттєву ваду – вони застарівають швидше, ніж розвивається цей феномен».⁴ У 2023 році ми можемо констатувати, що нові медіа не застарівають, а тільки розвиваються. Однак варто погодитись, що часу на осмислення цих процесів – так само не вистачає. Регіональні медіа в Україні докладають зусиль аби трансформуватись в нові медіа, однак через проблеми з інтернет покриттям та старінням нації, на

¹І.Марушкіна, І.Танчин. Регіональні ЗМІ в епоху нових медіа: Вісник Львівського Університету. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/5422/5431>

² Житарюк Мар'ян Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація) : навч.-метод. посібник. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. – С. 156.

³ С. Матвієнків. Регіональні медіа: дефініція поняття та функціонування в умовах російсько-української війни 2022 року. URL: <http://www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/237/6342/13378-1?inline=1>

⁴ Квіт С.М. Масові комунікації. Київ: [Київ, Видавничий дім «Києво-Могилянська академія»] 2008, 206 с.

регіональному рівні поруч з десятками онлайн медіа все ще наявні традиційні ЗМІ – газети та радіо.

Варто звернути увагу, що у всьому світі регіональна журналістика відзначається з одного боку як надзвичайно інформативна, а з іншого – як така, що може бути недоступна для розуміння не цільовими аудиторіями.⁵

З розвитком технологій інформація з регіонів вже не перебуває в інформаційному вакуумі, як колись. Про те, що сталося в одному із віддалених сіл, можна дізнатись за кілька хвилин в національних медіа. Це створює простір для маніпуляцій та гри на емоціях, адже в фокусі національних медіа зазвичай перебувають події, що мають негативні конотації. Підхід столиці до регіонів та їхніх проблем як до «менших братів», яких треба повчати та витягувати з різних халеп – яскраво втілюється і у взаємодії національних та регіональних медій. Тільки з появою в українському просторі понять «новинні пустелі», яке прийшло до нас із США і означає території, які функціонують з обмеженим або загалом лишились без доступу до надійних та вичерпних новин, що живлять демократію на місцевому рівні⁶, деякі організації почали розробляти спеціальні програми для підтримки та розвитку регіональних медіа. Організації, що номінально опікуються станом журналістики в регіонах, на жаль, своїх підходів виконання роботи не змінили.

Найбільшою проблемою регіональних медіа залишається фінансова залежність від місцевих чиновників та бізнесу. Регулярні медіамоніторинги свідчать про повернення джинси у регіональні видання, які в 2022 році через повномасштабне вторгнення значно скоротились. Так, вже в січні 2023 за даними Інституту демократії ім. Пилипа Орлика кількість матеріалів, що мають

⁵ R. K. Nielsen. Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media. URL: https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=4BGMDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP2&dq=local+media+&ots=Gcd1PguiwM&sig=oYzlxOE2g3a-3WHYozdszh7Nav0&redir_esc=y#v=onepage&q=local%20media&f=false

⁶ M. Sullivan. The Washington Post. Every week, two more newspapers close — and ‘news deserts’ grow larger. URL: <https://www.washingtonpost.com/media/2022/06/29/news-deserts-newspapers-democracy/>

ознаки джинси, офіціозу та немаркованої реклами становили близько 25% всіх матеріалів видань, що потрапили під моніторинг.⁷

Геополітичні та економічні зміни, поширення інтернету та впровадження нових технологій стали причиною виникнення та розвитку гіперлокальних медіа в першу чергу на інтернет платформах.⁸ Гіперлокальні медіа або «надмісцеві»⁹ мовники характеризуються чітким фокусом на подіях та проблемах громади, селища чи району. Визначальним для цих типів медіа є взаємодія з мешканцями громади, які стають співавторами контенту, долучаючись до обговорень та взаємодії. Принциповим, на думку Вербового Р.М. є також той критерій, що «автором контенту має бути особа, яка безпосередньо мешкає на території громади чи спільноти й щонайкраще розуміє проблеми аудиторії, є учасником або свідком описуваних подій»¹⁰.

Регіональні медіа прикордонних територій зіштовхуються з додатковими складнощами. Державна стратегія регіонального розвитку 2021-2027¹¹ окрім визначення прикордонні території, визначає термін прикордонні території у несприятливих умовах – територіальні громади, розташовані біля кордону з державами, відносини з якими передбачають додатковий рівень безпеки державного кордону, обмеження руху товарів та людей, що стримує розвиток місцевої економіки та залучення інвестицій.

Особливості прикордонних територій досліджуються давно. Так, Д.Купрієнко відзначає, що «прикордоння – це просторово-соціокультурний

⁷ Інститут Демократії ім.Пилипа Орлика. Політики, нардепи та «золота» мазь - як джинсували регіональні медіа у січні? URL: <https://idpo.org.ua/reports/5065-politiki-nardepi-ta-zolota-maz-yak-dzhinsuvali-regionalni-media-u-sichni.html>

⁸ Нестеряк Ю. М. Гіперлокальні медіа: перспективи для України / Ю. М. Нестеряк // Наукові записки Інституту журналістики. - 2014. - С. 130-134.

⁹ Пояснюємо, що таке гіперлокальні медіа й чим вони відрізняються від інших. URL: <https://www.thelede.media/management/2020/02/25/1086/>

¹⁰ Вербовий Р.М. Гіперлокальні медіа як різновид ЗМІ: визначення поняття, функції, видова характеристика. Гуманітарні науки, 2015 р., № 2 (41)

¹¹ Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки. КМУ Постанова від 5 серпня 2020 року №695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text>

феномен, який є певним локалізованим регіоном із соціальною, культурною, економічною, політичною та іншою специфікою».¹² На прикордонних територіях зустрічаються різні культури та досвіди, у випадку, якщо кордон відмежовує від ворога, зростає відчуття небезпеки та потреби в мілітаризації регіону. Мешканці цих територій часто відчують свою власну ідентичність, що не обмежується ідентичністю однієї із межуючих країн.

Після 2015 року в Україні територія прикордонних територій у несприятливих умовах збільшилась. У 2019 р. вони займали 9,6% території України, на них проживало близько 41 тис. осіб, що становило майже 10% населення України.¹³ У 2022 році – через повномасштабний напад РФ прикордоння ще більше розрослося.

Для медіа прикордонних територій викликом є вибір мови, яку необхідно використовувати в якості медіума в суспільстві. Так, в Закарпатській області є низка видань, які використовують в якості основної мови інформування – мову місцевої національної меншини: угорську, словацьку, німецьку та інші. Нікого не здивує той факт, що медіа прикордонних з РФ територій, використовували для щоденної комунікації з місцевим населенням власне російську мову, яка все ще має унікальний статус в Конституції України. Використання мов національних меншин в Україні в сфері медіа регулюється Законом України «Про забезпечення функціонування української мови як державної»¹⁴ та ліцензіями на мовлення, які видає Національна рада з питань телебачення та радіомовлення. Система надає можливості регіональним мовниками

¹² Купрієнко Д. А. Державна територія і державний кордон : навчальний посібник / Д. А. Купрієнко, Ю. А. Дем'янюк, О. В. Діденко. – Хмельницький : Видавництво НАДПСУ, 2014. – 256 с <https://core.ac.uk/download/pdf/32308101.pdf> – С.64

¹³ Беновська Л.Я. Прикордонні території у несприятливих суспільно-економічних умовах: ідентифікація та проблеми розвитку. URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20202\(142\)/sep20202\(142\)_025_BenovskaL.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20202(142)/sep20202(142)_025_BenovskaL.pdf)

¹⁴ Закон України Про забезпечення функціонування української мови як державної. Відомості Верховної Ради, 2019, №21, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text>

використовувати від 25% до 40% ефіру мовою національної меншини.¹⁵ Відтак абсолютно легально в українському медіа просторі існує контент російською мовою, який в тому числі сприяє швидкому поширенню дезінформації.

Дослідження «Стійкість до дезінформації в центральній та східній Європі»¹⁶ фіксує, що національні меншини та люди похилого віку є найбільш сприйнятливі до Кремлівської пропаганди. Це населення відчуває ностальгію до радянського минулого, послуговується в побуті російською мовою і є переважно недосвідченими користувачами сучасних технологічних засобів, які допомагають протистояти дезінформації. Національні меншини вважаються легкою мішенню для підтримуваних РФ дезінформаційних атак, і ця категорія виходить далеко за межі етнічних росіян в регіоні. За відсутності системних дій щодо популяризації мов меншин у деяких країнах центральної та східної Європи, національні меншини продовжили використовувати російську мову як допоміжну і перетворились на найбільших споживачів закордонних російських ЗМІ.

Зазвичай, для всіх російськомовних країн РФ виготовляє однакову пропаганду, тобто мова матеріалів – є важливішою, ніж географічна дистрибуція. Практично в усіх країнах ЦСЄ відсутні якісні системні відповіді цій пропаганді. Національні інститути та нормативні акти з інформаційної безпеки - слабкі, нормативне середовище – застаріле, а вимоги щодо дотримання прав національних меншин та заборона використання мови ворожнечі не враховують того факту, що національна меншина – перетворилась на солдата зі зброєю в руках, який нищить твій дім і гвалтує твою сім'ю. Щоб охопити свою аудиторію в європейських країнах, Росія використовує лазівки в Регламентах та Директивах ЄС, що захищають плюралізм та свободу слова. Відтак відповідальність за непоширення дезінформації мовою національної меншини падає на плечі громадянського суспільства, програм з розвитку

¹⁵ Методологічні роз'яснення. Моніторинг ефіру телерадіокомпаній щодо встановлених законом квот. URL: https://www.nrada.gov.ua/wp-content/uploads/2019/02/metod_1.4.pdf

¹⁶ Disinformation resilience in central and eastern Europe. URL: http://prismua.org/wp-content/uploads/2018/06/DRI_CEE_2018.pdf

критичного мислення та, власне, на самі медіа.¹⁷ У 2022 році ЄС почала нову роботу в напрямку протидії російській пропаганді і розробила низку пропозицій, про які буде зазначено далі.

1.2. Законодавча та інституційна бази державної медійної політики

В складі ВРУ дев'ятого скликання серед 23 комітетів є декілька, які безпосередньо опікуються медійними питаннями: комітет з питань гуманітарної та інформаційної політики, комітет з питань свободи слова, комітет з питань цифрової трансформації, комітет з питань прав людини, деокупації та реінтеграції тимчасово окупованих територій України, національних меншин і міжнаціональних відносин¹⁸. Кожен комітет відповідає за певну частину державної медійної політики, відтак їхня взаємодія є вкрай важливою для прийняття виважених політичних рішень.

В системі виконавчих органів влади за медійну сферу відповідають Міністерство культури та інформаційної політики, якому в свою чергу підпорядкований Державний комітет телебачення та радіомовлення України; Міністерство цифрової трансформації України з підпорядкованою державною службою спеціального зв'язку та захисту інформації. Крім цього вплив на медійну сферу безпосередньо або опосередковано можуть здійснювати Рада національної безпеки і оборони України, Державна служба України з етнополітики та свободи совісті, Державне агентство з питань кіно¹⁹.

В Україні також існує орган зі спеціальним статусом - Національна рада з питань телебачення та радіомовлення - «незалежний постійно діючий колегіальний державний орган, що діє на підставі Конституції України, Закону «Про медіа» та інших законів України і здійснює державне регулювання, нагляд

¹⁷ Disinformation resilience in central and eastern Europe. URL: http://prismua.org/wp-content/uploads/2018/06/DRI_CEE_2018.pdf

¹⁸ Постанова ВРУ Про перелік, кількісний склад і предмети івидання комітетів ВРУ дев'ятого скликання. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/19-20#Text>

¹⁹ КМУ. URL: <https://www.kmu.gov.ua/catalog>

та контроль у сфері медіа»²⁰. Національна рада має повноваження застосовувати санкції до порушників за невиконання ліцензійних умов та недотримання законодавства щодо частки національного продукту, невиконання телерадіоорганізаціями законодавства у мовних питаннях тощо.

Державна медійна політика та журналістська діяльність в Україні ґрунтується на низці законів та нормативно-правових актів, зокрема:

- Конституція України: забороняє цензуру, гарантує ряд прав, пов'язаних з приватністю, таємницею листування, свободою вираження поглядів, доступу до екологічної інформації, засади утворення ЗМІ, повноважень ВРУ та Президенту України в сфері телерадіокомунікацій, обмеження прав і свобод в умовах воєнного і надзвичайного стану тощо ²¹;
- Цивільний кодекс України: надає право на використання псевдонімів, спростування недостовірної інформації, забороняє поширення інформації, що порушує немайнові права, захищає право на повагу до гідності, честі та ділової репутації, на особисте життя та його таємницю, захист інтересів фізичної особи, яка зображена на фото та відео, право інтелектуальної власності, право на таємницю кореспонденції та інше²²;
- Кримінальний кодекс України: в контексті журналістської діяльності визначає умови захисту журналістів, у випадку вчинення ними злочинів, а також перелік статей, за які журналіст може понести покарання. Забороняє поширення матеріалів із закликами до посягання на територіальну цілісність і недоторканність України, порушення рівноправності громадян залежно від їх расової, національної належності, релігійних переконань, інвалідності та за іншими ознаками (мова ворожнечі), перешкоджання законній професійній діяльності журналістів, порушення авторського права і суміжних прав, погрози життю та майну журналіста, побиття чи інше насильства щодо журналіста та близьких родичів, виготовлення, поширення

²⁰ Закон України Про медіа. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>

²¹ Конституція України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>

²² Цивільний кодекс України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>

комуністичної, нацистської символіки та пропаганда комуністичного та націонал-соціалістичного. Визначає відповідальність за публічні заклики до вчинення терористичних актів з використанням ЗМІ, завідомо неправдиве повідомлення про загрозу безпеці громадян, знищення чи пошкодження об'єктів власності, ввезення, виготовлення або розповсюдження творів, що пропагують культ насильства і жорстокості, расову, національну чи релігійну нетерпимість та дискримінацію та інше²³;

- Кодекс України про адміністративні правопорушення: визначає види і порядок притягнення до адміністративних правопорушень, зокрема у сфері інформації та масових комунікацій²⁴;

- Виборчий Кодекс України: визначає правила та умови роботи журналістів під час виборів²⁵;

- Закони України: «Про інформацію», «Про доступ до публічної інформації», «Про відкритість використання публічних коштів», «Про захист персональних даних», «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України», «Про рекламу», «Про захист суспільної моралі», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про авторське право і суміжні права», «Про забезпечення функціонування української мови як державної», «Про доступ до архівів репресивних органів комуністичного тоталітарного режиму 1917-1991 років», «Про засудження комуністичного та націонал-соціалістичного (нацистського) тоталітарних режимів в Україні та заборону пропаганди їхньої символіки», «Про медіа».

- Постанови та розпорядження КМУ: «Про утворення та ліквідацію районів», «Про схвалення Концепції розвитку електронної демократії в

²³ Кримінальний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text>

²⁴ Кодекс України про адміністративні правопорушення. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10#n309>

²⁵ Виборчий Кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/396-20#Text>

Україні та плану заходів щодо її реалізації», 24 розпорядження КМУ щодо визначення адміністративних центрів та затвердження територій громад областей та інші нормативно-правові акти, декларація партнерства участі в ініціативі «Відкритий уряд».

У 2015 році було схвалено Закон України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації».²⁶ Впродовж 2016-2018 років державні та комунальні видання проходили процес «роздержавлення» і мали перетворитись на самостійні ЗМІ для упередження подальшого впливу органів влади та місцевого самоврядування на редакційну політику газет. Однак, за результатами польових досліджень та зустрічей з працівниками роздержавлених газет на місцях, повноцінно реалізувати ідею редакційної незалежності новостворених видань не вдалось.²⁷

19 січня 2017 року було зареєстровано АТ «Національна суспільна телерадіокомпанія України» – з цього моменту було розпочато роботи з перетворення колишніх державних телерадіокомпаній на мережу мовників Суспільного. Суспільне складається з більше 20-ти телеканалів національного та регіонального покриття, трьох національних радіостанцій та десятків діджитал платформ, які працюють у відповідності до Закону України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України».²⁸ Створення та розвиток Суспільного мовлення України спонукає українську журналістську спільноту повертатись до стандартів та дотримання етичних норм в повсякденній роботі.

У 2020 році в Україні створено 1469 територіальних громад в межах 136 районів.²⁹ Інформаційні потреби на регіональному рівні забезпечують: 74 телевізійних мовники та 38 радійних мовників. В рамках розбудови мовлення

²⁶ Закон України Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/917-19#Text>

²⁷ Фрей М. (2021). Польові дослідження українських регіонів. Рубрика – медіа корисних рішень для кожного. 16.12.2021. URL: <https://rubryka.com/blog/field-research-ukrainian-regions/>

²⁸ Закон України Про Суспільне телебачення і радіомовлення України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18#Text>

²⁹ Постанова №3650 «Про утворення та ліквідацію районів». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/807-20#Text>

громад за 2018 рік – 20 переможців отримали ліцензію на радійне мовлення в рамках проекту «Мовлення громад», 2019 рік – 52 переможців, інформації щодо переможців конкурсів у 2020 році – немає.³⁰ Станом на зараз проблема відсутності гіперлокального інформування охоплює більше тисячі територіальних громад по всій території України, які знаходяться поза межами обласних центрів.

24 лютого 2022 року Верховна Рада України прийняла Закон України «Про затвердження Указу Президента України «Про введення воєнного стану в Україні».³¹ Воєнний стан надає додаткові повноваження владі у сфері регулювання телерадіоорганізацій, видавництв та ЗМІ для військових потреб і проведення роз'яснювальної роботи серед військ і населення на всіх рівнях. Цей закон безпосередньо впливає на журналістську діяльність, а власне повномасштабне вторгнення РФ спонукає журналістів до самоцензури воєнного часу.

13 грудня 2022 року Верховна Рада України прийняла Закон України «Про медіа». У своїх висновках експертки Eve Salomon та Tanja Kerševan загалом схвально ставляться до документу і відзначають його кращим, за відповідний закон «Про ЗМІ». Новий закон «Про медіа» відповідає стандартам Ради Європи та відповідним директивам. Водночас визначено і ряд рекомендацій, які стосуються мови ворожнечі, практики реєстрації інтернет медіа, спільного регулювання, деяких розділів щодо Національної Ради з питань телебачення та радіомовлення (наприклад, щодо конфлікту інтересів або дотримання гендерного балансу та захисту свободи слова в умовах воєнної агресії).³²

³⁰ Державний реєстр суб'єктів інформаційної діяльності. URL: <https://www.nrada.gov.ua/derzhavnyj-reyestr-sub-yektiv-informatsijnoyi-diyalnosti-u-sferi-telebachennya-radiomovlennya/>

³¹ Закон України Про затвердження Указу Президента України «Про введення воєнного стану в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2102-20>

³² Eve Salomon and Tanja Kerševan. The Law “On Media” of Ukraine. URL: <https://rm.coe.int/dgi-2023-03-ukraine-tp-law-on-media-2751-9297-4855-1-2753-6081-2551-1/1680aa72df>

1.3. Огляд світового медіа ринку. Регіональні медіа в Швеції, США, Польщі

Швеція

У рейтингу свободи преси Швеція з 2015 року тримається в топ-5 країн з гарною ситуацією³³. (Додаток А). Медіа Швеції мають довгу традицію, яка починається з Закону про свободу преси 1766 року.³⁴ До середини 1980-х років шведське телебачення і радіо були державною монополією, яка повільно була розірвана, незважаючи на опір, із закликом заборонити приватну власність на приймачі супутникових антен.³⁵ До 2019 року державні ЗМІ фінансувалися за рахунок спеціального збору, який стягувався з власників теле- та радіоприймачів. Повідомлення про право власності було добровільним, але продавці телевізорів були зобов'язані звітувати про купівлю уряду, і уряд також мав спеціальну службу агентів з обладнанням, здатним виявляти випромінювання від телевізійних приймачів, які патрулювали житлові райони, щоб зловити незареєстровані приймачі.

Ринок друкованих медіа до появи онлайн видань характеризувався різноманіттям: важливими джерелами інформації були ранкові місцеві газети³⁶. Найбільш тиражованою шведською газетою є вечірня газета Aftonbladet³⁷, яка

³³ Reporters without borders. Index. URL: <https://rsf.org/en/index>

³⁴ Freedom of the Press Act of 1766. URL: <https://www.britannica.com/topic/Freedom-of-the-Press-Act-of-1766>

³⁵ A History of Swedish Broadcasting: Communicative Ethos, Genres and Institutional Change. URL: <http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1534761/FULLTEXT01.pdf>

³⁶ Media landscapes. Expert analyses of the state of media. Sweden. URL: <https://medialandscapes.org/country/sweden>

³⁷ Räckviddsutveckling ORVESTO Konsument 2005-2014. URL: https://www.kantarsifo.se/sites/default/files/reports/documents/rackviddsutveckling_2005_2-2014_1.pdf

контролюється норвезьким медіа-конгломератом і Конфедерацією профспілок Швеції. Загалом профспілки мають потужні членські журнали з широкою аудиторією: Союз орендарів, Національна організація пенсіонерів, Профспілка муніципальних робітників. З розвитком Інтернету багато журналів припинили виходити, щотижневі газети також занепали. Нішу локальних новин почали швидко заповнювати Суспільне Телебачення та Радіомовлення Швеції.

Суспільні мовники Шведське телебачення (SVT) і Шведське радіо (SR) відіграють важливу роль у шведському медіа просторі. Їх впливовість пов'язана з універсальною контентною пропозицією та широким охопленням населення.³⁸ Лідером національного радіо є суспільний радіомовник Sveriger Radio, який має 4 національних радіоканали: P1, P2, P3 та P4, що об'єднує мережу з 25-ти локальних радіостанцій. Для приватного радіо існує два види ліцензій: радіо громади і локальне комерційне радіо. До запуску комерційних телеканалів, суспільне телебачення було монополістом на ринку. Суспільне телебачення має три основних телеканали: SVT1, SVT2, Barnkanalen. Найбільший комерційний телеканал TV4 конкурує з супутниковими каналами TV3, Kanal 5, Sjuan, TV6 і TV8. З комерційних каналів лише TV4 і TV6 є безкоштовними, які разом із суспільними каналами доступні безкоштовно в наземній мережі.³⁹ Перші діджитальні версії газет у Швеції почали з'являтися у 1990-тих. Зараз близько 95% населення мають доступ до інтернету через персональні комп'ютери, телефони та планшети і споживають інформацію саме з інтернет платформ.⁴⁰

Проблема гіперлокального інформування вирішується за рахунок Суспільного мовника Швеції. Суспільне телебачення та радіо Швеції одним із своїх пріоритетних напрямків визначило налагодження міцних зв'язків з

³⁸ Reuters Institute for the study of journalism. 2021 Digital news report. Sweden. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/sweden>

³⁹ Media landscapes. Expert analyses of the state of media. Sweden. URL: <https://medialandscapes.org/country/sweden/media/television>

⁴⁰ Media landscapes. Expert analyses of the state of media. Sweden. URL: <https://medialandscapes.org/country/sweden/media/social-networks>

громадами і розпочало роботу з широкого висвітлення місцевих новин на своїх платформах.⁴¹ Особливе значення локальні та гіперлокальні медіа мали під час криз, зокрема пандемії COVID 19.⁴²

Сполучені Штати Америки

У рейтингу свободи преси США з 2015 року тримається між 40 та 50 позиціями, що означає, що ситуація зі ЗМІ в цій країні має помітні проблеми.⁴³ (Додаток Б). Перша поправка до Конституції США гарантує свободу преси та слова⁴⁴, однак не гарантує незалежності медіа. Преса в США утримується або політичними партіями або рекламодавцями, що безпосередньо впливає на контент⁴⁵. Ринкові механізми тривалий час утримували ЗМІ в рівновазі. Газети, телерадіокомпанії та журнали інвестували значні кошти в редакції, а професія журналіста зростала в кількості, автономності та впливовості. Однак нові технології, політичні та економічні впливи, порушили стабільність цієї системи. Газети, мережі мовлення та журнали, які були визначальними інституціями для журналістики, зіткнулися з економічною кризою та критично скоротили свої редакції. Збільшився політичний паралелізм, почали розмиватися межі журналістської професії, постійно змінюється суспільне ставлення до медіа.⁴⁶

Особливістю медійної політики в США є потужна правова традиція і велика роль вільного ринку, відтак суспільне мовлення США не має такої підтримки та захисту, як мовники в європейських країнах. Суспільне мовлення в США складається з двох національних мереж: телевізійної мережі PBS (Public

⁴¹ SVT. URL: <https://omoss.svt.se/about-svt.html>

⁴² Garz M., Zhuang M. Media Coverage and Pandemic Behaviour: Evidence from Sweden. Stockholm Institute of Transition Economics. URL: <https://swopec.hhs.se/hasite/papers/hasite0061.1.pdf>

⁴³ Reporters without borders. Index. URL: <https://rsf.org/en/index>

⁴⁴ The White House. The constitution. URL: <https://www.whitehouse.gov/about-the-white-house/our-government/the-constitution/>

⁴⁵ Sullivan M. Ghosting the News: Local Journalism and the Crisis of American Democracy. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/10776990211042591>

⁴⁶ Media landscapes. Expert analyses of the state of media. USA. URL: <https://medialandscapes.org/country/united-states>

Broadcasting System) і мережі NPR (National Public Radio). Телевізійна мережа PBS представлена 350 телевізійними мовниками, багато з яких належать навчальним закладам, некомерційним групам, незалежним або пов'язаним з одним конкретним місцевим державним шкільним округом чи колегіальним навчальним закладом. Радійна мережа NPR має більше 900 станцій по всій країні. Суспільне США має змішану систему фінансування: федеральні інвестиції через гранти, пожертвування членів, спонсорства компаній і некомерційних організацій. Приватний медіа сектор насичений гігантами, відомими по всьому світу: Fox Corporation (Fox News, Fox Business, 27 local channels), News Corporation (The Wall street journal, New York Post), Warner Bros.Discovery (CNN, HBO, Cinemax, Warner Bris Picture), Paramount Global (MTV, Nickelodeon, Comedy, Paramount Picture), The Walt Disney Company (ABC Television Network, 227 radio stations, Disney Channel, National Geographic channel, Walt Disney, Pixar Animation). Телебачення в США є надзвичайно популярним джерелом інформації та розваг.⁴⁷

Новинні пустелі

Школа журналістики та медіа UNC Hussman документує та аналізує втрату місцевих новин і її наслідки для демократії в США. Різке зменшення кількості місцевих газет, яке виникло в результаті зміни технологій та глобалізації ринків, призвело до виникнення «новинних пустель» всередині країни.⁴⁸ (Додаток В).

За останні кілька років у місцевих медіа спостерігалися позитивні тенденції, включаючи збільшення різноманітності всередині, на рівні планування та створення розумної спільної інфраструктури. Однак сам

⁴⁷ United states media guide. BBC. URL: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-16757497>

⁴⁸ Hussman school of journalism and media. The expanding news desert. URL: <https://www.usnewsdeserts.com/>

журналістський бізнес не став проривним чи більш ціннісно орієнтованим – ним керують всі ті ж закони ринку.⁴⁹

На разі проблема гіперлокального інформування вирішується дослідниками, які розробляють програми для тих, хто хоче заснувати місцеве медіа.

Польща

Запровадження свободи преси в Польщі розпочалось після падіння комунізму, коли Польща здійснила соціально-політичні та економічні перетворення посткомуністичної країни. Завдяки приватизації сектору преси, перетворенню державного радіо і телебачення на суспільне мовлення, припливу іноземного капіталу на медіаринок та європейській інтеграція аудіовізуального медіа продукту - розвивався і національний суспільний мовник.

Однак вже у 2016 році Сейм Польщі прийняв у другому читанні і в цілому зміни до закону про теле- і радіомовлення авторства правлячої консервативної партії «Право і справедливість».⁵⁰ Поправки до закону передбачали передчасне закінчення терміну повноважень членів правління та наглядових рад «Польського суспільного телебачення» (TVP) та «Польського радіо» (Polskie Radio). Також, згідно зі змінами до закону, членів правління та наглядових рад почав затверджувати уряд. Таким чином, закон скасував можливість проведення конкурсів на ці посади, і національне суспільне мовлення перейшло під контроль держави. З того часу в рейтингу свободи преси Польща впав з 18 позиції на 66.⁵¹ (Додаток Г). Сьогодні медіа ландшафт

⁴⁹ Knight Foundation. Knight Media Forum 2023. URL: https://knightfoundation.org/events/knight-media-forum/knight-media-forum-2023/?gclid=Cj0KCQjwt_qgBhDFARIsABcDjOfvpVquyOsoDjW4DpvVLLaiMwyTrPmmkKUGDBw72A7tMbgMApf3PisaAr9YEALw_wcB

⁵⁰ Президент Польщі підписав закон, що посилює контроль влади за громадськими ЗМІ. ДМ. Media sapiens. URL: <https://ms.detector.media/media-i-vlada/post/15554/2016-01-08-prezydent-polshchi-pidpysav-zakon-shcho-posylyuie-kontrol-vlady-za-gromadskymy-zmi/>

⁵¹ Reporters without borders. Index. URL: <https://rsf.org/en/index>

країни – сильно поляризований через політичні та ідеологічні розбіжності.⁵² Розкол стосується як суперечливих рішень і політики правлячої партії, так і відмінного ставлення до таких питань, як рівні права для ЛГБТ, біженців, ЄС.

У Польщі майже відсутня традиція редакційно незалежних суспільних медіа: громадські та радіотелевізійні мовники, як правило, надають перевагу тим, хто має владу. Регіональні ЗМІ належать і розповсюджуються державною компанією, що викликає занепокоєння щодо редакційної незалежності журналістів на місцях. Заангажованість у польській системі ЗМІ йде поруч з упередженістю серед самих журналістів. Ці упередження відображаються у двох основних журналістських організаціях, які мають різну орієнтацію: Асоціації польських журналістів, яка симпатизує правлячому уряду, та Асоціації журналістів, яка виступає проти уряду.⁵³

Польські друковані ЗМІ та радіо є переважно приватними та диверсифікованими з точки зору власності: іноземні власники контролюють близько трьох чвертей польського медіаринку. Щоб протистояти іноземній власності на польські медіа, у 2021 році уряд подав законопроект, який забороняє громадянам і компаніям, які не входять до Європейського Союзу, володіти контрольним пакетом акцій польських ЗМІ. 11 серпня 2021 року Сейм ухвалив законопроект, який забороняє компаніям, окрім тих, що входять до Європейської економічної зони, володіти понад 49% акцій польських радіо- та телевізійних станцій.⁵⁴ Це був ще один крок в напрямку обмежень в медіа сфері.

Державне телебачення в Польщі посідає друге та четверте місце згідно даних вимірювань панелі Нільсен. В радіо просторі – вибір незалежних

⁵² Reuters Institute for the study of journalism. 2021 Digital news report. Poland. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/poland>

⁵³ Pluralism under attack: the assault on press freedom in Poland. URL: <https://web.archive.org/web/20190213022413/https://freedomhouse.org/report/special-reports/assault-press-freedom-poland>

⁵⁴ Сейм Польщі ухвалив закон про телерадіомовлення, який викликав протести медійників. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/article/191039/2021-08-12-seym-polshchi-ukhvalyv-zakon-pro-teleradiomovlennya-yakyy-vyklykav-protesty-mediynykiv/>

мовників більший, але переважають мовники з іноземним капіталом – приблизно 51% частки ринку. Серед загальнонаціональних інформаційних онлайн порталів найбільш популярними є сервіси з іноземним фінансуванням, в топ регіональних порталах знаходяться інформаційні ресурси з німецьким капіталом. Друкована преса здебільшого розвивається за рахунок польського фінансування.⁵⁵

Чотири компанії домінують у польському телебаченні: TVP, Polsat, TVN Discovery Group, Canal+ Group.

Радіомовлення Польщі характеризується розвиненою мережею локальних радіостанцій, на національному рівні – переважають приватні музичні радіостанції. Державне радіомовлення також має мережу своїх каналів.

Друкована преса найбільш політизована і чітко представляє протилежні позиції. Топ три друкованих щоденних видання Gazeta Wyborcza, Rzeczpospolita, Dziennik Gazeta Prawna представляють відповідно ліві, праві та центристські політичні партії.

Гіперлокальне мовлення в Польщі намагається стати частиною ландшафту сучасних онлайн-медіа, щоправда, воно все ще перебуває на початковій стадії свого розвитку і їх остаточний їх вигляд залежить як від змін на медіаринку, так і від технічного прогресу та політичного середовища, але їх нинішня популярність підтверджує необхідність такого типу інформування громад.⁵⁶

⁵⁵ Kto jest właścicielem najpopularniejszych mediów w Polsce. URL: <https://www.ikalkulator.pl/blog/kto-jest-wlascicielem-najpopularniejszych-mediow-w-polsce/>

⁵⁶ Wasilewski K. Media hiperlokalne i regionalizm. URL: https://www.academia.edu/67027559/MEDIA_HIPERLOKALNE_I_REGIONALIZM_2_0

Висновки до розділу 1

Досліджено, що регіональні медіа мають свої особливості, які відрізняють їх від національних та міжнародних. Визначено, що медіа здатні здійснювати вплив на формування громадської думки, гуртувати навколо себе однодумців та спонукати до співпраці для вирішення проблем.

Проаналізовано праці українських та закордонних науковців, які вивчають стан і проблеми медіа та наголошують на важливості спрямування регіональних медіа на місцевого споживача інформації. Висвітлено питання щодо впливу технологічного прогресу на медіа ринок, що створює простір для маніпуляцій та фрагментації суспільства. Закцентовано увагу на появі в українському просторі терміну «новинні пустелі», які відображають стан локального інформування в США. Зазначено, що найбільшою проблемою регіональних медіа є фінансова залежність від місцевих чиновників та бізнесменів.

Розглянуто виклики, з якими зіштовхуються регіональні медіа прикордонних територій, а також прикордонні території у несприятливих умовах. Наголошено, що розміри території прикордонних територій у несприятливих умовах збільшились через російсько-українську війну. Наведено приклади проблем медіа прикордонних територій, а також проблем розповсюдження російської пропаганди на території східної Європи, що сприяє поширенню дезінформації. Досліджено інституційну та законодавчу базу державної медійної політики в Україні. Проаналізовано закордонний досвід розвитку світового медіа ринку на прикладах регіональних медіа Швеції, США, Польщі. Зазначено, що в умовах технологічного прогресу, медіа всіх визначених країн змінили дистрибуційні практики для донесення інформації до аудиторій.

РОЗДІЛ 2. ВИКЛИКИ РЕГІОНАЛЬНИХ МЕДІА В УКРАЇНІ

2.1. Медійна регіональна політика у контексті Стандартів Ради Європи

Засоби масової інформації є найважливішими інструментами свободи слова в публічній сфері. Медіа надають людям можливість шукати та отримувати інформацію, забезпечують простір для суспільних дискусій та розвивають політичний діалог. Старі та нові медіа формують громадську думку, висвітлюють проблеми та цінності, навчають, розважають та надають можливості для розвитку культури. Свобода медіа нерозривно пов'язана зі становленням та розвитком демократичних процесів. Медіа надають можливість громадянам робити свій внесок та брати участь у розробці і прийнятті рішень.

Для країн, що прагнуть інтеграції з ЄС, надзвичайно важливим є не тільки наближення національного законодавства до європейських практик, а й «системне розуміння еволюційних перетворень у медійній сфері європейської спільноти».⁵⁷

Враховуючи цінність незалежних медіа до питання їх функціонування підходять обґрунтовано та зважено, і будь-яке регулювання розробляють з урахуванням вимог, передбачених у статті 10 Європейської Конвенції з прав людини, а саме - свобода вираження поглядів:

«1. Кожен має право на свободу вираження поглядів. Це право включає свободу дотримуватися своїх поглядів, одержувати і передавати інформацію та ідеї без втручання органів державної влади і незалежно від кордонів. Ця стаття не перешкоджає державам вимагати ліцензування діяльності радіомовних, телевізійних або кінематографічних підприємств.

⁵⁷ Чужиков А.В. , Чужиков В.І. Реалізація медійної політики ЄС: економіко-правові механізми та інструменти. Економічна наука. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/12_2019/8.pdf

2. Здійснення цих свобод, оскільки воно пов'язане з обов'язками і відповідальністю, може підлягати таким формальностям, умовам, обмеженням або санкціям, що встановлені законом і є необхідними в демократичному суспільстві в інтересах національної безпеки, територіальної цілісності або громадської безпеки, для запобігання заворушенням чи злочинам, для охорони здоров'я чи моралі, для захисту репутації чи прав інших осіб, для запобігання розголошенню конфіденційної інформації або для підтримання авторитету і безсторонності суду». ⁵⁸

З моменту свого створення Рада Європи розробила та ухвалила більше 200 конвенцій та угод, що спрямовані на захист та реалізацію фундаментальних цінностей – прав людини, демократії і верховенства права.⁵⁹ Зasadничою є Хартія основних прав ЄС, яка фіксує права громадян ЄС в єдиному документі. Стаття 11 Хартії закріплює право на свободу вираження поглядів та доступу до інформації, яке включає в себе свободу дотримуватись своїх поглядів та розповсюджувати інформацію без втручання державних органів та незалежно від державних кордонів, а також повагу до свободи та плюралізм медіа.⁶⁰

Після повномасштабного вторгнення РФ в Україну та з метою захисту плюралізму та незалежності медіа в ЄС в 2022 році Європейська комісія ухвалила пропозиції щодо Європейського акту свободи медіа (European Media Freedom Act — EMFA). В цьому документі зафіксована потреба стабільного фінансування суспільних мовників, прозорості власників медіа та, серед іншого, створення Європейської ради з питань медіапослуг. ⁶¹ EMFA «гарантує, що медіа – державні та приватні – зможуть легше працювати через кордони на внутрішньому ринку ЄС, без надмірного тиску та з урахуванням цифрової

⁵⁸ Європейська конвенція з прав людини. URL: https://www.echr.coe.int/documents/convention_ukr.pdf

⁵⁹ Офіс Ради Європи в Україні. Про Раду Європи. URL: <https://www.coe.int/uk/web/kyiv/the-coe/about-coe>

⁶⁰ Charter of fundamental rights of the european union 2012/C 326/02 URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:12012P/TXT>

⁶¹ Центр демократії та верховенства права. Європейський акт свободи медіа: перспективи та ризики. URL: <https://cedem.org.ua/analytics/yevropeyskyi-akt-svobody-media/>

трансформації медіа-простору»⁶². В теорії цей акт має допомогти навести лад в національному та міжнародному законодавчому полі, вирішити питання обмежень національних регуляторів та непрозорості медіа власників. На практиці - це спроба впорядкувати та уніфікувати регулювання задля запобігання подальшого поширення російської пропаганди в інтересах колективної безпеки в Європі. Реалізовувати ці завдання буде власне Європейська рада з питань медіапослуг, до складу якої увійдуть представники національних регуляторів держав-членів.

В період повномасштабного вторгнення Україна отримала статус кандидата на членство в ЄС ⁶³ і задля подальшої інтеграції має здійснити ряд перетворень, що стосуються і медіа сфери. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони наголошує на підтримці і посиленні незалежності медіа⁶⁴, зокрема, Суспільного мовлення, яке жодного року не отримало гарантованого законом фінансування, що безпосередньо впливає на швидкість крокування України до ЄС.

Серед Рекомендацій Комітету Міністрів в сфері медіа варто відзначити Рекомендацію CM/Rec(2011)7 Комітету міністрів державам-членам про нове поняття медіа⁶⁵ та Рекомендацію CM/Rec(2016)5 Комітету міністрів державам-членам щодо свободи Інтернету⁶⁶. Ці два документи є важливими для

⁶² European Media Freedom Act: Commission proposes rules to protect media pluralism and independence in the EU. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_5504

⁶³ Україна отримала статус кандидата на членство в ЄС. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/ukrayina-otrimala-status-kandidata-na-chlenstvo-v-yes>

⁶⁴ Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text

⁶⁵ Recommendation of the Committee of Ministers to member states on a new notion of media URL: <https://edoc.coe.int/en/media/8019-recommendation-cmrec20117-on-a-new-notion-of-media.html>

⁶⁶ Recommendation CM/Rec(2016)5 of the Committee of Ministers to member States on Internet freedom https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016806415fa

забезпечення плюралізму медіа та встановлення і захисту прав та свобод користувачів Інтернету.

Зміни в медіа системах, спричинені стрімким розвитком інформаційно-комунікаційних технологій, безпрецедентним залученням аудиторій до взаємодії та співтворення контенту, а також миттєвим поширенням великих об'ємів інформації, змушують регуляторів переглянути традиційні ролі дійових осіб. Нові технології відкрили можливості перебирати на себе функції виробництва та розповсюдження контенту кожному власнику гаджета. Чи перетворились через це власники гаджетів в медіа – питання дискусійне. Незважаючи на зміни в інформаційному середовищі, завдання медіа – не змінились. Однак збільшення кількості дійових осіб потребує оновлення регуляторної бази, що зможе гарантувати високий рівень захисту та визначить обов'язки та відповідальність творців та дистрибуторів контенту. Комітет міністрів Ради Європи розробив критерії визначення належності виробників контенту до медіа. В контексті нашого дослідження, цікавими критеріями для визначення гіперлокальних виробників контенту як медіа є наступні:

1. Роль у суспільстві та вплив на демократичні процеси. Контент медіа, на відміну від контенту звичайного власника гаджета, має потенційний вплив на суспільство, незалежно від величини сегменту населення та суб'єктивної цінності цього контенту.
2. Воля дійових осіб та намір діяти як медіа, що супроводжується наявністю редакційного контролю та дотримання професійних стандартів.
3. Членство у професійних медіа організаціях, які пропагують виконання кодексів етики та чітких посадових інструкцій.
4. Сформована та зрозуміла бізнес-модель, що заснована на системі підзвітності.
5. Розвинена система відповідальності, що поширюється в тому числі на розгляд скарг.

Отже, за умови відповідності переліченим критеріям гіперлокальні виробники контенту можуть бути класифіковані як медіа, що виконують важливі завдання з інформування місцевих мешканців.

За Стандартами Ради Європи медійна регіональна політика має забезпечувати доступ громадян до інформації, підтримувати розвиток місцевих медіа і обмежувати політичний тиск на журналістів. Важливим компонентом регіональної медійної політики є забезпечення доступності інформації для людей з різних соціальних груп та людей з інвалідністю. В сучасному світі вагомим елементом медійної політики стало сприяння розвитку медійної грамотності місцевих мешканців, що дає змогу зменшити ризики маніпуляцій та дезінформації населення.

2.2. Створення та розвиток Суспільного мовлення України.

Суспільне мовлення в Україні – одна з наймолодших інституцій, що створювалась в умовах цензури та політичного тиску, неякісної професійної освіти та недостатньої регуляції в медіа сфері. Пропозиції створення Суспільного мовлення в Україні за словами Наталії Лігачової-Чернолуцької були озвучені на приватній зустрічі в 2004 році.⁶⁷ До прийняття Закону «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України» було ще 13 років. Ці роки були присвячені не тільки створенню законодавчої бази для трансформації державного мовлення, а й тривалому процесу усвідомлення, чим суспільне мовлення є для демократичних країн і чим воно має стати для України.

Суспільне мовлення разом з комерційними медіа є основними інструментами захисту свободи слова. Однак, саме на Суспільні мовники накладається додаткова відповідальність щодо високих професійних стандартів, прозорості та підзвітності, а також – створенні універсальної контентної пропозиції. Суспільне існує для всіх і кожного, а його платформи мають створювати протидію ризикам зловживань владою державними інституціями і забезпечувати умови для політичного плюралізму. Для виконання цих завдань Суспільні мовники мають бути відкритими до змін, і, водночас, зберігати власні традиції, засновані на відповідальності та повазі до своїх аудиторій. Головні

⁶⁷ Остапа С.В., Міський В.В., Розкладай І.Є. Суспільне мовлення в Україні: історія створення та виклики. – Київ: ТОВ «Друкарня Віол», 2018. – С. 4.

завдання суспільних мовників полягають у забезпеченні доступу громадян до інформації, збереженню культурної спадщини та сприянню порозумінню між різноманітними спільнотами всередині суспільства. Дослідження Knight Foundation підсумовують, що люди, які споживають інформацію з суспільних мовників, зазвичай, краще поінформовані, ніж аудиторії, що шукають «гарячих новин» в комерційних медіа. Ті, хто дивиться, слухає та читає суспільні медіа, чіткіше розуміють проблеми суспільства, активніші під час виборчих перегонів та більш толерантні до інакшості, що проявляється в ставленні до маргіналізованих груп населення. Країни з потужними суспільними мовниками мають вищий рівень соціальної довіри, і люди, які живуть у них, менш схильні толерувати екстремістські політичні погляди.⁶⁸

Конституція України, Закон «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України», Статут АТ «НСТУ» та Редакційний статут АТ «НСТУ» – складають рамку існування та розвитку компанії. В цих документах зафіксовані основні платформи мовлення та органи управління, що мають забезпечувати редакційну незалежність журналістів; принципи та завдання компанії, які розкривають місію суспільного мовлення, а також вимоги до створення та поширення журналістами інформації під час виконання професійних обов'язків. У грудні 2016 року було сформовано перший склад Наглядової ради АТ «НСТУ», а через майже півроку відбулись вибори голови правління Суспільного мовлення України. Наглядова рада АТ «НСТУ» є контролюючим та стратегічним органом, який здійснює нагляд за діяльністю АТ «НСТУ» відповідно до своїх повноважень (Додаток Д).

Після років підготовки до реформи, здавалось би, що найскладніші бюрократичні часи позаду, однак в 2016-2017 роках компанія знову зіштовхнулась з опором змінам, тепер вже не зовнішнім, а — внутрішнім. В перший рік великої реформи, компанія скоротила штатну чисельність працівників вдвічі, що фактично паралізувало всі рекрутингові та виробничі

⁶⁸ The Role of Public Broadcasting. Edited by W. Lance Bennett and Steven Livingston URL: <https://www.cambridge.org/core/books/disinformation-age/role-of-public-broadcasting/CFB7BEBE687F03E1849105B3214764AB#EN-fn-430>

процеси на тривалий час. (Додаток Е). В процесі діагностики виявились також значні проблеми з виробництвом: техніка була застарілою, відсутньою або і взагалі не перебувала на обліку, умови оренди студійних та виробничих приміщень були непрозорі. Коштів на розвиток - закупівлю контенту чи виробництво - у перші роки роботи компанії в новому статусі - не було загалом. Реалізувати нову програмну політику на телевізійних каналах в таких умовах було неможливо, що негативно вплинуло на основні вимірювані показники телевізійних платформ мовлення. Популярність колишнього «УТ-1» танула на очах з прибиранням з ефіру токсичних програм, на кшталт шоу Савіка Шустера або сексистських концертів Михайла Поплавського. Швидкі зміни натомість відбулись в ефірі Українського радіо, яке стало частиною суспільного телерадіомовлення. Завдяки системній політиці щодо розширення покриття національного радіомовника, Українське радіо під єдиним брендом нарешті почули в усіх регіонах країни. В 2019 році в компанії розпочалась робота зі створення діджитал активів, які за два роки потрапили в топи новинних інтернет порталів. Водночас, витрати коштів на створення діджитал контенту були обмежені через відсутність законодавчого регулювання онлайн медій.

Найбільш надійним партнером Суспільного з моменту створення та у періоди криз були міжнародні організації, а також власне ЄС, який вимагав від України виконання вимог Угоди про асоціацію і поступове наближення свого законодавства до законодавства ЄС в сфері аудіовізуальних медіа-послуг.⁶⁹ Стала підтримка здійснюється не лише з метою оновлення виробничого обладнання, існують програми навчання працівників на всіх рівнях, розвитку корпоративної культури, а також цифровізації основних бізнес процесів компанії. Під час повномасштабного вторгнення міжнародні партнери допомагали Суспільному з релокацією працівників, запуском мовлення в бомбосховищах та в умовах блекаутів, а також забезпечували необхідним обладнанням воєнних кореспондентів.

⁶⁹ Угода про Асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським Співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони, URL: <https://www.kmu.gov.ua/diyalnist/evropejska-integraciya/ugoda-pro-asociacyu>

Станом на зараз, Суспільне мовлення України – це найбільша незалежна медіа компанія, що представлена в усіх регіонах країни та на всіх найбільш популярних платформах мовлення. До складу АТ «НСТУ» входять: 3 загальнонаціональних телеканали, 3 загальнонаціональних радіоканали, мережа діджитал платформ, 24 регіональних телерадіокомпанії, Заслужений академічний симфонічний оркестр Українського Радіо, хорова капела та тріо бандуристок.

Регіональні філії Суспільного є базою для інформаційного та суспільно-політичного мовлення компанії. З 2017 року філії зазнали низки трансформацій і зараз працюють як єдина міжрегіональна інформаційна платформа.⁷⁰ Регіональні філії Суспільного, як і регіональні медіа в Україні загалом, зіштовхуються з серйозними викликами. Серед них: вертикальна та горизонтальна конкуренція, недостатнє фінансування, політичний тиск, міграція професійних кадрів, технічна застарілість. В умовах повномасштабного вторгнення, філії Суспільного перейшли в режим роботи хабів та резервних центрів, щоб забезпечити стабільне мовлення всієї компанії. Довіра до контенту Суспільного зросла разом з мільйонними аудиторними показниками на діджитальних, телевізійних та радійних платформах. В фокусі регіонального мовлення АТ «НСТУ» також гіперлокальне інформування. Так, згідно з новою концепцією, впродовж 2023-2035 років мають бути утворені журналістські одиниці в 100 громадах по всій країні. Всі журналісти мають пройти теоретичне та практичне навчання від Суспільного мовника, яке включає в себе: основи пошукової роботи та верифікації інформації, мультимедійна журналістика та сторітеллінг, безпека журналістів у умовах повномасштабного вторгнення та подолання наслідків воєнних дій. Створення мережі гіперлокальних журналістів дозволить Суспільному реалізувати одне із

⁷⁰ Фрей М. (2022). Концепція регіонального мовлення АТ «НСТУ» на 2022–2025 роки (нова редакція). URL: https://corp.suspilne.media/media/documents/protokoli-naglyadovoyo-radi/Protokol_NR_72_30_08_22/13.Kontseptsiya_Rehional%CA%B9noho_Movlennya_2022-2025_No_va_Redaktsiya.pdf

своїх ключових завдань – розбудова більш поінформованого та відповідального суспільства.

Варто зазначити, що створення гіперлокальних журналістських одиниць в системі Суспільного мовлення безпосередньо залежить від міжнародної підтримки, оскільки власних коштів на розвиток у Суспільного — немає. Навіть за умов потужної кампанії з навчання та підтримки гіперлокальних медіа зі сторони Суспільного, повноцінно закрити інформаційні потреби на рівні більше тисячі громад ні Суспільному, ні міжнародним партнерам не під силу. Відтак необхідно шукати інші інструменти, що забезпечать фінансову незалежність гіперлокальним медіа, водночас посилюючи редакційну спроможність на місцях, залучаючи Суспільний мовник, як взірець дотримання журналістських стандартів, та громадські і комерційні організації, що зацікавлені в розвитку громад.

2.3. Роль гіперлокальних медіа в Україні після 24 лютого 2022 року. Медійні виклики прикордонних територій

Гіперлокальні медіа – це медіа, які створюються з метою інформування та налагодження горизонтальних зв'язків на визначеній території. В Україні важливою адміністративно територіальною одиницею є громади, тому гіперлокальне мовлення часто ототожнюють з мовленням громад, яке в новому законодавстві має формулювання – місцеві публічні аудіовізуальні медіа-сервіси та аудіовізуальні медіа-сервіси громад.⁷¹ Однак не всі гіперлокальні медіа підпадають під норми вказаного закону, зокрема, в частині права власності та регулювання.

Основні завдання гіперлокальних медіа полягають у наданні актуальної та достовірної інформації про події, що відбуваються в громаді, досліджують прозорість та відкритість місцевих владних установ, стимулюють громадські обговорення задля залучення громадян до активної участі у справах громади,

⁷¹Закон України «Про медіа». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>

формують та підтримують місцеву ідентичність, підвищують рівень поінформованості населення щодо соціально-економічного стану громади. Сама суть гіперлокального медіа полягає у самоорганізації та низових ініціативах, відтак місцеві публічні аудіовізуальні медіа-сервіси та аудіовізуальні медіа-сервіси громад, які створюють за рішенням органів місцевого самоврядування, не відображають природи цього явища і швидше цементують старі практики залежної та неспроможної журналістики на місцях, аніж створюють прозорі умови для фінансування місцевих медіа ініціатив.

Вторгнення РФ в Україну, окрім власне загрози фізичного виживання української нації, підняло питання тривалості інформаційної монополії в руках держави. Утримання «єдиного голосу» новин, обмежений доступ до інформації щодо пошкоджень та відбудови країни – все це призводить до посилення вертикалі влади та зменшення громадської участі в суспільно важливих процесах. За даними «Репортерів без кордонів» посиленню внутрішньої диктатури передують інформаційні проблеми: нарощення пропаганди, обмеження доступу населення до інформаційних порталів світу, контроль держави над внутрішніми ЗМІ. На прикладі історії медіа в РФ можна зробити певні висновки, які не повинна повторювати Україна. Станом на 2023 рік в РФ ув'язнено або вбито 124 журналістів, 91 з яких були ув'язнені з початку агресії РФ щодо України⁷². Крокуючи до ЄС, Україна має пам'ятати, що свобода слова та самовираження – є засадничими європейськими правами.

Відсутність свободи преси також впливає і на старі конфлікти, поляризуючи та зміцнюючи внутрішні соціальні розбіжності навіть в таких демократичних суспільствах, як Сполучені Штати. Зростає соціальна та політична напруга і в європейських країнах, де придушення незалежних медіа сприяє розвитку «неліберальних демократій» в Європейському Союзі. В 2022 році згідно індексу свободи преси ситуація класифікується як «дуже погана» в

⁷² Reporters without borders. Barometr. URL: https://rsf.org/en/barometer?exaction_victim pays%5B201%5D=201&annee_start=2023&annee_end=2023#exaction-victimes

рекордній кількості країн світу⁷³. Створення медіа-зброї в авторитарних країнах позбавляє громадян права на інформацію, підвищує міжнародну напругу і призводить до воєнних дій. Світова спільнота шукає нові рішення для підтримки конструктивних суспільних обговорень та відновлення громадянської злагоди від рівня громади до рівня країни. Розбудова гіперлокального інформування в Україні може стати тим рішенням, яке буде сприяти більш рівномірному поширенню інформації та відновленню довіри між різними аудиторіями.

2022 рік став для українських регіональних та гіперлокальних медіа роком викликів та втрат. Незалежний комітет захисту журналістів повідомляє про загибель 15-ти українських фахівців за 2022 рік⁷⁴, невідома остаточно кількість журналістів, які потрапили в полон. Складним був рік і для тих медіа, які змушені були залишатись в окупації. Деякі журналісти за різних обставин прийняли рішення співпрацювати з окупантами. Загалом, з моменту повномасштабного вторгнення понад 200 регіональних медіа припинили свою діяльність⁷⁵. Обмеження воєнного часу ускладнили доступ до місць подій та безпосередньо вплинули на оперативність донесення інформації. Журналісти з різних регіонів відмічають погіршення доступу до засідань та офіційних осіб, відмови коментувати ситуації, навіть коли вони знаходяться в межах повноважень представника влади. Однак цей рік створив і нові можливості для медіа на місцях. Команди, які не припиняли роботи зі збирання та опублікування інформації, змогли значно розширити свої аудиторії.

Опитування регіональних та гіперлокальних медіа, яке регулярно проводить ГО «Media Development Foundation», крім зовнішніх змін, фіксує

⁷³ RSF's 2022 World Press Freedom Index : a new era of polarisation. URL: https://rsf.org/en/rsf-s-2022-world-press-freedom-index-new-era-polarisation?year=2022&data_type=general

⁷⁴ Deadly year for journalists as killings rose sharply in 2022, Jennifer Dunham/CPJ Deputy Editorial Director, *January 24, 2023*, URL: <https://cpj.org/reports/2023/01/deadly-year-for-journalists-as-killings-rose-sharply-in-2022/>

⁷⁵ IMI. Після 24 лютого: яким був 2022 рік для регіональних медіа. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/pislya-24-lyutogo-yakym-buv-2022-rik-dlya-regionalnyh-media-i50014>

внутрішній стан редакторських команд на місцях. За даними організації 61,44 % медіа відчують психологічне виснаження від загального несприятливого фону, що загострює емоційні зриви та конфлікти. Інші поширені проблеми, з якими зіштовхнулись регіональні та гіперлокальні медіа:

- нестача людських ресурсів (46,08%),
- ускладнений доступ до героїв (35,84%),
- відсутність можливості планувати роботу (38,4%)
- неможливість гарантувати безпеку команди (28,16%)
- зростання недовіри з боку суспільства до журналістів (10,24%)⁷⁶.

Гіперлокальне інформування, як і національні медіа, зіштовхується з новими викликами, для подолання яких відсутні дієві механізми чи практики: зростання нетерпимості, дезінформація, ізоляціонізм, втома від новин, комерціалізація алгоритмів соціальних мереж, тотальне спрощення та пришвидшення суспільних процесів. Мовлення на рівні громад з історичною залежністю від найбільш впливових місцевих політичних та економічних гравців, нерівномірно набуває нових форм, але здебільшого зберігає свою стару основну мету – обслуговування інтересів тих самих політичних та економічних власників. Ще одним викликом є те, що місцеве інформування є цікавим тільки в кризових ситуаціях, не дивлячись на зростання значення проблематики місцевих медіа в науковому дискурсі.

Після 24 лютого 2022 року гіперлокальні медіа в Україні стали джерелом інформації для України та світу про те, що відбувається на окупованих територіях та на лінії зіткнення. Увага до гіперлокальних медіа була надзвичайно високою, однак це не спровокувало рівномірного розвитку. В умовах криз якість медіаконтенту не мала великого значення, однак зі стабілізацією ситуації, аудиторія очікує отримувати більш якісний контент. Спостерігаються також тенденції перетікання аудиторій від традиційних медіа до нових. Так, за даними дослідження громадянської мережі «ОПОРА» найпопулярнішим джерелом інформації для українців стали соціальні мережі –

⁷⁶ Стан регіональних медіа в Україні. Воєнне видання. URL: <https://research.mediadevelopmentfoundation.org/>

ними для отримання новин користуються 76,6% українців. На другому місці – телебачення з 66,7% голосів, на третьому – інтернет (не включаючи соціальні мережі) – 61,2% користувачів. Радіо слухають близько 28,4% громадян України, а друковані ЗМІ читають лише 15,7% опитаних.⁷⁷ Бурхливий розвиток соціальних мереж також означає збільшення кількості неперевіреної інформації у віртуальному просторі і, за прогнозами Copenhagen Institute for Futures Studies, вже в кінці 2022 року через соціальні мережі люди споживали вдвічі більше неправдивої інформації, ніж правдивої. Натомість, доступ до якісних журналістських новин ускладнюється через платіжні стіни, створюючи закриті екосистеми з різними видами підписки, аби хоча частково забезпечити виживання ЗМІ.⁷⁸ Варто враховувати і нові тенденції зменшення кількості та глибини читання матеріалів та зростання відео- та аудіомеседжингу. Алгоритми соціальних мереж створюють для користувачів індивідуальні інформаційні тунелі, що не перетинаються для якісних обговорень і дискусій.

Особливу увагу варто приділити питанню довіри до медіа. Гіперлокальні медіа здатні будувати довіру зі своєю аудиторією безпосередньо, адже журналісти таких мовників є місцевими мешканцями і найкраще розуміють контекст місцевих подій. Водночас, воєнний стан негативно вплинув на виробників контенту, а саме, привів їх до самоцензури та загостреного відчуття відповідальності. Таке поєднання може призупинити активну редакторську діяльність або перепрофілювати медіа на нішеве тематичне видання, що буде висвітлювати лише безпечні для суспільства теми. Гіперлокальним медіа необхідно забезпечувати різноманіття контенту, втілюючи при цьому свою основну місію – інформувати про події та новини, які відбуваються в конкретному населеному пункті.

⁷⁷ Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни. Опитування ОПОРИ. URL: https://www.oporua.org/report/polit_ad/24068-mediaspozivannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori

⁷⁸ Sofie Hvitved. A Wake-up Call From The Future Media Landscape. URL: <https://medium.com/copenhagen-institute-for-futures-studies/a-wake-up-call-from-the-future-media-landscape-4ccb220508a7>

Перед гіперлокальними медіа, що працюють на прикордонних територіях, стоять свої унікальні виклики, які пов'язані з тим, що ці території знаходяться на межі двох або більше країн. Ці виклики можна структурувати за такими ознаками (Рис. 2.1.): мова медіа, перехрестя подій, глобальна локалізація.

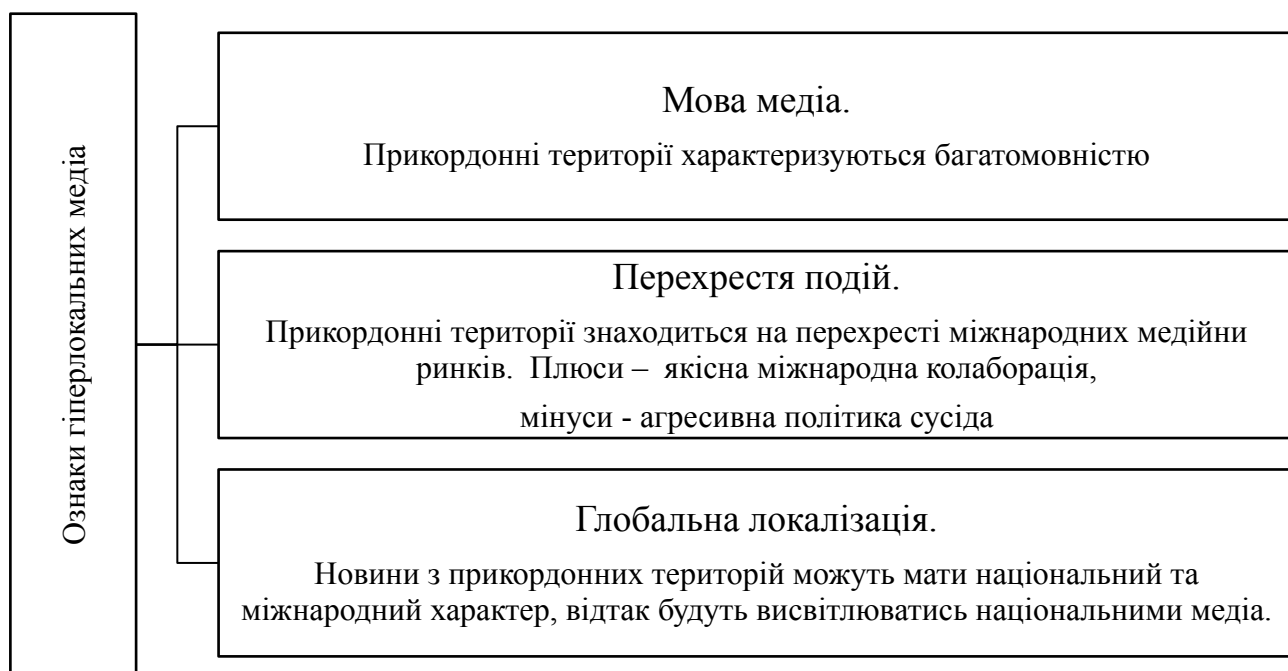


Рис. 2.1. Ознаки гіперлокальних медіа, що працюють на прикордонних територіях (запропоновано автором)

Висновки до розділу 2

У другому розділі описано основні документи, що регулюють діяльність країн учасниць ЄС в сфері медіа. В контексті дослідження визначено важливий документ, що стосується нового поняття медіа в сучасному світі, перенасиченому контентом. Проаналізовано, за якими ключовими ознаками виробник контенту може бути медіа і яких вимог такий виробник має дотримуватись. Закцентовано увагу на тому, що за Стандартами Ради Європи медійна регіональна політика має забезпечувати доступ громадян до інформації, підтримувати розвиток місцевих медіа і обмежувати політичний тиск на журналістів.

Викладено коротку історію створення та розвитку Суспільного мовлення в Україні. Описано основні виклики, з якими зіштовхнулось АТ «НСТУ» під час реформи. Зафіксовано основні документи та інструменти, які дозволяють Суспільному мовнику України зберігати власну редакційну незалежність в умовах фінансування з державного бюджету. Описано основні платформи мовлення АТ «НСТУ» та напрямки розвитку регіонального мовлення в складі компанії.

У розділі зафіксовано роль регіональних та гіперлокальних медіа в Україні після 24 лютого 2022 року. Визначено проблеми, з якими зіштовхнулась українська журналістика в умовах воєнного стану. Приділено увагу стану свободи слова в країні відносно до її державного устрою та принципів врядування. Описано низку досліджень та наведено статистику щодо закриття понад 200 регіональних медіа, що здійснювали регіональне та гіперлокальне інформування, з моменту повномасштабного вторгнення.

РОЗДІЛ 3. ПРАКТИЧНІ РЕКОМЕНДАЦІЇ РЕАЛІЗАЦІЇ ПОЛІТИКИ СУСПІЛЬНОГО МОВЛЕННЯ

3.1. Аналітична записка «Як забезпечити фінансову незалежність гіперлокальним медіа»

Гіперлокальні медіа – це джерело інформації про життя громад для мешканців громад. Під незаангажованим інформуванням про життя громад на рівні громад в цій роботі мається на увазі створення, розвиток та підтримка незалежних медіа проєктів або ініціатив, що висвітлюють інформацію на гіперлокальному рівні для гіперлокальної аудиторії за стандартами журналістики та не мають політичного, економічного або реакційного тиску. Фінансова незалежність гіперлокальних медіа – це основа для розвитку незалежної журналістики в громадах. Гіперлокальні медіа зазвичай використовують інтернет для розповсюдження інформації. Це можуть бути спільноти в месенджерах, сторінки в соціальних мережах, окремі канали обміну відео та аудіо контентом. Джерелом інформації для гіперлокальних медіа є діяльність місцевої влади та офлайн обговорення, які відповідають сталим практикам місцевого населення. Головним завданням гіперлокального інформування є підвищувати рівень обізнаності місцевих мешканців з викликами, які стоять перед громадою та рішеннями, які ця громада приймає.

На розвиток медіа в Україні за останні роки вплинули декілька ключових подій:

- реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації,
- створення Суспільного телебачення і радіомовлення України,
- зміна територіально-адміністративного устрою країни,
- повномасштабне вторгнення РФ,
- прийняття Закону України «Про медіа».

У контексті нашого дослідження важливим є також зміни, які необхідно внести до Закону України «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів».⁷⁹ Власне в тексті йдеться про низку обмежень, які не враховують особливостей громадянської журналістики чи блогерів, що збирають мільйонні аудиторії в нових медіа. Необхідно розглянути можливість розширення визначення журналіста, щоб включити самозайнятих осіб або осіб, які (ще) не пов'язані з медіа-організацією чи спілкою.

Закон України «Про медіа» також приділяє увагу у місцевому інформуванні, створюючи правила гри для локальних медіа. Однак цей підхід має ряд недоліків, що пов'язані з браком ліквідності подібних медіа, редакційною залежністю через кишеньковість громадських організацій і підміною понять медіа та піару.

Низка досліджень життя в громадах, проведених до 24 лютого 2022 року, засвідчила потреби більшої публічності та залучення широких аудиторії для розробок стратегій громад⁸⁰, зафіксувала низький рівень поінформованості про діяльність, обов'язки та повноваження місцевої влади, що породжує завищені очікування та розчарування місцевих мешканців.⁸¹

За рік після повномасштабного вторгнення РФ на територію України із запровадженням низки заходів, що обмежують інформаційну діяльність та розвиток демократичних інститутів, в індексі свободи преси, що здійснюється щорічно організацією «Репортери без кордонів», Україна втратила майже десять позицій⁸² (Додаток Є). Рейтинг країн в індексі свободи преси вимірює лише

⁷⁹ Закон України Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80#Text>

⁸⁰ Експертне дослідження «Стратегічний потенціал розвитку громад». URL: <https://www.reputation.contractors/gromady2020>

⁸¹ Дослідження «Культура (субкультура) бідності в Україні (Центр близькосхідних досліджень (AMES), Аналітичний центр УКУ, за підтримки МФ «Відродження»). URL: <http://sociology.ucu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/10/KULTURA-BIDNOSTI-V-UKRAYINI.pdf>

⁸² Індекс свободи преси. Журналісти без кордонів. URL: <https://rsf.org/en/index>

свободу преси та не аналізує якість журналістики. Однак, завдяки даним можна дослідити ті чи інші тенденції: втрата позицій в індексі завжди є сигналом для міжнародної спільноти, який свідчить про погіршення ситуації з демократичними процесами всередині країни. Індекс включає вивчення всіх видів преси: класичне телебачення, старі медіа на кшталт радіо чи газет, а також – регулювання інтернет простору, якщо таке існує.

Важливим для розуміння ситуації в Україні в умовах повномасштабного вторгнення є дослідження, яке фіксує зміни настроїв громадян в розрізі демократії та свободи слова.⁸³ Дані свідчать, що більшість респондентів надають перевагу ідеї сильної держави / сильного керівництва, ніж демократії в країні:

58% вважають, що для України зараз важливішим є сильний лідер (демократичну систему назвали важливішою 27%);

79% називають втручання Президента у діяльність парламенту та уряду виправданим для посилення оборони (16% – вважають, що розподіл повноважень важливо зберігати навіть під час війни);

57% респондентів вважають, що на період війни влада має притягати до відповідальності громадян за поширення «шкідливих» для держави поглядів;

52% опитаних визначають, що доцільність виборів після завершення воєнного стану менш пріоритетна, тому вони вважають, що після воєнного стану потрібно буде зосередитися на інших питаннях.

Згідно з даними Google YouTube поступово підміняє звичне телебачення – впродовж 2022 року зросла кількість людей, які споживають відео контент через IPTV вдома у прайм тайм.⁸⁴ Все це свідчить про те, що розвивати

⁸³ Дослідження «Демократія, права і свободи громадян та медіаспоживання в умовах війни». URL: https://www.kiis.com.ua/materials/pr/20220817_z/Doslidzhennya%20Demokratia%2C%20prava%20i%20svobodi%20gromadyan%20ta%20mediaspozhyvannya%20v%20umovakh%20voiny.pdf?fbclid=IwAR36fieKyh25vZ8FK3jm0NbO7Sp62wSUPUNIWI_oLnFHQyWQ7zy0r3FjUMI

⁸⁴ Think with Google. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/data-collections/youtube-stats-video-consumption-trends/>

гіперлокальні медіа необхідно в інтернет просторі, використовуючи інноваційні виробничі підходи.

Аналіз причин, що спонукали до виникнення проблеми.

Причини, що спонукали до виникнення проблеми, досліджено автором та згруповано на рис. 3.1.

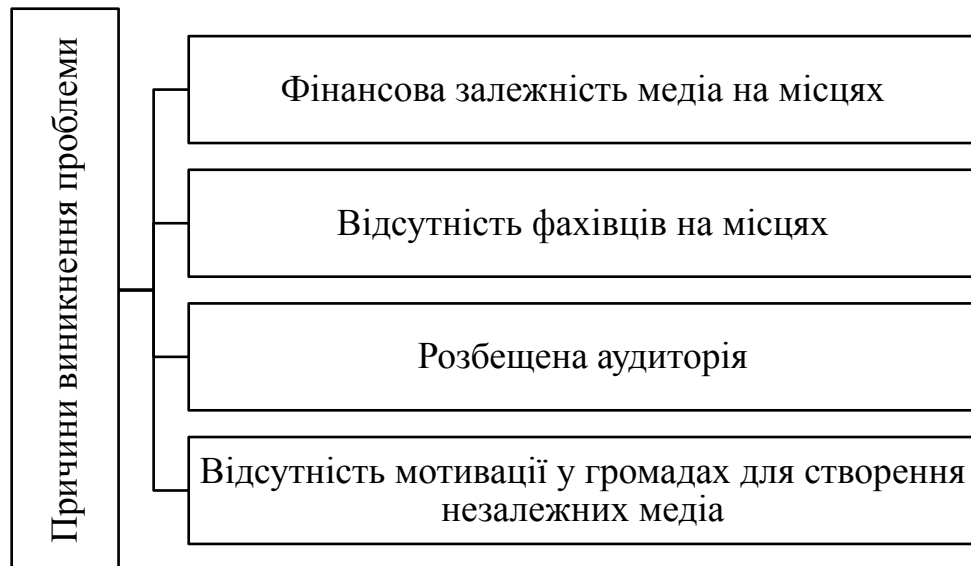


Рис. 3.1. Причини виникнення проблеми

Фінансова залежність медіа на місцях. Через відсутність незалежного джерела фінансування локальні медіа опиняються під впливом місцевих економічних чи політичних еліт, що унеможлиблює розвиток журналістики як такої.

Відсутність фахівців на місцях. Міграція професійних журналістів до столиці та закордон в пошуках розвитку та безпеки призводить до того, що на місцях відсутня традиція якісної журналістики. Окремої уваги потребує питання особистої безпеки локального журналіста, який є значно менш захищений на відміну від своїх колег у великих містах.

Розбещена аудиторія. Доступ до продукування контенту та розширення інформаційного простору кожного власника смартфона і алгоритмізація контенту за вподобаннями створює всі умови для розвитку відокремлених інформаційних тунелів. Інформаційні тунелі призводять до поляризації суспільства і знищують містки порозуміння для досягнення спільних цілей.

Відсутність мотивації у громадах для створення незалежних медіа. Історія цензури радянського союзу позбавила велику частину українського суспільства віри в можливість та глибину змін і перетворень.

Можливі/потенційні наслідки:

Вплив власників медіа на редакційну політику може призвести до включення державного регулювання, а відтак поширенню цензури і руйнування свободи слова і демократії.

Відсутність гіперлокального інформування створює також інформаційні білі плями на мапі країни, що руйнує довіру, позбавляє суспільства розуміння, що насправді відбувається, а відтак підвищує вразливість суспільства перед маніпуляціями та фейками.

Спрощення. Якісна журналістика не може за своєю суттю оцінювати події чи процеси. Вона найперше покликана надавати суспільству різні точки зору, що ґрунтуються на фактах, для того, аби суспільство самостійно приймало рішення щодо важливих питань. Спрощення веде до поляризації, поляризація – до конфліктів.

Зростання впливу місцевих еліт. Маючи контроль над локальними медіа, можна здійснювати контроль над повсякденним життям місцевих мешканців, а також впливати на їхні політичні рішення. Як національний комерційний медіа ринок України є відображенням впливу та ваги національних політиків, так і локальні медіа відображають інтереси місцевих еліт.

Затягування вирішення проблеми належного об'єктивного інформування громад призведе до створення «новинних пустель» в регіонах, збільшення маніпуляцій населенням, особливо у періоди криз, а також під час виборчих кампаній. Вирішення проблеми забезпечить громадам доступ до незаангажованої інформації, надасть право голосу та обміну знаннями, сприятиме дискусіям і залученню мешканців до розвитку громад.

Відсутність гіперлокального інформування охоплює насамперед громади, які знаходяться поза межами обласних центрів, однак внутрішня міграція підвищує кількість необлікованих даних про життя в громадах і не дає розуміння про реальний стан справ. За офіційними даними в жовтні 2022 року в

Україні нараховувалось 4,6 мільйона внутрішніх переселенців.⁸⁵ Загальної ж картини щодо статистичних даних зараз в Україні немає, що безпосередньо впливає на саме суспільство, ефективність діяльності органів влади, бізнес та міжнародні організації.

Інтерактивний характер гіперлокальних медіа, залучення аудиторії до процесу створення контенту, взаємозалежність та взаємовплив, а також орієнтація на громаду можуть дозволити гіперлокальним медіа відігравати активну роль у місцевій політичній системі. В умовах глобальної кризи, додатково посиленої пандемією коронавірусу в 2020 році, гіперлокальні медіа планомірно зростають у силі. Насамперед це пов'язано з функціонуванням на основі іншої парадигми, ніж комерційні ЗМІ, парадигми, яка на перше місце ставить участь, а не прибуток.⁸⁶

3.2. Формулювання варіантів політики. Показники. Індикатори

Гіперлокальні медіа не в змозі самостійно забезпечити собі незалежне фінансування. Рекламний ринок, за рахунок якого начебто були створені та розвивались олігархічні медіа, критично зменшився в 2022 році. Міжнародні грантові можливості не можуть забезпечити стабільний розвиток гіперлокального мовлення по всій території України через власні пріоритети політики. Держава зі свого боку повинна створити умови для сталого фінансування гіперлокальних медіа, використовуючи діючі механізми.

Для розв'язання сформульованої проблеми необхідно залучити різні ресурси. Правовий ресурс необхідний для забезпечення законної діяльності гіперлокальних медіа, монетарний – для покриття основних витрат, людський – для пошуку та навчання людей в громадах, інформаційний – для широкого висвітлення можливостей для створення та розвитку гіперлокальних медіа.

⁸⁵ Суспільне новини, 3 жовтня 2022: В Україні 4,6 мільйона внутрішніх переселенців — Мінсоцполітики <https://suspiilne.media/288207-v-ukraini-46-miljona-vnutrisnih-pereselenciv-minsocpolitiki/>

⁸⁶ Wasilewski K. Media hiperlokalne i regionalizm 2.0. URL: https://www.academia.edu/67027559/MEDIA_HIPERLOKALNE_I_REGIONALIZM_2_0

Важливим для розв'язання проблеми є також ресурс довіри: в кризові часи довіра до гіперлокальних інформаторів набагато вища. Для розв'язання проблеми бракуватиме ресурсу об'єднаної більшості.

Розв'язанням проблеми стане внесення в план дій із впровадження Ініціативи «Партнерство «Відкритий Уряд» у 2024-2025 роках ряду нових зобов'язань, які виконуються органами виконавчої влади за участю заінтересованих інститутів громадянського суспільства та міжнародних організацій, а саме – створення умов для функціонування незалежних гіперлокальних мовників. Очікувані результати вирішення проблеми – зареєстровані медіа з відповідним видом діяльності на рівні громад, короткострокові наслідки – збільшення інформаційних матеріалів з громад (зменшення інформаційних пустель України), довгострокові наслідки – покращення інформаційного простору, віддалені впливи – розвиток демократії на місцях.

До небажаних передбачуваних результатів розв'язання проблеми можна віднести потенційно високу кількість «шаріїв» в українському медіапросторі. Запобіжником для розвитку «шаріївщини» в громадах має стати саме спільний вибір громади щодо фінансування гіперлокального медіа. Запровадження в бюджетах участі проєктної роботи для гіперлокальних медіа з відкритим голосуванням і моніторингом ефективності роботи за результатами звітного періоду – наріжний камінь для прозорості та незалежності гіперлокальних медіа.

Метою вирішення проблеми є створення дієвого інструменту фінансової підтримки гіперлокальних медійних ініціатив задля налагодження незаангажованого інформування мешканців громад про життя громад. Очікувані результати вирішення проблеми – створення гіперлокальних медіа проєктів, в яких дотримуються журналістських стандартів і інформують місцевих мешканців про життя громад.

Таблиця 3.1. Показники результативності

№	Назва вимірюваного аспекту (конструкту) результатів	Індикатор результативності (назва того, що вимірюється)	Одиниця вимірювання	Базове значення	Бажане значення – (цільовий індикатор) (target indicator) (фактично критерій результативності)
1	гіперлокальні медіа	кількість гіперлокальних медіа	%	0	25%
2	матеріали про громаду	кількість матеріалів про громаду на квартал	Шт	0	16
3	обізнаність місцевих мешканців (читання матеріалів)	кількість читачів матеріалів з числа місцевих мешканців	%	0	50%
4	дотримання журналістських стандартів	позиція в рейтингу саморегулювального органу/ (відсутність штрафів саморегулювального органу	позиція/ штраф	/	гіперлокальне медіа не має штрафів або знаходиться в топ медіа, які не порушуються стандарти

Таблиця 3.2. Цільові індикатори

1	Створені гіперлокальні медіа	Збільшити кількість зареєстрованих гіперлокальних медіа в громадах: 1 рік запровадження бюджетів участі для гіперлокальних медіа – 25%, з подальшим щорічним зростанням до 100%
---	------------------------------	---

2	Матеріали про громаду	Збільшити кількість матеріалів про громаду для мешканців громади на гіперлокальному медіа від 0 до мінімум 16 за квартал
3	А у д и т о р і я гіперлокального медіа	Збільшити кількість читачів матеріалів з числа місцевих мешканців до 50%
4	Редакційна незалежність	Гіперлокальне медіа дотримується журналістських стандартів в 100; матеріалів, відповідно відсутні штрафи саморегулювального органу

Формулювання варіантів політики

Варіант 1. Збереження чинної політики. Реалізація цього варіанту не призведе до змін законодавства чи додаткових витрат, не потребує залучення додаткових людських ресурсів. Це варіант є найбільш адміністративно здійсненним. Серед недоліків збереження чинної політики – погіршення інформаційної ситуації на гіперлокальному рівні, захоплення уваги аудиторій через нові медіа та платформи.

Варіант 2. Внесення в план дій із впровадження Ініціативи «Партнерство «Відкритий Уряд» у 2024-2025 роках ряду нових зобов'язань, які виконуються органами виконавчої влади за участю заінтересованих інститутів громадянського суспільства та міжнародних організацій, для створення можливостей для фінансової незалежності гіперлокальних медіа. Реалізація цього варіанту потребує запровадження інструментів електронної демократії, широкого інформування громад про можливість отримання фінансування для створення та розвитку гіперлокальних медіа ініціатив, запровадження принципу дольового фінансування з обмеженням політичного, економічного та редакційного тиску. Виокремлення та сталість забезпечення фінансування гіперлокальних медійних ініціатив інструментами електронного врядування (через бюджети участі) сприятиме розбудові гіперлокальних інформаційних просторів та інформуванню мешканців громад про життя в громадах. Серед недоліків – неможливість охоплення всіх регіонів України інструментами

електронної демократії через відсутність повсюдного покриття мобільним зв'язком.

Варіант 3. Внесення змін до Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» для унеможливлення витрат місцевих бюджетів на саморекламу в локальних медіа. Очікується, що залежні медіа відпадуть самі собою. Серед недоліків варіанту – непередбачуваність термінів прийняття змін до законів та потужне лоббі старої системи.

Варіант 4. Зобов'язати здійснювати гіперлокальне інформування за рахунок АТ «НСТУ». Серед переваг – визначення відповідальної вже існуючої організації з закріпленим фінансуванням. Серед недоліків варіанту – недофінансування та виробниче застарівання АТ «НСТУ», неспроможність забезпечення всіх інформаційних потреб всіх громад.

Таблиця 3.3. Порівняння варіантів політики

<i>Критерій</i>	<i>Ч и н н а політика</i>	<i>Варіант 2</i>	<i>Варіант 3</i>	<i>Варіант 4</i>
Результативність	1	4	2	3
Ефективність	3	2	4	1
Справедливість	1	4	3	2
П о л і т и ч н а здійсненність	4	3	1	2
Адміністративна здійсненність	4	2	1	3
Економічність	4	3	2	1
Сумарна оцінка:	17	18	13	12
Рейтинг варіанта:	2	1	4	3

За результатом порівняння варіантів політики оптимальним є варіант 2, згідно з якою фінансування гіперлокальних медіа ініціатив стає можливим завдяки внесенню в план дій уряду в рамках реалізації ініціативи «Відкритий уряд» щодо можливості фінансування гіперлокальних медіа засобами бюджетів участі.

Для реалізації політики необхідно:

1. Розробити та прийняти План дій уряду в рамках ініціативи «Відкритий Уряд» на 2024-2025 рр.
2. Розробити програми розвитку гіперлокальних медіа ініціатив за підтримки національних незалежних медіа;
3. Налагодити ефективну роботу бюджетів участі на місцях, як основного інструмента для співфінансування гіперлокальної журналістики;
4. Охопити максимальну кількість громад з проєктами бюджетів участі;
5. Розробити інноваційні виробничі рішення, які допоможуть досягати визначеної цільової аудиторії.

Створення прозорих інструментів для фінансування гіперлокальних медіа є важливим етапом в розвитку української незалежної журналістики. Незалежні медіа – це можливість доносити актуальну та перевірену інформацію до аудиторій, створювати майданчики для діалогу та дискусій. Великим позитивом цього проєкту також згуртування громади навколо проблем та спільний пошук рішень. Бути почутим та володіти інформацією чи безпечно на сусідній вулиці – компоненти, без яких неможлива розбудова довіри та розвитку суспільства.

Комунікативні цілі:

- інформування цільових груп щодо можливості використання нових фінансових інструментів для стимулювання розвитку медіа проєктів;
- підтримка дієвих ефективних процедур, що реалізуються в рамках ініціативи;
- залучення партнерів та створення необхідних передумов для послідовності дій влади;
- формування довіри та порозуміння між владою та громадою;

- підсилення соціальної значимості проблеми в сучасному контексті;
- здійснення моніторингу та оцінювання реалізації програми

Ключові повідомлення

Заінтересовані органи влади:

- розвиток демократичних процесів на місцях, «жива» інформація про те, що відбувається в громадах насправді, планування майбутніх політичних процесів.

Суб'єкти господарювання:

- отримання прозорих інструментів для розвитку, зростання доходів, привернення уваги до місцевих проблем.

Міжнародні організації:

- реалізація політики підтримки локальних ініціатив, впровадження успішного досвіду, першість у викритті та вирішенні проблеми, доки про неї тільки починають писати науковці.

Інститути громадянського суспільства:

- залучення до процесу, спільне опрацювання проблеми та врахування пропозицій.

Громадськість:

- вирішення проблеми, надання можливостей для розголосу зловживань або бездіяльності влади.

Експертне середовище:

- практичне рішення проблеми, можливість дослідити результати програми та бути першими, хто знайде ефективне рішення.

Ефективно вирішити проблему можна лише за сталого виділення коштів на бюджети участі та запровадження доступу до інструментів електронного урядування на рівні громад. При реалізації політики доцільно фіксувати кількість новоутворених локальних медіа ініціатив та моніторити їх на дотримання журналістських стандартів. Наступні кроки мають забезпечувати редакційний розвиток гіперлокальних медіа та реальний захист локальних журналістів.

3.3. Власні кейси дослідження регіональних (локальних та гіперлокальних) медіа

Причина великої зацікавленості в дослідженні регіональних та гіперлокальних медіа в Україні у авторки тісно пов'язана з особистим досвідом. В той час, як в столиці України вирували процеси, спрямовані на створення та розвиток незалежної журналістики, ситуація в регіонах залишилась поза увагою експертного середовища. Регіональна журналістика часто характеризувалась провінційністю та зашореністю, над новинами з регіонів частіше сміялись, ніж аналізували причини такого стану медіа середовища. Регіональні ЗМІ були віддані в руки «червоних керівників» та фахівців з радянською, а подекуди і російською освітою.

Спроба створення незалежної журналістики на місцях була під час Революції гідності, коли громадські активісти та фахівці зі сфери медіа створили ГО «Громадське» зі стрімінгами в телевізійному ефірі та на діджитал платформах, а також дискусійними майданчиками на радіо. Треба відзначити, що Громадське радіо⁸⁷ та Hromadske⁸⁸ на діджиталі та колись на телебаченні – це різні організації. Обидва медіа не отримують бюджетного фінансування, вони розвиваються за рахунок міжнародних грантів та приватних внесків. Впродовж 2015-2016 років було створено цілу низку медіа під єдиним брендом «Громадське ТБ» у Львові, Одесі, Луцьку, Черкасах, Чернігові та інших обласних центрах, однак питання розбудови єдиної екосистеми викликало постійні суперечки всередині команди, що не дозволило вибудувати потужну та стабільну національну мережу.⁸⁹

Зі створенням Суспільного мовлення в Україні в 2017 році очікувався перехід працівників Hromadske до складу інституціоналізованого незалежного

⁸⁷ Громадське радіо. URL: <https://hromadske.radio/about#about>

⁸⁸ Hromadske. URL: <https://hromadske.ua/about>

⁸⁹ «Громадське ТБ» відхрестилося від ініціатив «Громадське Київ» і «Громадське Херсон». ДМ Суспільного. URL: <https://stv.detector.media/digital/read/2059/2016-01-16-gromadske-tb-vidkhrestylosya-vid-initsiatyv-gromadske-kyiv-i-gromadske-kherson/>

медіа – АТ «НСТУ», однак цього так і не відбулось. Багато хто відмовлявся йти на зачистку колишніх рупорів державної влади, очікуючи запрошення до співпраці вже після масових скорочень. Після низки скандалів⁹⁰ та кадрових рішень Нromadske втратило телевізійний ефір і перетворилося на діджитал платформу. Регіональні команди, які реєстрували «філії» Нromadske на різні фізичні особи та ГО в своїх регіонах, без єдиної системи редакційних стандартів, підтримки та стратегії розвитку, швидко втратили запал та майже всі перестали продукувати локальний контент для своїх аудиторій.

Паралельно зі спробами створити регіональні редакції Громадського, відбувався процес розбудови комерційних міських медіа під єдиним брендом The City. Команди, які запускають гіперлокальні онлайн медіа засновниця агенції називає «медіа-активістами».⁹¹ І ця назва яскраво описує з чим зіштовхуються команди на місцях, коли заходять на територію колишніх радянських ЗМІ. Таких «медіа-активістів», розвитком та підтримкою яких опікується команда агенції «АБО» на сьогоднішній день стало більше півсотні.⁹² Знайомство та спілкування з цими командами на місцях підтверджує необхідність запровадження додаткових фінансових інструментів для розвитку незалежної журналістики.⁹³ Відтак, навіть ці, вже існуючі «медіа-активісти», дуже виграють від вирішення проблеми, що описана в цій роботі.

Суспільне мовлення України бере активну участь у розбудові незалежної регіональної та гіперлокальної журналістики. В своїх пріоритетах розвитку АТ «НСТУ» зазначає такі напрямки: «збільшення кількості локального інформаційного контенту; створення майданчиків для локальних дискусій; виготовлення локальних розслідувань; нарощення можливостей для

⁹⁰ Скандал на «Громадському»: заяви Романа Скрипіна та Наталі Гуменюк. ДМ. Media sapiens. URL: <https://ms.detector.media/telebachennya/post/15716/2016-01-19-skandal-na-gromadskomu-zayavy-romana-skrypina-ta-natali-gumenyuk/>

⁹¹ The Ukrainians. Медіа Практики. Лера Лауда, Студія розвитку локальних медіа «Або». URL: <https://theukrainians.org/lauda-studiya-abo/>

⁹² abo media. URL: <https://abo.media/franch#mapa>

⁹³ Фрей М. (2021). Польові дослідження українських регіонів. Рубрика – медіа корисних рішень для кожного. 16.12.2021. URL: <https://rubryka.com/blog/field-research-ukrainian-regions/>

виробництва контенту локальними кріейторами; вихід на гіперлокальні аудиторії; оновлення лінійки закупних документальних циклів»⁹⁴. Треба зазначити, що з 2019 року Суспільне мовлення приділяє велику увагу розвитку локального медіа простору. Проєкт підтримки локальних кріейторів під загальною назвою «Створюй із Суспільним» має на меті фінансування найкращих ідей локальних медіа виробників. Загальний бюджет цього проєкту за три роки склав більше 40 млн грн, а кількість ідей, які були подані на фінансування сягає чотирьох сотень.⁹⁵ Досвід та успішність цього проєкту дозволили запровадити конкурсні відбори на створення найкращого продукту на національному рівні, виробникам контенту - розвиватись за підтримки досвідчених продюсерів, а аудиторії - отримати новий унікальний контент, який відображає різноманіття України.

В 2021 році регіональна команда Суспільного здійснила великий промотур для пошуку гіперлокальних журналістів та знайомства з гіперлокальними аудиторіями. Відвідувати громади, налагоджувати зв'язки між демократичними ініціативами та вчасно сигналізувати про проблеми – ці завдання мають виконувати всі, хто декларує в своїй діяльності розвиток громад. В епоху інформаційних тунелів, що будуються на базі персональних вподобань, єдина можливість сягнути нових аудиторій — це встановити та налагодити фізичний контакт з ними. Пілотний проєкт з відвідуванням восени

⁹⁴ Фрей М. (2022). Концепція регіонального мовлення АТ «НСТУ» на 2022–2025 роки (нова редакція). URL: https://corp.suspilne.media/media/documents/protokoli-naglyadovoyo-radi/Protokol_NR_72_30_08_22/13.Kontseptsiya_Rehional%CA%B9noho_Movlennya_2022-2025_No_va_Redaktsiya.pdf

⁹⁵ Конкурс «Створюй із Суспільним» зібрав майже дві сотні ідей телевізійних проєктів. Громадський простір. URL: <https://www.prostir.ua/?news=konskurs-stvoryuj-iz-suspilnym-zibrav-majzhe-dvi-sotni-idej-televizijnyh-projektiv>

2021 року 30-х громад в Харківській⁹⁶, Сумській⁹⁷ та Чернігівській⁹⁸ областях – став фундаментом для подальшого розвитку гіперлокальної мережі Суспільного.

Повномасштабне вторгнення РФ підкреслило важливість розбудови мережі гіперлокальних журналістів. Залишаючись в зоні бойових дій, та навіть в умовах окупації, гіперлокальні журналісти здатні бути єдиним джерелом інформації для громади та країни в цілому.⁹⁹ Наявність в громадах фахівців, що володіють спеціальними знаннями та навичками, комплектом техніки для мобільної журналістики і відповідною сталою винагородою, зробили можливим продукування різноманітного контенту в найскладніші періоди російської агресії. До 2025 року Суспільне планує створити більше 50-ти журналістських одиниць у громадах за межами обласних центрів.¹⁰⁰

Створення механізмів для прозорого використання бюджетних коштів, впровадження єдиних редакційних стандартів та стала взаємодія між журналістами в громадах з редакторами в столиці та обласних центрах – є ключовими в процесі становлення та розвитку гіперлокальних медіа, прозорій відбудові країни після повномасштабного вторгнення та подальшому розвитку

⁹⁶ Розбудова гіперлокальної мережі універсальних журналістів. Охтирська міська рада. URL: <https://okhtyrka.mr.gov.ua/%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B1%D1%83%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B0-%D0%B3%D1%96%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%BB%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%97-%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B6%D1%96-%D1%83%D0%BD%D1%96/>

⁹⁷ Суспільне розбудовує гіперлокальну мережу на Сумщині. ДМ Суспільного. <https://stv.detector.media/spilnota/read/6862/2021-10-12-suspilne-rozbudovuie-giperlokalnu-merezhnu-na-sumshchyni/>

⁹⁸ Команда Суспільного мовлення приїхала до Мени шукати представника в регіоні. URL: <https://susidy.city/articles/170379/komanda-suspilnogo-priihala-domeni-shukati-predstavnika-uregionu>

⁹⁹ «Працював і як журналіст, і як волонтер-рятувальник», — спецкор Суспільне Суми у місті Охтирка. Суспільне Суми. URL: <https://sm.suspilne.media/articles/16351>

¹⁰⁰ Фрей М. (2022). Концепція регіонального мовлення АТ «НСТУ» на 2022–2025 роки (нова редакція). URL: https://corp.suspilne.media/media/documents/protokoli-naglyadovoyo-radi/Protokol_NR_72_30_08_22/13.Kontsepsiya_Rehional%CA%B9noho_Movlennya_2022-2025_No_va_Redaktsiya.pdf

демократичних процесів, за які Україна веде тривалу боротьбу з зовнішнім агресором.

Висновки до розділу 3

У третьому розділі представлена аналітична записка, що містить рішення проблеми фінансової залежності гіперлокальних медіа в Україні. Базуючись на вдалих демократичних практиках, запропоновано врахувати можливість громад самостійно фінансувати гіперлокальні медіа за рахунок бюджетів участі на рівні громад. Зафіксовано, що необхідність конкурувати з іншими проєктами, що також прагнуть здобути фінансування з парципаторних бюджетів, змусить гіперлокальні медіа бути максимально ефективними, збільшувати кількість та якість своїх матеріалів, а головне – залучати громади до співтворення контенту, висвітлення та вирішення місцевих проблем.

Визначено, що вирішити проблему фінансової залежності гіперлокальних медіа можна лише за сталого виділення коштів на бюджети участі та запровадження доступу до інструментів електронного урядування на рівні громад. Надано рекомендації, що при реалізації політики доцільно фіксувати кількість новоутворених локальних медіа ініціатив та моніторити їх на дотримання журналістських стандартів. Зазначено, що наступні кроки мають забезпечувати редакційний розвиток гіперлокальних медіа та реальний захист локальних журналістів.

Підсумовуючи роботу, автором надано власний досвід дослідження гіперлокальних медіа, який було здобуто до повномасштабного вторгнення на території Сумської, Харківської та Чернігівської областей. Описано проблеми розбудови медіа ініціативи під спільним брендом «Громадське ТБ» в Україні, а також наведено приклади успішних гіперлокальних медіа під загальною назвою «The City». Зафіксовано цілі та завдання АТ «НСТУ» в розбудові гіперлокального інформування на 2023-2025 роки.

ВИСНОВКИ

У даній роботі представлено стан, проблеми та напрямки розвитку регіональних та гіперлокальних медіа в Україні та світі. Підкреслюючи, що регіональні та гіперлокальні медіа є важливим джерелом інформації для мешканців певного регіону, які здатні здійснювати потужний вплив на формування громадської думки і спонукати регіон до економічного розвитку, дослідження пропонує рішення, які допоможуть покращити ситуацію зі свободою слова та доступом до інформації на шляху України до ЄС.

1. Досліджено, що державна медійна політика ґрунтується на низці нормативно правових актів, таких як: Конституція України, Цивільний, Кримінальний та Виборчий кодекси, Закони України, а також постанови та розпорядження КМУ. Висвітлено історію створення, проблеми, завдання та роль Суспільного мовлення в Україні, як вагомій інституції, що забезпечує демократичні перетворення. Наголошено, що з моменту створення АТ «НСТУ» (2017 рік) було розпочато діяльність з перетворення колишніх державних телерадіокомпаній на мережу мовників Суспільного, яка нині складається з понад 27 телеканалів національного та регіонального покриття, радіостанцій, діджитал платформ та інших необхідних для функціонування активів. Наголошено, що розвиток Суспільного мовлення спонукає українську журналістику прямувати до стандартів та дотримання етичних норм. Наводяться також основні документи, що регулюють діяльність країн учасниць ЄС в сфері медіа.

2. Огляд світового медіа ринку та практик щодо регіонального та гіперлокального інформування створює більш цілісну картину щодо стану проблеми в світі і надає приклади рішень, які були застосовані в США, Польщі та Швеції.

Так, Суспільне телебачення та радіо Швеції визначило свої пріоритетні напрямки, як то комунікація з громадами та широке висвітлення регіональних новин на власних платформах. Підкреслено, що особливе значення регіональні медіа мали в умовах криз, зокрема світової пандемії COVID 19.

Зазначено, що Суспільне мовлення США складається з двох національних мереж радіо та телебачення, а особливістю американської медійної політики є правові традиції та значуща роль вільного ринку. Описано поняття «новинних пустель», які виникли через різке зменшення кількості місцевих газет в результаті зміни технологій та глобалізації ринків.

Визначено, що в Польщі перетворення державного радіо та телебачення на Суспільне мовлення розпочалось після соціально-економічних перетворень та прямування до європейської інтеграції аудіовізуального медіа продукту. Зафіксовано визначальний вплив держави на функціонування та розвиток Суспільного мовника, залежність медіа від політичних сил та традиційного устрою суспільства.

3. Описано вплив повномасштабного вторгнення на регіональні та гіперлокальні медіа. Зафіксовано зростання ролі регіонального та гіперлокальних медіа, основні завдання яких полягали в оперативному інформуванні населення щодо загроз, наданні достовірної інформації про події та стан громади. Наголошено, що сама суть гіперлокального медіа полягає в самоорганізації та низових ініціативах. Висвітлено питання щодо тривалості інформаційної монополії в руках держави, утримання єдиного голосу новин, обмеження доступу до інформації суспільного значення. Як наслідок, сповільнюється демократичний розвиток країни і посилюється внутрішня диктатура влади. Підкреслено необхідність дотримання стандартів Ради Європи для подальшої інтеграції України в ЄС.

Визначено важливі проблеми, з якими зіштовхнулись гіперлокальні медіа під час повномасштабного вторгнення: різке зменшення рекламного ринку, нестача людських ресурсів, відсутність довгострокового планування, неможливість гарантувати безпеку, тощо. Отже, гіперлокальне інформування зіштовхнулось з проблемами, для подолання яких відсутні дієві механізми чи практики. Досліджено, що спостерігається тенденція перетікання аудиторій від традиційних медіа до нових, наприклад, соціальних мереж та месенджерів, а відтак – зростають обсяги дезінформації. Підкреслено, що серед негативних

наслідків воєнного стану є самоцензура виробників через загострене відчуття відповідальності або патріотизм.

Досліджено медіа прикордонних територій. Визначено та структуровано виклики гіперлокальних медіа прикордонних територій за такими ознаками: мова медіа, перехрестя подій, глобальна локалізація.

4. Висвітлено проблеми, завдання та роль Суспільного мовлення України, як одну із наймолодших інституцій, яка створювалась в умовах політичної нестабільності та тиску. Обґрунтовано, що суспільні мовники разом з іншими видами публічних медіа є основними інструментами захисту свободи слова. Підкреслено, що на суспільні мовники накладається додаткова відповідальність щодо прозорості, підзвітності та створенні контенту для всіх аудиторій та груп. Визначено, що головні завдання суспільного мовлення полягають у забезпеченні доступу громадян до достовірної інформації, збереженні та розвитку матеріальної і нематеріальної культурної спадщини. Доведено, що країни, які мають потужні суспільні мовники мають відповідно вищий рівень довіри всередині суспільства. Розглянуто питання щодо виконання вимог Угоди про Асоціацію і поступове наближення українського законодавства до законодавства ЄС в сфері аудіовізуальних медіа послуг.

5. На основі опрацьованого теоретичного матеріалу, публікацій міжнародних експертів, а також власних практичних досліджень, підготовлено Аналітичну записку щодо забезпечення фінансової незалежності гіперлокальним медіа та надано практичні рекомендації щодо державної підтримки гіперлокальним медіа в Україні. Наголошено, що підтримка гіперлокального інформування сприяє розбудові громади, контролю місцевої влади, створенню майданчиків для діалогу між владою та мешканцями громади, а також поширенню найкращих практик доброго врядування. Зазначено, що головним завданням гіперлокального медіа є підвищення рівня обізнаності мешканців щодо викликів, які виникають перед громадою та пошуку рішень для їх розв'язання.

Досліджено рейтинг свободи преси в світі, наведено результати соціологічних досліджень, що дало можливість визначити діджитал платформи

як пріоритетні майданчики для гіперлокальних медіа через свою невисоку виробничу затратність та високу потенційну спроможність охоплення власників смартфонів.

Визначено та згруповано причини, що спонукали до виникнення проблеми відсутності якісних гіперлокальних медіа: фінансова залежність медіа на місцях, відсутність фахівців та мотивації в громадах для створення незалежних медіа. Розглянуто потенційні наслідки невирішення проблеми: посилення впливу власників медіа на редакційну політику, відсутність гіперлокального інформування в цілому, спрощення, що веде до поляризації суспільства, зростання впливу місцевих еліт та створення «новинних пустель».

6. Сформульовано варіанти політики для вирішення проблеми, наголошено, що держава повинна створити умови для стабільного фінансування гіперлокальних медіа на основі діючих механізмів, оскільки грантові можливості не можуть у повній мірі забезпечити стабільний розвиток гіперлокальних медіа на всій території України. Розглянуто ресурси, які необхідно залучити для розв'язання проблеми, зокрема, правовий, монетарний, людський, інформаційний та ресурс довіри. Розв'язанням проблеми визначено внесення в план дій із впровадження Ініціативи «Партнерство «Відкритий Уряд» у 2024-2025 роках ряду нових зобов'язань, які виконуються органами виконавчої влади за участю заінтересованих інститутів громадянського суспільства та міжнародних організацій, а саме – створення умов для функціонування незалежних гіперлокальних мовників. Загрозою для ефективного вирішення проблеми може стати повсюдна «шаріївщина», яка підриває довіру до медіа. Запропоновано показники ефективності, цільові індикатори та комунікаційні заходи для реалізації оптимального варіанту політики.

Запропоновано власні кейси підтримки гіперлокальних ініціатив, що в майбутньому мають перетворитись на повноцінні гіперлокальні медіа. Зафіксовано важливість подальшого розвитку незалежних медіа в умовах повномасштабного вторгнення та під час відбудови для вступу України в ЄС із

залученням міжнародних організацій, громадянського суспільства та суб'єктів господарювання.

СПИСОК ВИКОРИСТАНИХ ДЖЕРЕЛ

1. Бенівська Л.Я. (2020). Прикордонні території у несприятливих суспільно-економічних умовах: ідентифікація та проблеми розвитку. URL: [http://ird.gov.ua/sep/sep20202\(142\)/sep20202\(142\)_025_BenovskaL.pdf](http://ird.gov.ua/sep/sep20202(142)/sep20202(142)_025_BenovskaL.pdf)
2. Вербовий Р.М. (2015). Гіперлокальні медіа як різновид ЗМІ: визначення поняття, функції, видова характеристика. *Гуманітарні науки*, № 2 (41)
3. Вибірчий Кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/396-20#Text>
4. Громадське радіо. URL: <https://hromadske.radio/about#about>
5. Громадське ТБ відхрестилося від ініціатив «Громадське Київ» і «Громадське Херсон». ДМ Суспільного. URL: <https://stv.detector.media/digital/read/2059/2016-01-16-gromadske-tb-vidkhrestylosya-vid-initsiatyv-gromadske-kyiv-i-gromadske-kherson/>
6. Державний реєстр суб'єктів інформаційної діяльності. URL: <https://www.nrada.gov.ua/derzhavnyj-reyestr-sub-yektiv-informatsijnoyi-diyalnosti-u-sferi-telebachennya-radiomovlennya/>
7. Дослідження «Демократія, права і свободи громадян та медіаспоживання в умовах війни». URL: https://www.kiis.com.ua/materials/pr/20220817/_/Дослідження%20Демократія%20права%20і%20свободи%20громадян%20та%20медіаспоживання%20в%20умовах%20війни.pdf?fbclid=IwAR36fieKyh25vZ8FK3jm0NbO7Sp62wSUPUNIWI_oLnFHQyWQ7zy0r3FjUMI
8. Дослідження «Культура (субкультура) бідності в Україні (Центр близькосхідних досліджень (AMES), Аналітичний центр УКУ, за підтримки МФ «Відродження»). URL: <http://sociology.ucu.edu.ua/wp-content/uploads/2019/10/KULTURA-BIDNOSTI-V-UKRAYINI.pdf>
9. Експертне дослідження «Стратегічний потенціал розвитку громад». URL: <https://www.reputation.contractors/gromady2020>
10. Європейська конвенція з прав людини. URL: https://www.echr.coe.int/documents/convention_ukr.pdf
11. Житарюк М. (2018). Теорії та моделі масової інформації (Масова комунікація) : навч.-метод. посібник. – Львів : ЛНУ імені Івана Франка, 2018. – С. 156.
12. Закон України «Про медіа». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
13. Закон України Про державну підтримку медіа, гарантії професійної діяльності та соціальний захист журналіста. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/540/97-%D0%B2%D1%80#Text>
14. Закон України Про забезпечення функціонування української мови як державної. Відомості Верховної Ради, 2019, №21, URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2704-19#Text>

15. Закон України Про затвердження Указу Президента України «Про введення воєнного стану в Україні». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2102-20>
16. Закон України Про медіа. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
17. Закон України Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/917-19#Text>
18. Закон України Про Суспільне телебачення і радіомовлення України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/1227-18#Text>
19. IMI. Після 24 лютого: яким був 2022 рік для регіональних медіа. URL: <https://imi.org.ua/monitorings/pislya-24-lyutogo-yakym-buv-2022-rik-dlya-regionalnyh-media-i50014>
20. Індекс свободи преси. Журналісти без кордонів. URL: <https://rsf.org/en/index>
21. Інститут Демократії ім.Пилипа Орлика. Політики, нардепи та «золота» мазь – як джинсували регіональні медіа у січні? URL: <https://idpo.org.ua/reports/5065-politiki-nardepi-ta-zolota-maz-yak-dzhinsuvali-regionalni-media-u-sichni.html>
22. Кабінет Міністрів України. URL: <https://www.kmu.gov.ua/catalog>
23. Квіт С.М. (2008). Масові комунікації. Київ: [Київ, Видавничий дім «Києво-Могилянська академія»], 206 с.
24. Кодекс України про адміністративні правопорушення. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/80731-10#n309>
25. Команда Суспільного мовлення приїхала до Мени шукати представника в регіоні. URL: <https://susidy.city/articles/170379/komanda-suspilnogo-priihala-domeni-shukati-predstavnika-uregioni>
26. Конкурс «Створюй із Суспільним» зібрав майже дві сотні ідей телевізійних проєктів. Громадський простір. URL: <https://www.prostir.ua/?news=konkurs-stvoryuj-iz-suspilnym-zibrav-majzhe-dvi-sotni-idej-televizijnyh-projektiv>
27. Конституція України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/254%D0%BA/96-%D0%B2%D1%80#Text>
28. Кримінальний кодекс України. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2341-14#Text>
29. Купрієнко Д. А. (2014). Державна територія і державний кордон : навчальний посібник. [Д. А. Купрієнко, Ю. А. Дем'янюк, О. В. Діденко]. – Хмельницький : Видавництво НАДПСУ, 2014. – 256 с <https://core.ac.uk/download/pdf/32308101.pdf> – С.64
30. Марушкіна І., Танчин І. Регіональні ЗМІ в епоху нових медіа: *Вісник Львівського Університету*. URL: <http://publications.lnu.edu.ua/bulletins/index.php/journalism/article/viewFile/5422/5431>
31. Матвієнків С. (2022). Регіональні медіа: дефініція поняття та функціонування в умовах російсько-української війни 2022 року. URL: <http://>

www.baltijapublishing.lv/omp/index.php/bp/catalog/download/237/6342/13378-1?inline=1

32. Медіаспоживання українців в умовах повномасштабної війни. Опитування ОПОРИ. URL: https://www.oporua.org/report/polit_ad/24068-mediaspozhyvannia-ukrayintsiv-v-umovakh-povnomasshtabnoyi-viini-opituvannia-opori

33. Методологічні роз'яснення. Моніторинг ефіру телерадіокомпаній щодо встановлених законом квот. URL: https://www.nrada.gov.ua/wp-content/uploads/2019/02/metod_1.4.pdf

34. Нестеряк Ю. М. Гіперлокальні медіа: перспективи для України. *Наукові записки Інституту журналістики*. – 2014. – С. 130-134.

35. Остапа С.В., Міський В.В., Розкладай І.Є. (2018). Суспільне мовлення в Україні: історія створення та виклики. – Київ: ТОВ «Друкарня Віол», 2018. – С. 4.

36. Офіс Ради Європи в Україні. Про Раді Європи. URL: <https://www.coe.int/uk/web/kyiv/the-coe/about-coe>

37. Постанова №3650 «Про утворення та ліквідацію районів». URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/807-20#Text>

38. Постанова ВРУ Про перелік, кількісний склад і предмети ивидання комітетів ВРУ дев'ятого скликання. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/19-20#Text>

39. Пояснюємо, що таке гіперлокальні медіа й чим вони відрізняються від інших. URL: <https://www.thelede.media/management/2020/02/25/1086/>

40. Працював і як журналіст, і як волонтер-рятувальник, – спецкор Суспільне Суми у місті Охтирка. Суспільне Суми. URL: <https://sm.suspilne.media/articles/16351>

41. Президент Польщі підписав закон, що посилює контроль влади за громадськими ЗМІ. ДМ. *Media sapiens*. URL: <https://ms.detector.media/media-i-vlada/post/15554/2016-01-08-prezydent-polshchi-pidpysav-zakon-shcho-posylyuie-kontrol-vlady-za-gromadskymy-zmi/>

42. Про затвердження Державної стратегії регіонального розвитку на 2021-2027 роки. КМУ Постанова від 5 серпня 2020 року №695. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/695-2020-%D0%BF#Text>

43. Розбудова гіперлокальної мережі універсальних журналістів. Охтирська міська рада. URL: <https://okhtyrkamr.gov.ua/%D1%80%D0%BE%D0%B7%D0%B1%D1%83%D0%B4%D0%BE%D0%B2%D0%B3%D1%96%D0%BF%D0%B5%D1%80%D0%BB%D0%BE%D0%BA%D0%B0%D0%BB%D1%8C%D0%BD%D0%BE%D1%97%D0%BC%D0%B5%D1%80%D0%B5%D0%B6%D1%96-%D1%83%D0%BD%D1%96/>

44. Charter of fundamental rights of the european union 2012/C 326/02 URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX:12012P/TXT>

45. Сейм Польщі ухвалив закон про телерадіомовлення, який викликав протести медійників. Детектор медіа. URL: <https://detector.media/infospace/>

[article/191039/2021-08-12-seym-polshchi-ukhvalyv-zakon-pro-teleradiomovlennya-yakyy-vyklykav-protesty-mediynykiv/](https://www.kmu.gov.ua/ua/press/article/191039/2021-08-12-seym-polshchi-ukhvalyv-zakon-pro-teleradiomovlennya-yakyy-vyklykav-protesty-mediynykiv/)

46. Скандал на «Громадському»: заяви Романа Скрипіна та Наталі Гуменюк. ДМ. Media sapiens. URL: <https://ms.detector.media/telebachennya/post/15716/2016-01-19-skandal-na-gromadskomu-zayavy-romana-skrypina-ta-natali-gumenyuk/>

47. Стан регіональних медіа в Україні. Воєнне видання. URL: <https://research.mediadevelopmentfoundation.org/>

48. Суспільне новини, 3 жовтня 2022: В Україні 4,6 мільйона внутрішніх переселенців — Мінсоцполітики <https://suspilne.media/288207-v-ukraini-46-miljona-vnutrisnih-pereselenciv-minsocpolitiki/>

49. Суспільне розбудовує гіперлокальну мережу на Сумщині. ДМ Суспільного. <https://stv.detector.media/spilnota/read/6862/2021-10-12-suspilne-rozbudovuie-giperlokalnu-merezhu-na-sumshchyni/>

50. Угода про асоціацію між Україною, з однієї сторони, та Європейським Союзом, Європейським співтовариством з атомної енергії і їхніми державами-членами, з іншої сторони. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_011#Text

51. Україна отримала статус кандидата на членство в ЄС. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/ukrayina-otrimala-status-kandidata-na-chlenstvo-v-yes>

52. Фрей М. (2021). Польові дослідження українських регіонів. Рубрика – медіа корисних рішень для кожного. 16.12.2021. URL: <https://rubryka.com/blog/field-research-ukrainian-regions/>

53. Фрей М. (2022). Концепція регіонального мовлення АТ «НСТУ» на 2022–2025 роки (нова редакція). URL: https://corp.suspilne.media/media/documents/protokoli-naglyadovoyo-radi/Protokol_NR_72_30_08_22/13.Kontseptsiya_Rehional%CA%B9noho_Movlennya_2022-2025_Nova_Redaktsiya.pdf

54. Центр демократії та верховенства права. Європейський акт свободи медіа: перспективи та ризики. URL: <https://cedem.org.ua/analytics/evropeiskyi-akt-svobody-media/>

55. Цивільний кодекс України. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/435-15#Text>

56. Чужиков А.В., Чужиков В.І. (2019). Реалізація медійної політики ЄС: економіко-правові механізми та інструменти. *Економічна наука*. URL: http://www.economy.in.ua/pdf/12_2019/8.pdf

57. A History of Swedish Broadcasting: Communicative Ethos, Genres and Institutional Change. URL: <http://norden.diva-portal.org/smash/get/diva2:1534761/FULLTEXT01.pdf>

58. Abo media. URL: <https://abo.media/franch#mapa>

59. Deadly year for journalists as killings rose sharply in 2022, Jennifer Dunham/CPJ Deputy Editorial Director, January 24, 2023, URL: <https://cpj.org/reports/2023/01/deadly-year-for-journalists-as-killings-rose-sharply-in-2022/>

60. Disinformation resilience in central and eastern Europe. URL: http://prismua.org/wp-content/uploads/2018/06/DRI_CEE_2018.pdf

61. European Media Freedom Act: Commission proposes rules to protect media pluralism and independence in the EU. URL: https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_22_5504

62. Eve Salomon and Tanja Kerševan. The Law «On Media» of Ukraine. URL: <https://rm.coe.int/dgi-2023-03-ukraine-tp-law-on-media-2751-9297-4855-1-2753-6081-2551-1/1680aa72df>

63. Freedom of the Press Act of 1766. URL: <https://www.britannica.com/topic/Freedom-of-the-Press-Act-of-1766>

64. Garz M., Zhuang M. Media Coverage and Pandemic Behaviour: Evidence from Sweden. Stockholm Institute of Transition Economics. URL: <https://swopec.hhs.se/hasite/papers/hasite0061.1.pdf>

65. Hromadske. URL: <https://hromadske.ua/about>

66. Hussman school of journalism and media. The expanding news desert. URL: <https://www.usnewsdeserts.com/>

67. Knight Foundation. Knight Media Forum 2023. URL: https://knightfoundation.org/events/knight-media-forum/knight-media-forum-2023/?gclid=Cj0KCQjwt_qgBhDFARIsABcDjOfvpVquyOsoDjW4DpvVLLaiMwyTrPmmkKUGDBw72A7tMbgMAPf3PisaAr9YEALw_wcB

68. Kto jest właścicielem najpopularniejszych mediów w Polsce. URL: <https://www.ikalkulator.pl/blog/kto-jest-wlascicielem-najpopularniejszych-mediow-w-polsce/>

69. Media landscapes. Expert analyses of the state of media. Sweden. URL: <https://medialandscapes.org/country/sweden>

70. Media landscapes. Expert analyses of the state of media. Sweden. URL: <https://medialandscapes.org/country/sweden/media/television>

71. Media landscapes. Expert analyses of the state of media. Sweden. URL: <https://medialandscapes.org/country/sweden/media/social-networks>

72. Media landscapes. Expert analyses of the state of media. USA. URL: <https://medialandscapes.org/country/united-states>

73. Nielsen R. K. Local Journalism: The Decline of Newspapers and the Rise of Digital Media. URL: https://books.google.com.ua/books?hl=uk&lr=&id=4BGMDwAAQBAJ&oi=fnd&pg=PP2&dq=local+media+&ots=GcdlPguiwM&sig=oYzlxOE2g3a-3WHYozdszh7Nav0&redir_esc=y#v=onepage&q=local%20media&f=false

74. Pluralism under attack: the assault on press freedom in Poland. URL: <https://web.archive.org/web/20190213022413/https://freedomhouse.org/report/special-reports/assault-press-freedom-poland>

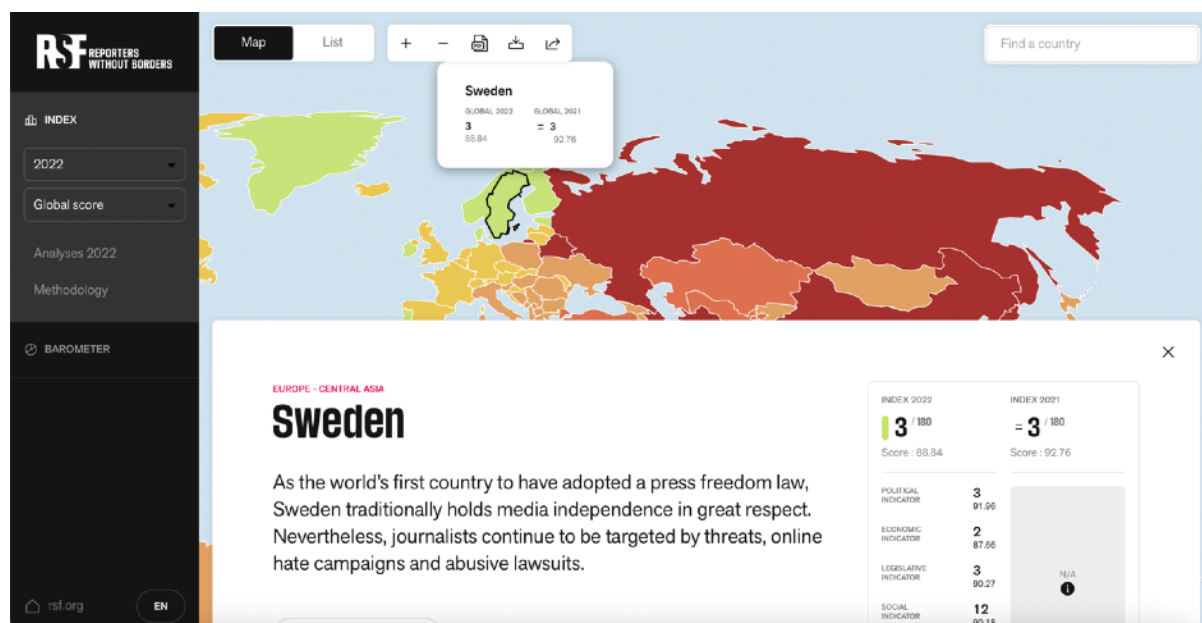
75. Räckviddsutveckling ORVESTO Konsument 2005-2014. URL: https://www.kantarsifo.se/sites/default/files/reports/documents/rackviddsutveckling_2005_2-2014_1.pdf

76. Recommendation CM/Rec(2016)5 of the Committee of Ministers to member States on Internet freedom https://search.coe.int/cm/Pages/result_details.aspx?ObjectId=09000016806415fa
77. Recommendation of the Committee of Ministers to member states on a new notion of media URL: <https://edoc.coe.int/en/media/8019-recommendation-cmrec20117-on-a-new-notion-of-media.html>
78. Reporters without borders. Barometr. URL: https://rsf.org/en/barometer?exaction_victimes_pays%5B201%5D=201&annee_start=2023&annee_end=2023#exaction-victimes
79. Reporters without borders. Index. URL: <https://rsf.org/en/index>
80. Reuters Institute for the study of journalism. 2021 Digital news report. Sweden. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/sweden>
81. Reuters Institute for the study of journalism. 2021 Digital news report. Poland. URL: <https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2021/poland>
82. RSF's 2022 World Press Freedom Index: a new era of polarisation. URL: https://rsf.org/en/rsf-s-2022-world-press-freedom-index-new-era-polarisation?year=2022&data_type=general
83. Sofie Hvitved. A Wake-up Call From The Future Media Landscape. URL: <https://medium.com/copenhagen-institute-for-futures-studies/a-wake-up-call-from-the-future-media-landscape-4ccb220508a7>
84. Sullivan M. Ghosting the News: Local Journalism and the Crisis of American Democracy. URL: <https://journals.sagepub.com/doi/full/10.1177/10776990211042591>
85. Sullivan M. The Washington Post. Every week, two more newspapers close — and ‘news deserts’ grow larger. URL: <https://www.washingtonpost.com/media/2022/06/29/news-deserts-newspapers-democracy/>
86. SVT. URL: <https://omoss.svt.se/about-svt.html>
87. The Role of Public Broadcasting. Edited by W. Lance Bennett and Steven Livingston URL: <https://www.cambridge.org/core/books/disinformation-age/role-of-public-broadcasting/CFB7BEBE687F03E1849105B3214764AB#EN-fn-430>
88. The Ukrainians. Медіа Практики. Лера Лауда, Студія розвитку локальних медіа АБО. URL: <https://theukrainians.org/lauda-studiya-abo/>
89. The White House. The constitution. URL: <https://www.whitehouse.gov/about-the-white-house/our-government/the-constitution/>
90. Think with Google. URL: <https://www.thinkwithgoogle.com/data-collections/youtube-stats-video-consumption-trends/>
91. United states media guide. BBC. URL: <https://www.bbc.com/news/world-us-canada-16757497>
92. Wasilewski K. Media hiperlokalne i regionalizm 2.0. URL: https://www.academia.edu/67027559/MEDIA_HIPERLOKALNE_I_REGIONALIZM_2_0

ДОДАТКИ

Додаток А

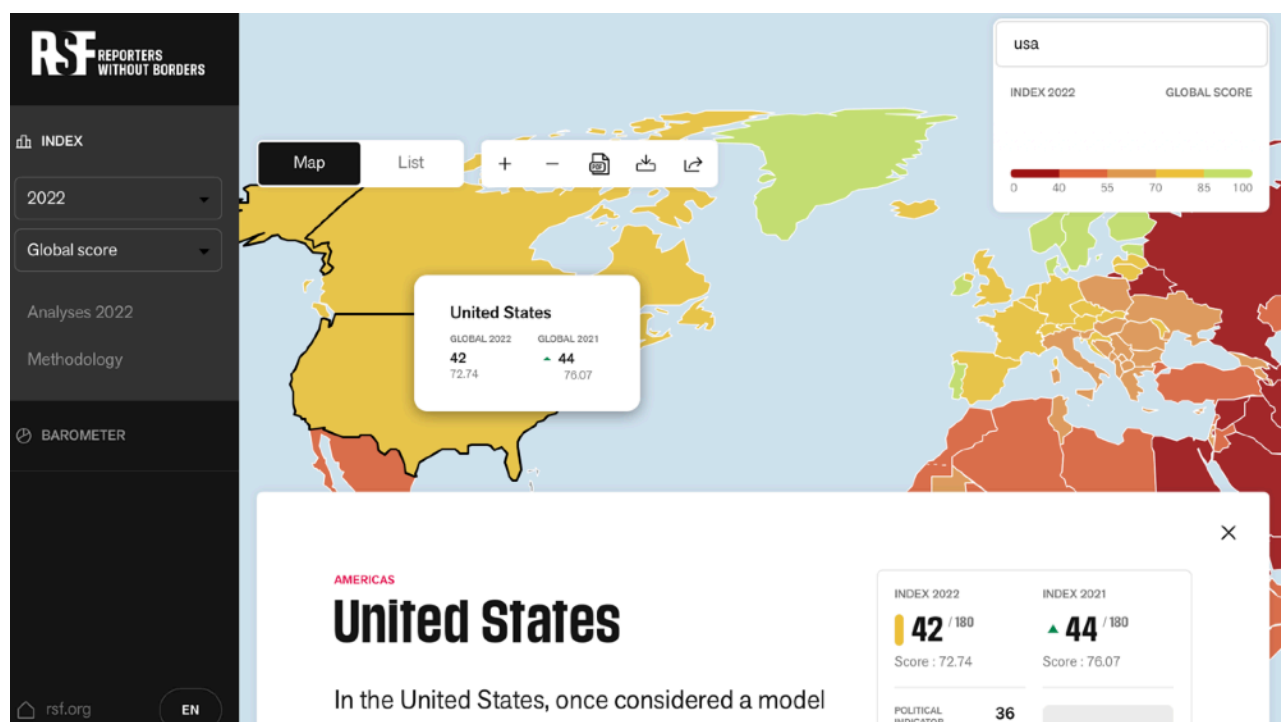
Рейтинг свободи преси. Швеція



Джерело: <https://rsf.org/en/index>

Додаток Б

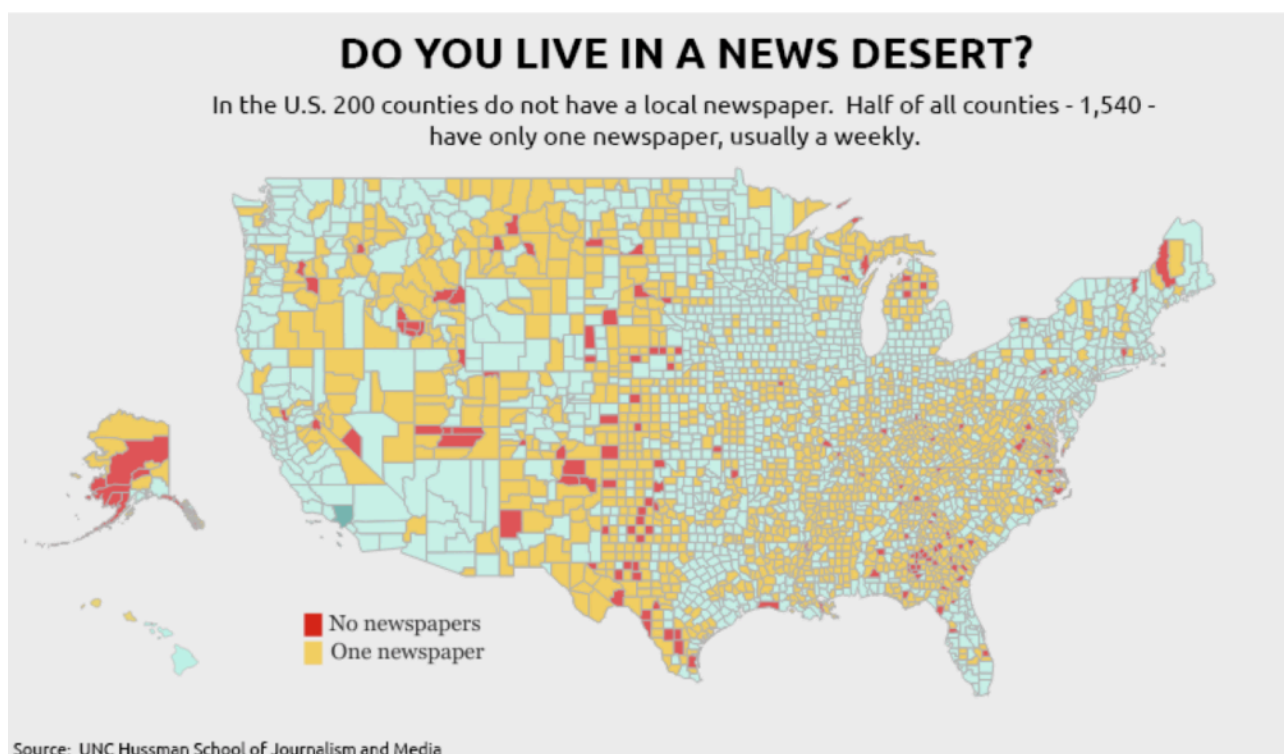
Рейтинг свободи преси. США



Джерело: <https://rsf.org/en/index>

Додаток В

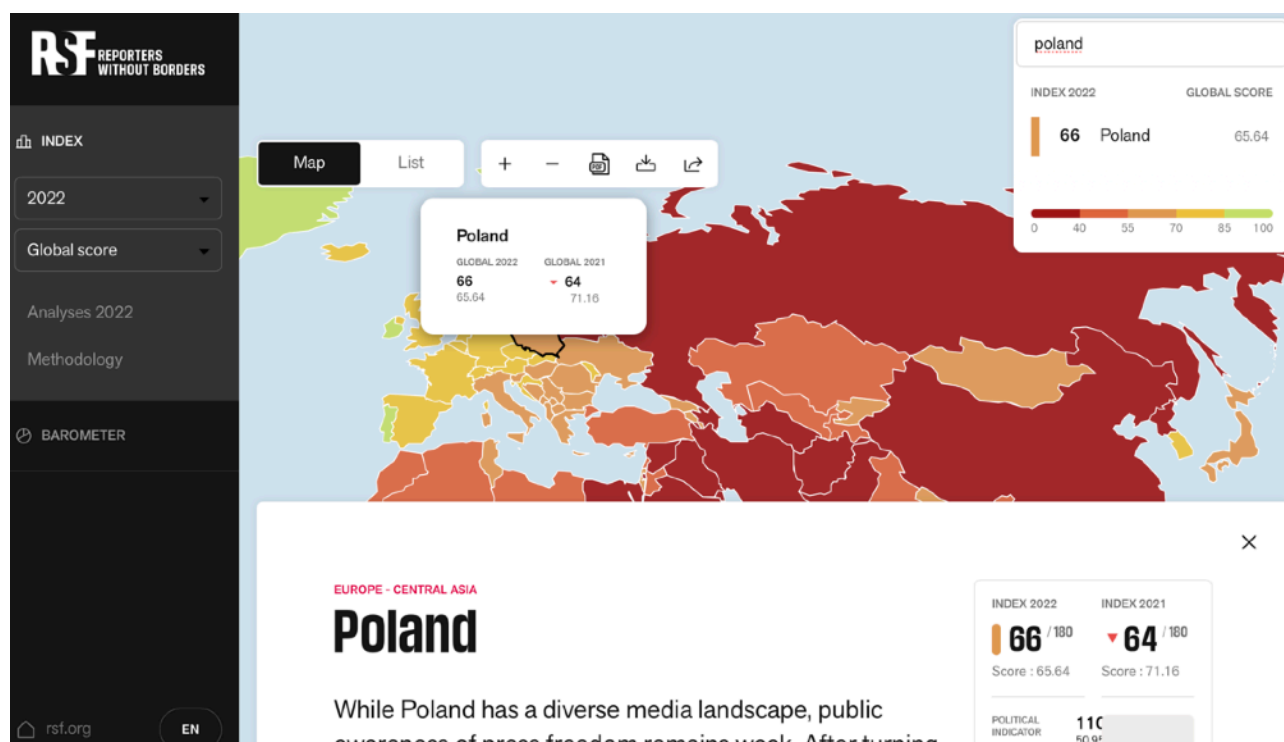
Новинні пустелі. США



Джерело: <https://www.usnewsdeserts.com/>

Додаток Г

Рейтинг свободи преси. Польща



Джерело: <https://rsf.org/en/index>

Повноваження Наглядової ради НСТУ

ПОВНОВАЖЕННЯ НАГЛЯДОВОЇ РАДИ СУСПІЛЬНОГО МОВНИКА - АТ «НСТУ»

Наглядова рада АТ «НСТУ» здійснює нагляд за діяльністю АТ «НСТУ»



Наглядова рада АТ «НСТУ» не може втручатися у поточну господарську діяльність правління АТ «НСТУ»

НАГЛЯДОВА РАДА АТ «НСТУ»:

ЗДІЙСНЮЄ СТРАТЕГІЧНЕ УПРАВЛІННЯ:



визначає основні напрями діяльності АТ «НСТУ» та затверджує Стратегію розвитку АТ «НСТУ»;



затверджує щорічно план діяльності АТ «НСТУ» та звіт про діяльність;



погоджує фінансовий план компанії та звіт про фінансово-господарську діяльність;



затверджує інші внутрішні документи відповідно до Статуту АТ «НСТУ» та вносить зміни до них;



встановлює умови та розмір оплати праці працівників АТ «НСТУ»;



приймає рішення про створення, реорганізацію, ліквідацію дочірніх юридичних осіб АТ «НСТУ»;



готує пропозиції щодо вдосконалення нормативно-правового регулювання АТ «НСТУ» та подає їх відповідним органам державної влади.



ЗДІЙСНЮЄ КЛЮЧОВІ ПРИЗНАЧЕННЯ:

обирає на конкурсних засадах на чотири роки голову правління АТ «НСТУ» та, за його поданням, членів правління АТ «НСТУ», укладає з ними контракти, приймає рішення про дострокове припинення їхніх повноважень;



обирає із свого складу голову, заступника голови та секретаря Наглядової ради АТ «НСТУ», приймає рішення про припинення їхніх повноважень;



обирає членів та голову ревізійної комісії АТ «НСТУ», приймає рішення про припинення їхніх повноважень, затверджує положення про ревізійну комісію;



створює та ліквідує громадські ради та інші дорадчі органи, визначає порядок їхньої діяльності, формує їхній склад.



ГАРАНТУЄ РЕДАКЦІЙНУ НЕЗАЛЕЖНІСТЬ СУСПІЛЬНОГО МОВЛЕННЯ:

затверджує редакційний статут та контролює його виконання;



призначає п'ять членів редакційної ради АТ «НСТУ».

ПОВНОВАЖЕННЯ НАГЛЯДОВОЇ РАДИ АТ «НСТУ» ВИЗНАЧЕНІ В

законі «Про Суспільне телебачення та радіомовлення України»

Статуті АТ «НСТУ»

Положенні про Наглядову раду АТ «НСТУ»

Проект «Європейський Союз і Рада Європи працюють разом для підтримки свободи медіа в Україні» має на меті зміцнити роль медіа, їхню свободу та безпеку. Ця публікація виготовлена за фінансової підтримки Європейського Союзу та Ради Європи. Погляди, висловлені у цьому документі, не відображають офіційну позицію Європейського Союзу та Ради Європи.

Європейський Союз та Рада Європи працюють разом для підтримки свободи медіа в Україні

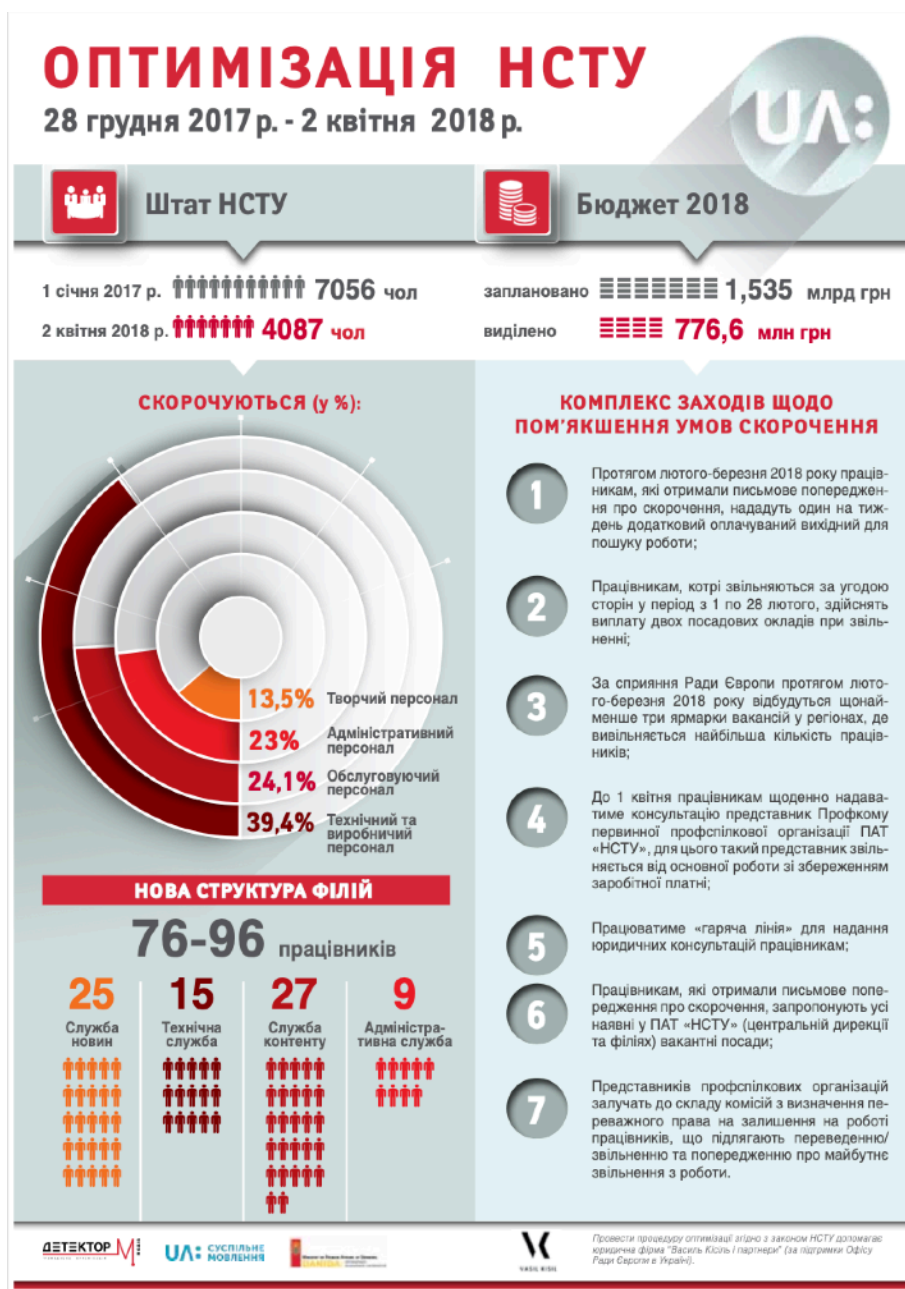
Фінансується
Європейським Союзом
та Радою Європи



Впроваджується
Радою Європи

Джерело: <https://www.nrada.gov.ua/public-broadcasting/>

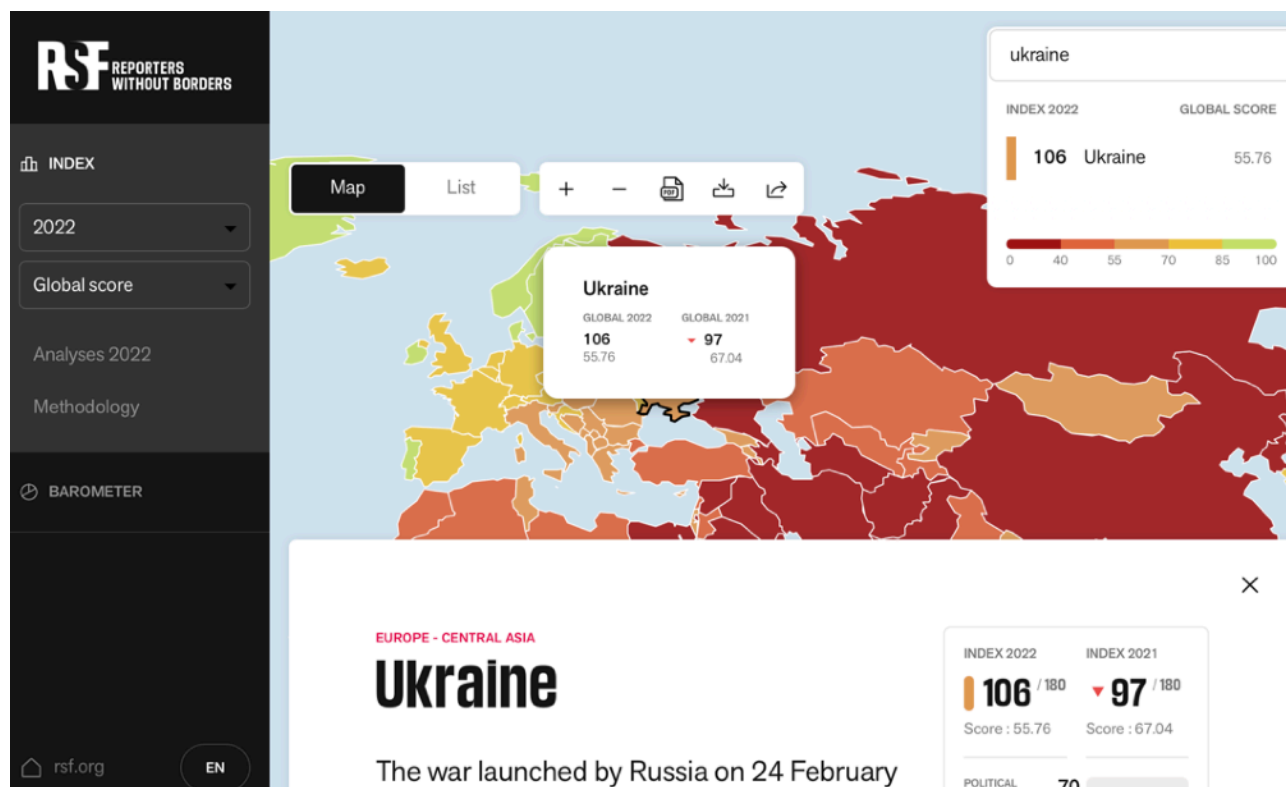
Реформа Суспільного мовлення України



Джерело:

<https://>detector.media/php_uploads/files/books/ua-suspilne-web.pdf

Рейтинг свободи преси. Україна



Джерело: <https://rsf.org/en/index>