

РОЛЬ ДЕРЖАВИ В ПОВОЄННОМУ ВІДНОВЛЕННІ ПЛЮРАЛІСТИЧНОГО МЕДІАЛАНДШАФТУ

Стратегічний бриф

DOI: [10.70719/respol.2025.89](https://doi.org/10.70719/respol.2025.89)

2025



Про проєкт RES-POL	4
Резюме	6
1. Роль держави в підтримці локальних та нішевих медіа	8
1.1. Опис проблеми	8
1.2. Європейські практики підтримки локальних та нішевих медіакомпаній	10
Приклади моделей підтримки медіа за країнами	16
1.3. Огляд міжнародних стандартів та вимог щодо державної підтримки медіа	22
Рекомендація CM/Rec(2022)4 Комітету міністрів Ради Європи щодо створення сприятливого середовища для якісної журналістики в цифрову епоху	22
Рекомендація CM/Rec(2018)1 Комітету міністрів Ради Європи щодо медіаплюралізму та прозорості медіавласності	24
«Індикатори розвитку медіа: структура для оцінювання розвитку медіа» (UNESCO, 2010)	25
Декларація Windhoek+30: інформація як суспільне благо (UNESCO, 2021)	27
1.4. Варіанти політик та рекомендації щодо державної підтримки локальних та нішевих медіакомпаній	28
Рекомендації для повоєнного відновлення плюралістичного медіаландшафту в Україні	34
2. Повоєнна трансформація військових медіа	36
2.1. Поточний стан військових медіа в Україні	37

2.2. Закордонні приклади організації роботи військових медіа у власності держави	39
2.3. Огляд міжнародних стандартів і вимог до незалежності, правового регулювання та підзвітності публічних медіа	44
Відповідність українських військових медіа європейським стандартам	46
2.4. Варіанти політик та рекомендації щодо повоєнного майбутнього військових медіа	47
Рекомендації для повоєнного відновлення плюралістичного медіаландшафту в Україні	52

Про проєкт RES-POL

Проєкт RES-POL має на меті посилити функціональну спроможність [Міністерства культури та стратегічних комунікацій](#) і його відомств (Українського інституту книги, Українського культурного фонду, Державного агентства України з питань мистецтв та мистецької освіти й Українського інституту національної пам'яті).

Тривалість проєкту RES-POL – від січня 2024 до липня 2025 року.

У фокусі проєкту RES-POL – чотири сектори (Мистецтво та культура, Культурна спадщина, Креативні індустрії та Медіа) і понад 20 підсекторів (індустрій та видів мистецької діяльності). Окремо RES-POL розглядає 10 істотних питань розвитку культури (конкурентна оплата праці, ефективність державних підприємств у сфері культури, фінансування креативних індустрій, моделі фінансування культурних послуг, громади та культурна спадщина, інтеграція з ЄС та культурна політика тощо).

Методологія проєкту передбачає:

- Опрацювати істотні питання політик у підсекторах на основі аналітичних записок (доступні на сторінці матеріалів RES-POL);
- Провести кабінетне дослідження аналітичних матеріалів про стан та динаміку розвитку сектору;
- Провести глибинні інтерв'ю із заінтересованими сторонами (учасниками ринку, представниками екосистем та середовищ, дотичними державними установами й організаціями);
- Сформувані списки істотних питань політики сектору разом з експертною командою RES-POL;
- Верифікувати їх із заінтересованими сторонами та описати істотні питання політики;
- Підготувати рекомендації для подальшого розроблення політик, які розв'язуватимуть визначені істотні питання.

Проєкт RES-POL активно залучає заінтересовані сторони на всіх етапах розроблення політик. Інформація про напрацювання проєкту доступна на сторінці [RES-POL у Facebook](#).

Автор стратегічного брифу

Вадим Міський – ключовий експерт сектору «Медіа» RES-POL, програмний директор ГО «Детектор медіа».

Рецензенти стратегічного брифу:

Ігор Розкладай – експерт сектору «Медіа» RES-POL, заступник виконавчої директорки ГО «Центр демократії та верховенства права»;

Володимир Воробей – керівник групи ключових експертів RES-POL;

Наталія Лигачова – голова ГО «Детектор медіа»;

Галина Петренко – директорка ГО «Детектор медіа».

Літературний редактор: **Євген Редько**;

Дизайнер: **Ємець Богдан**.

Документ підготовлений громадською організацією «Детектор медіа» на замовлення громадської спілки «Центр “Регіональний розвиток”» у співпраці з громадською організацією «Центр демократії та верховенства права»

Зміст цього стратегічного брифу є відповідальністю Громадської спілки «Центр “Регіональний розвиток”» і не обов’язково відображає позицію Європейського Союзу.

Резюме

Повоєнне відновлення плюралістичного медіаландшафту України постає перед низкою викликів, які ми дослідили та описали в базовому звіті проєкту RES-POL [«Вплив війни на український медіасектор: істотні питання політики в контексті повоєнної відбудови плюралістичного медіаландшафту»](#). Серед цих викликів – необхідність створити сталу систему підтримки локальних, регіональних та нішевих медіа, які найбільше постраждали внаслідок війни, і потреба трансформувати військові медіа, що нині перебувають у підпорядкуванні Міністерства оборони.

Повномасштабна війна в Україні оголила глибоку структурну кризу локальних, регіональних і нішевих медіа. За [даними](#) ІМІ, до 2025 року щонайменше 329 редакцій припинили діяльність через обстріли, мобілізацію персоналу, фінансову нестабільність та обвал рекламного ринку. У багатьох прифронтових та деокупованих громадах залишилося по одному-два медіа, які працюють у надзвичайно складних умовах. Цифрові медіа потерпають від нестачі кадрів і цифрових навичок, а нішеві проєкти – від донорозалежності й браку системної підтримки.

У країнах ЄС функціонує розгалужена система підтримки медіа, що поєднує податкові пільги, гранти, дотації та механізми державної реклами. У 24 із 27 країн діє знижена ставка ПДВ для друкованих і цифрових новинних медіа. Франція, Швеція, Австрія, Данія надають прямі субсидії, пов'язані з обсягами контенту та чисельністю штату. Бельгія й Італія підтримують роботодавців, що наймають молодих журналістів. Гранти надають на розслідування, цифрову трансформацію, розвиток медіаграмотності – з орієнтацією не на формат, а на суспільну цінність контенту.

З огляду на цей досвід, для України запропоновано шість інструментів політики, які рекомендовано застосовувати комплексно: податкові пільги (знижений ПДВ, стимулювання попиту); субсидії для регіональних медіа у вразливих громадах; інституційні гранти для незалежних нішевих медіа; проєктні гранти на відновлення, розслідування, інновації; дотації на працевлаштування молодих журналістів; компенсації витрат на доставляння друкованих видань. Усі форми підтримки мають бути прозорі, відкриті та адміністровані незалежно від політичного впливу. Критерієм участі редакцій у програмах мають бути підписання Кодексу етики українського журналіста,

участь у системі саморегулювання та дотримання професійних стандартів. Така комбінована модель дасть змогу зміцнити не лише плюралізм і стійкість, але і якість українського медіаландшафту.

Паралельно постає виклик повоєнної трансформації військових медіа, підпорядкованих Міністерству оборони: ефірного телеканалу «Армія TV», радіостанції «Армія FM» та інформагенції «Армія Inform». Ці медіа з'явилися після 2014 року у відповідь на інформаційні загрози, однак їхнє мовлення на цивільну аудиторію не відповідає демократичним стандартам. За законом «Про медіа», їхня діяльність дозволена лише на період війни – не більш ніж пів року після скасування статусу держави-агресора.

У країнах НАТО функції медіа при міністерствах оборони часто обмежені внутрішньою комунікацією або зовнішніми сервісами без ефірного мовлення. Актуальні міжнародні стандарти Ради Європи, ЄС та Європейської мовної спілки передбачають, щоб публічні (тобто, ті, що перебувають у власності держави) медіа були незалежні, підзвітні суспільству й захищені від впливу міністерств. Якщо військові медіа вирішать зберігати після війни – потрібно здійснити їхню глибоку інституційну трансформацію: створити незалежні наглядові ради, запровадити прозоре управління, правові гарантії редакційної незалежності та механізми громадського контролю.

У брифі розглянуто п'ять можливих моделей для подальшої долі військових медіа: від закриття ефіру з переходом до онлайн, приватизації ефірних медіаактивів до створення закритого медіасервісу для потреб ЗСУ. Остаточний вибір залежатиме від оцінювання спроможності держави здійснити ту чи ту трансформацію на момент наближення кінця війни.

1. Роль держави в підтримці локальних та нішевих медіа

1.1. ОПИС ПРОБЛЕМИ

Повномасштабна війна радикально оголила слабкі місця української медіасистеми, зокрема системну відсутність гнучкої державної підтримки для локальних, регіональних, нішевих і друкованих медіа. Йдеться про редакції, які часто стають єдиним джерелом якісної інформації для своїх громад, однак залишаються поза фокусом державної політики. Відсутність ефективної моделі фінансування таких медіа унеможлиблює їхнє стабільне функціонування під час війни та у фазі післявоєнного відновлення. За [даними](#) ІМІ, на лютий 2025 року щонайменше 329 українських медіа припинили діяльність через брак фінансування, падіння рекламного ринку, мобілізацію персоналу та наслідки окупації.

Друковані медіа особливо вразливі: у деокупованих та прифронтових громадах залишилися поодинокі видання, які виконують критично важливу функцію інформування, але не мають змоги забезпечити логістику, друк, дистрибуцію та оплату праці. Найвразливішими під час війни виявилися місцеві друковані медіа у громадах, розташованих близько до зони бойових дій. [Дослідження](#) НСЖУ зафіксувало, що в кожній четвертій із досліджених редакцій газет працює лише одна-дві особи, редакції не мають резервного електроживлення, заощаджень і цифрових навичок, а більшість опитаних представників друкованих медіа вперше отримали досвід грантової підтримки саме під час війни. У деяких випадках ідеться про втрату основного складу редакції або припинення друку – з переходом лише в онлайн. Фінансові труднощі посилюються логістичними бар'єрами: відсутністю справних каналів доставляння газет у прифронтові райони, зменшенням тиражів та обмеженням доступу до читачів.

Регіональні телерадіокомпанії також втратили значну частину технічної інфраструктури. Удар по телевежі в Харкові 22 квітня 2024 року й понад 24 цілеспрямовані обстріли телевізійних веж у всій країні були зафіксовані у звіті «Репортерів без кордонів», який став підставою для [звернення](#) до Міжнародного кримінального суду. Ці атаки не лише тимчасово заглушили мовлення, а й створили довгострокові технічні та фінансові проблеми. Крім

того, у багатьох громадах регіональні мовники не мають коштів, щоб сплатити послуги розповсюдження сигналу, що унеможлиблює відновлення мовлення.

Онлайн-редакції в регіонах зазвичай працюють із мінімальними командами. У [дослідженні](#) Media Development Foundation зазначено, що з редакцій, охоплених опитуванням, за рік звільнився кожен четвертий працівник (24 %), а досвід отримання грантової допомоги для більшості таких медіа був перший. Як зазначає IMI, відсутність фінансової подушки та обмежений доступ до резервних джерел енергії значно обмежують їхню стійкість. На інституційні бар'єри вказує і брак знань із фінансового планування та юридичного супроводу в нішевих і локальних медіа. Чимало таких медіа не мають жодної перспективи вижити без довгострокової системної підтримки. На цьому тлі особливо вразливими залишаються громади на деокупованих територіях, де редакції не мають змоги здійснити переоснащення або отримати допомогу в межах регіональних програм – часто такі програми взагалі не містять компоненту розвитку медіа.

Згідно з [дослідженням](#) від Громадянської мережі ОПОРА «Медіаспоживання українців: третій рік повномасштабної війни», у 2024 році знизився рівень довіри до всіх джерел інформації порівняно з попередніми роками. В аналітичній записці RES-POL [«Медіаграмотність та інформаційна стійкість: істотні питання політики»](#) зазначено, що, попри активність громадських організацій у сфері медіаграмотності, більшість проєктів донорозалежні й не мають перспективи інституційного розвитку без державної підтримки. Тож одним із ключових викликів є також відсутність сталої моделі державного фінансування для медіаосвітніх ініціатив. Цей вакуум особливо критичний у період гібридної війни, коли зростає вразливість громадян до дезінформації, а інструменти штучного інтелекту дедалі активніше використовують, щоб створювати фейки – як це фіксує щорічний [Індекс медіаграмотності українців](#) (Детектор медіа, 2024).

Отже, держава має сформувати багаторівневу модель підтримки локальних і нішевих медіа – з урахуванням їхнього типу, форми роботи та регіонального контексту. У протилежному разі Україна ризикує втратити критичну інформаційну інфраструктуру саме там, де вона становить опору для інформаційної стійкості громад.

1.2. ЄВРОПЕЙСЬКІ ПРАКТИКИ ПІДТРИМКИ ЛОКАЛЬНИХ ТА НІШЕВИХ МЕДІАКОМПАНІЙ

У країнах ЄС державна підтримка приватних новинних медіа залишається відносно помірною, хоч обсяги і форми такої підтримки суттєво варіюються. Основні механізми – це прямі субсидії, податкові пільги (особливо ПДВ), гранти, державна реклама. Найбільші бюджети на медіапідтримку мають Австрія, Данія, Італія, Франція, Швеція та Бельгія. У кількох країнах (Ірландія, Фінляндія, Чехія) почали створювати нові моделі підтримки, натомість інші посилюють наявні механізми, зокрема для локальних та нішевих медіа.

Обсяги виділених коштів на **державну підтримку новинних медіа** – як комерційних, так і некомерційних – у Євросоюзі другі за розміром після обсягів підтримки суспільних мовників, хоч і становлять лише 3 % від виділених коштів на суспільні мовники. Як порівняти, то 2021 року суспільні мовники в країнах ЄС отримали приблизно 22,2 млрд євро державного фінансування, тоді як підтримка новинних медіа поза ПСМ становила приблизно 690 млн євро, або 3,1 % від обсягу фінансування суспільного мовлення. Попри це, новинні медіа – як комерційні, так і некомерційні – залишаються другим за значущістю напрямом державної підтримки в європейському медіасекторі. Дослідження [«Public financing of news media in the EU»](#), здійснене на замовлення Європейської Комісії у 2024 році Henningsen Consulting and Technopolis Group, докладно описує в різних аспектах практики та моделі підтримки інформаційних медіа в Євросоюзі.

Підтримку втілюють у такі основні способи:

1. Непряма підтримка: податкові пільги, дотаційні тарифи на доставляння преси, стимулювання споживання

У 24 з 27 країн ЄС діють **знижені ставки ПДВ** для друкованих і цифрових новинних медіа. З 2017 року поступово розширюють ці пільги на цифрові підписки та електронні версії газет. Зниження ПДВ стало найпоширенішою формою державної допомоги, особливо під час пандемії COVID-19. У деяких випадках ці зміни стали довгостроковими (наприклад, в Ірландії), в інших – тимчасовими. В Ірландії 2022 року запроваджено суперзнижену ставку ПДВ для цифрових новинних медіа. У Чехії, навпаки, очікується скасування зниженого ПДВ на пресу в межах спрощення податкової системи. В Італії, Данії та Словенії пільги

поширюються лише на «газетоподібні» цифрові видання. Деякі країни (Угорщина, Болгарія) впровадили пільги лише під час пандемії.

Окрім знижених ставок ПДВ, у країнах ЄС існують й **інші форми податкових пільг** для підтримки новинних медіа. Наприклад, у Франції діє податковий кредит для громадян, які оформлюють підписку на новинні видання, що стимулює споживання якісної журналістики. В Італії та Угорщині застосовували податкові знижки на розміщення реклами в друкованих ЗМІ, щоб редакції могли отримувати більше рекламних замовлень. Також деякі країни під час пандемії запровадили корпоративні податкові пільги, наприклад тимчасові звільнення від соціальних внесків або податку на прибуток для видавництв, як це було частково реалізовано в Австрії.

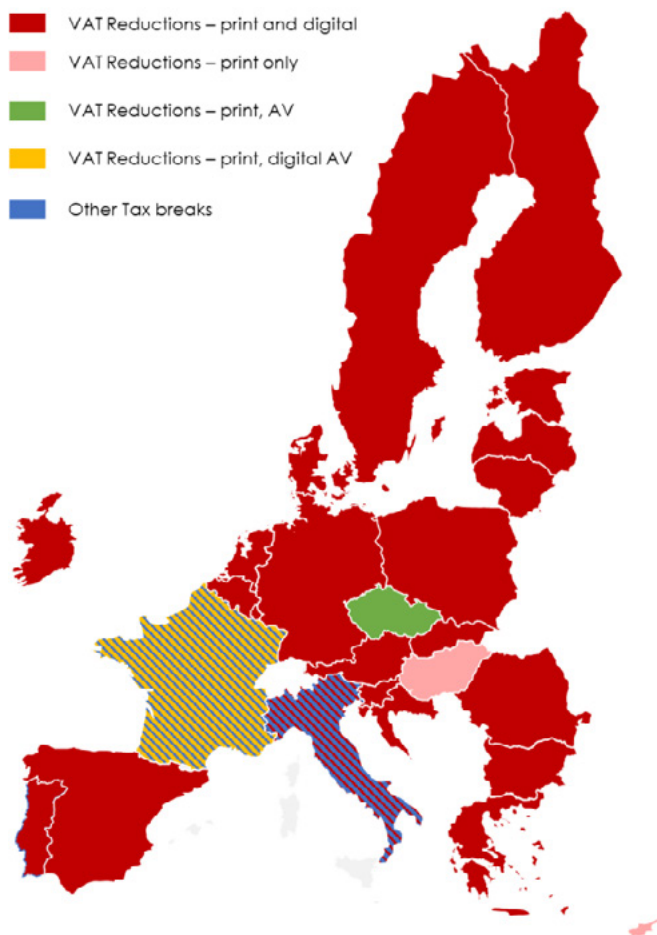


Рис 1. Знижені ставки ПДВ та податкові пільги для новинних медіа в Європейському Союзі на 1 січня 2023 року. Джерело: [Public financing of news media in the EU](#).

У багатьох країнах ЄС діє **підтримка дистрибуції друкованих медіа**, яку можуть надавати як безпосередньо (наприклад, у Франції, Данії, Швеції, Італії), так і у формі непрямих дотацій як у Бельгії, де уряд щороку витрачає близько 125 млн євро, компенсуючи національному поштовому оператору пільгові тарифи на доставляння. Франція поєднує прямі субсидії для кіосків із податковими пільгами на соціальні внески, а Італія у 2021 році виділила 51 млн євро на доставляння друкованої преси.

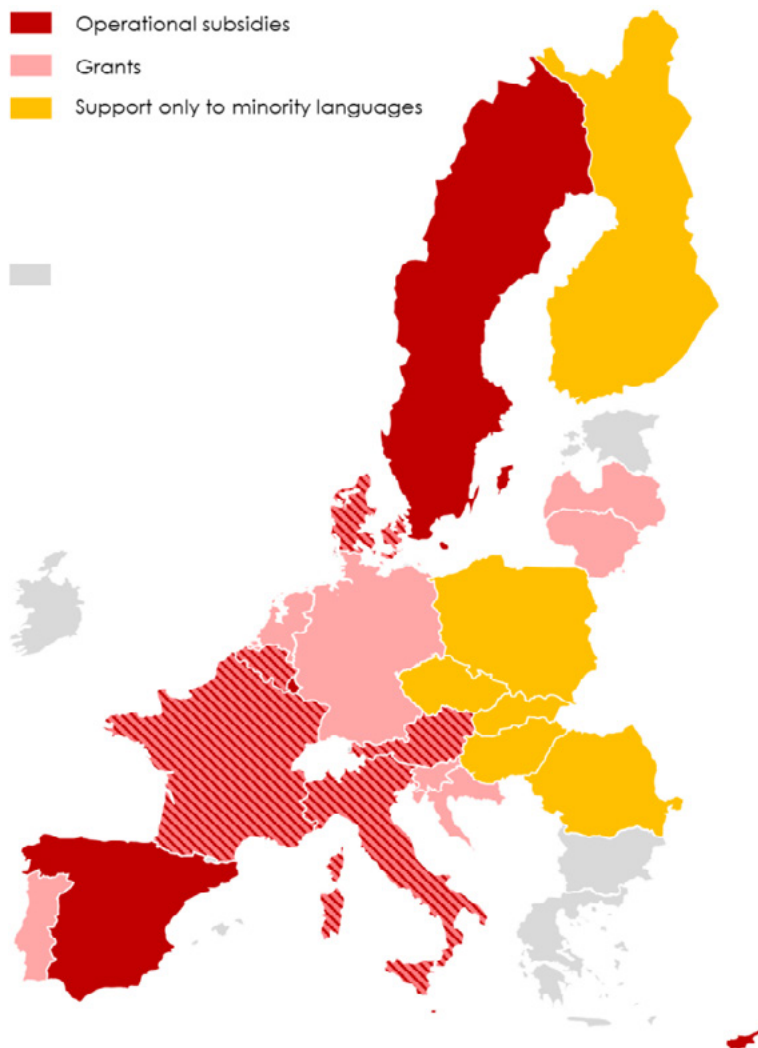


Рис. 2. Підтримка дистрибуції новинних медіа в Європейському Союзі, 2022 рік. Джерело: [Public financing of news media in the EU](#).

Паралельно деякі країни впроваджують заходи **стимулювання споживання**: Іспанія, наприклад, реалізує програму «Молодіжний культурний бонус» на 210 млн євро на рік, з яких приблизно 11% спрямовують на цифрові медіапродукти, включно з підписками на

новини; Фінляндія фінансує бібліотеки на 0,8 млн євро для оформлення передплат на культурні часописи, а Італія щорічно виділяє приблизно 13 млн євро для передплати на газети, журнали, наукові й професійні видання для шкіл і молодіжних груп.

2. Субсидії та гранти

У багатьох країнах ЄС **субсидії** становлять базовий інструмент регулярної підтримки новинних медіа, зокрема друкованої преси й регіональних видань. Їх розподіляють за стабільними критеріями – наклад, періодичність, кількість журналістів або редакційні витрати – і мають на меті забезпечити сталість роботи незалежних редакцій. Такі моделі діють, зокрема, у Швеції, Данії, Австрії, Франції та Люксембурзі. Субсидії здебільшого не залежать від змісту контенту, що дає змогу уникнути прямого впливу на редакційну політику, проте важливу роль відіграє система контролю за відповідністю медіа професійним та етичним стандартам. У деяких країнах (наприклад, у Франції та Люксембурзі) обсяг субсидій пов'язаний із кількістю працевлаштованих журналістів у штаті, що стимулює розвиток повноцінних редакцій.

У низці країн ЄС державна допомога у формі субсидій новинним медіа дедалі більше орієнтується на **збереження журналістських робочих місць**. У Франції з 2022 року діє правило, за яким фінансування можуть отримати лише ті видання – друковані чи цифрові, – які мають у штаті журналістів і самостійно створюють контент. У Люксембурзі розмір субсидії визначають відповідно до кількості акредитованих журналістів, а в Італії та Валлонії запроваджені фіксовані доплати за працевлаштування молодих або професійних журналістів. Ці критерії, що стали більш поширеними після пандемії, відображають нову пріоритетність – стимулювання якісної, незалежної журналістики через підтримку самих творців контенту, а не лише медіаорганізацій.

У низці країн ЄС діють **грантові програми** для підтримки якісної журналістики, розслідувань, інновацій і регіональних видань. Наприклад, у Латвії, Литві, Хорватії та Словенії є окремі програми підтримки контенту, а у Франції запроваджено механізм підтримки *нативних цифрових медіа* (такі, що одразу створені як цифрові медіа (інтернет-медіа) й не проходили трансформацію від друкованих або ефірних медіа). Австрія створила фонд

цифрової трансформації (50 млн євро у 2022 році). У Швеції аналогічну програму зупинили, коли завершили цифрову трансформацію.



Рис 3. Гранти і субсидії для новинних медіа в Європейському Союзі, 2022 рік. Джерело: [Public financing of news media in the EU](#).

Редакційна незалежність, дотримання етичних норм і професійних журналістських стандартів – це обов’язкові критерії в багатьох країнах для отримання державної грантової підтримки медіа. У Німеччині, Франції, Швеції, Норвегії, Нідерландах, Данії та Фінляндії грантові програми прямо передбачають, що медіа повинні мати незалежну редакційну політику, створювати контент відповідно до професійних стандартів і бути прозорими щодо структури власності. У такому разі державне фінансування не стає інструментом політичного або комерційного впливу, а допомагає розвивати вільну й відповідальну журналістику.

Зокрема, у Данії редакційна незалежність становить одну з ключових умов отримання підтримки: наприклад, публіцистичні журнали, які подаються на фінансування через програму «Журнальний фонд», повинні поширювати матеріали, підготовлені незалежними журналістами, для широкої данської аудиторії. У «Фонді підтримки щотижневих газет» окремо зазначено, що контент має бути незалежно оброблений журналістами й надходити з різних джерел. Подібні підходи діють і в програмах Європейського Союзу, зокрема в межсекторальній підпрограмі Creative Europe, де наголос зроблено на забезпеченні незалежності журналістики та боротьбі з дезінформацією. Отже, у провідних демократичних країнах надання грантів тісно пов'язане з дотриманням редакційних, етичних та професійних стандартів, що стає запобіжником політичного чи комерційного впливу на медіа.

Водночас кілька країн ЄС переходять до **технологічно нейтральної моделі підтримки**, у якій не має значення, чи медіа друковане, цифрове або змішане – головне, щоб воно відповідало редакційним стандартам і здійснювало журналістську діяльність. У Люксембурзі, наприклад, така модель уже працює, а у Швеції та Данії запроваджують критерії на основі редакційних витрат, а не накладу. Це дає змогу охоплювати як традиційні, так і нові формати, зокрема нативні цифрові медіа, і уникати застарілих схем розподілу коштів. Завдяки такому підходу можна зробити підтримку більш справедливою, орієнтованою на зміст і стійкість медіа, а не на форму їхньої дистрибуції.

3. Державна реклама.

У низці країн, особливо в Центральній і Південній Європі, державна реклама відіграє суттєву роль у фінансуванні медіа. Однак механізми розподілу цих коштів часто непрозорі, що створює ризики політичної залежності, особливо для місцевих видань. Наприклад, в Угорщині державна реклама концентрується переважно у провладних медіа: за даними досліджень, понад 80% бюджетних рекламних кампаній розміщені у ЗМІ, лояльних до уряду, що фактично стало інструментом медіаконтролю. У Греції під час пандемії урядова програма «Залишаймося вдома» на понад 20 млн євро викликала критику через нерівномірне розподілення рекламних бюджетів, коли великі суми отримували маловідомі або провладні онлайн-ресурси, тоді як незалежні медіа були фактично усунені від неї. Під час пандемії державна реклама

компенсувала зменшення комерційної, проте породила занепокоєння щодо впливу держави на медіа. А втім, загальноєвропейських даних щодо динаміки цієї форми підтримки бракує.

Серед **основних трендів державної підтримки новинних медіа в ЄС** вирізняються розширення податкових пільг на цифрові видання, перехід до технологічно нейтральних моделей фінансування, посилення підтримки регіональних і локальних медіа, а також зростання уваги до працевлаштування журналістів як критерію надання допомоги. Окремі країни запроваджують спеціальні програми для стартапів і нативних цифрових медіа, тоді як грантові програми дедалі частіше орієнтовані на розвиток якісного контенту, розслідувань та інновацій. Водночас залишається виклик прозорості у використанні державної реклами, яка в деяких регіонах ЄС фактично виконує функцію прихованої фінансової підтримки.

ПРИКЛАДИ МОДЕЛЕЙ ПІДТРИМКИ МЕДІА ЗА КРАЇНАМИ

Ось кілька прикладів моделей підтримки в різних країнах:

Швеція

Швеція – один із найбільш сталих і послідовних прикладів системної державної підтримки місцевих і регіональних медіа. Запроваджена ще 1971 року система медійних субсидій (*presstöd* – цю назву можна перекласти як підтримка преси) еволюціонувала у гнучку модель, покликану забезпечити плюралізм, демократичний контроль і доступ громадян до якісної інформації в усіх куточках країни. Основний акцент – на підтримці другої за поширенням газети в регіоні, тобто тієї, яка не має домінуючого становища на ринку. Такий підхід вирівнює конкуренцію на локальних інформаційних ринках і стримує монополізацію, тобто **сприяє** підтриманню медійного плюралізму на локальному рівні. У 2020 році під час пандемії уряд виділив 60 млн євро на прямі субсидії. З 2024 року передбачено підтримку за такими векторами:

- [загальна редакційна підтримка](#);
- [розширена редакційна підтримка](#);
- [підтримка дистрибуції](#);

- [перехідна допомога](#) для газет, які мали операційну допомогу до 2023 року.

Перелік [таких](#) медіаотримувачів публічний. Відповідальна інституція – Шведська агенція з питань медіа (*Mediemyndigheten*), яка виконує функцію секретаріату. Допомогу виділяє Рада підтримки медіа (*Mediestödsnämnden*), до якої належать голова та 4–7 членів, а також кількох членів, що можуть замінювати основних, якщо ті відсутні або мають конфлікт інтересів. Президент й віцепрезидент Ради мають бути суддями, зокрема чинний голова – суддя у відставці.

Цей орган діє на підставі національного законодавства й розглядає заявки на отримання субсидій незалежно від політичного контексту. Водночас певна частка [критики](#) стосується ризику надмірної залежності локальних редакцій від бюджетного фінансування, особливо в умовах економічних криз, а також потенційної складності нових критеріїв підтримки, які з 2024 року більше орієнтовані на структуру витрат, а не на охоплення чи контент.

До ключових елементів моделі належать прямі субсидії, зниження податкового навантаження (ставка ПДВ для друкованої преси – 6 % замість стандартних 25 %) та пільгові умови поширення через державного поштового оператора. Прямі дотації надають як друкованим, так і онлайн-виданням, які відповідають чітким критеріям: редакційна незалежність, мінімальна кількість публікацій на тиждень, прозора структура власності, дотримання етичних норм. Водночас великі медійні холдинги, які контролюють більшість ринку, зазвичай [не підпадають](#) під критерії цієї підтримки, що сприяє саме збереженню малих і регіональних гравців на ринку.

У 2019 році Швеція запровадила додаткову форму підтримки – гранти для медіа у «слабо охоплених» регіонах, де бракує регулярної місцевої журналістики. Це стало відповіддю на цифрову трансформацію й занепад локальної преси в окремих частинах країни. Новий інструмент доступний як для друкованих, так і для онлайн-медіа, а також для радіостанцій і телеканалів. Механізми розподілу коштів [базуються](#) на оцінюванні рівня медіаприсутності в регіонах і потреб територіальних громад.

Шведська модель демонструє, що державну підтримку можна сумістити з принципом незалежності медіа за прозорого адміністрування, чітких критеріїв доступу та незалежного органу розподілу коштів.

Ірландія

Ця країна становить певну протилежність до Швеції. Модель державної підтримки новинних медіа тут перебуває на етапі активного розроблення, адже донедавна Ірландія майже не мала досвіду прямого фінансування приватних медіа. У 2022 році уряд створив *Комісію з майбутнього медіа* (Coimisiún na Meán), яка отримала мандат на розроблення стратегічних рекомендацій щодо сталого публічного фінансування та інших форм підтримки, що мають забезпечити життєздатність, незалежність і суспільну значущість медіа. У [звіті](#) комісія запропонувала широке реформування фінансової моделі медіасектору, зокрема впровадження механізмів підтримки з акцентом на суспільне значення інформації й рівний доступ до якісного контенту.

Одним із практичних кроків стало [впровадження](#) 2022 року *суперзниженої ставки ПДВ (0 %)* для цифрових новинних медіа, що доповнило вже чинну пільгу для друкованих газет. Це рішення спрямоване на технологічну нейтральність у фіскальній політиці щодо медіа. У бюджеті 2024 року виділено **€ 6 млн** на дві пілотні програми: *Local Democracy Reporting* і *Courts Reporting*, що надають гранти для журналістів і медіа незалежно від платформи.

На 6 лютого 2025 року через Coimisiún na Meán розподілено € 5,7 млн на понад 100 нових або розширених журналістських позицій у межах програм Local Democracy і Courts Reporting (71 – повністю нові, 30+ – посилення фріланс-контрактів). Також у березні 2025 року Coimisiún na Meán виділило € 550 000 на навчально-розвиткові ініціативи (Sectoral Learning and Development) для тренінгів журналістів, майстер-класів, семінарів, просування рівності, чудового представлення ірландської мови й інклюзивності медіасектору.

Франція

Країна – один із найактивніших прикладів поєднання різних форм підтримки новинних медіа – від податкових пільг до прямих субсидій і тематичних грантів. Під час пандемії COVID-19 французький уряд [реалізував](#) дві масштабні програми допомоги медіасектору загальною вартістю приблизно **483 млн євро**. Це передбачало як тимчасову підтримку, так і продовження низки наявних пільг, зокрема податкових кредитів на підписку. У 2021 році Франція також запровадила спеціальний механізм підтримки нативних цифрових медіа, визнавши їхню роль у розвитку сучасного новинного ландшафту.

У 2022 році Франція провела реформу критеріїв надання державної підтримки. Відтоді фінансування – як пряме, так і непряме – можуть отримувати лише ті видання (друковані чи цифрові), які самостійно продукують професійний контент і мають у штаті журналістів. Це стало важливим кроком до підвищення прозорості й орієнтації фінансування на справжні редакції, а не на технічні майданчики. Отже, підтримка стала ефективним інструментом зберегти незалежну журналістику.

Франція також активно використовує грантові механізми для підтримки розслідувань, інновацій та спеціалізованого контенту. Окремі гранти надають на розвиток якісної журналістики або створення матеріалів на визначені суспільно важливі теми. Паралельно з цим зберігаються класичні форми допомоги, зокрема пільгові тарифи на доставляння поштою друкованих видань. Така багаторівнева система дає змогу охоплювати різні сегменти медіаринку – від локальних видань до інноваційних цифрових проєктів.

Австрія

Австрія має одну з найрозвиненіших моделей комбінованої підтримки, яка охоплює як традиційні друковані видання, так і цифрові трансформаційні процеси. У 2021 році держава створила спеціальний [Фонд цифрової трансформації](#), орієнтований на підтримку цифровізації газет і мовників. У 2022 році на нього виділили **50 млн євро**, дещо менше в наступні роки. Це свідчить про взятий курс на модернізацію редакцій та адаптування їх до змін у споживанні медіа.

Водночас основна частина прямих субсидій в Австрії залишається зарезервованою для друкованої преси та мовників, тоді як нативні цифрові медіа наразі мають обмежений доступ до загальних схем фінансування. Вони можуть подаватися лише на окремі інноваційні гранти. Крім того, регіональні органи влади відіграють помітну роль у фінансуванні локальних медіа через окремі програми підтримки, що створює децентралізовану, але різномірнову систему.

Федеральна підтримка локальних друкованих медіа регульована законом «Про сприяння пресі» та щорічними директивами регулятора [KommAustria](#). Підтримка орієнтована насамперед на друковані щоденні й тижневі газети з акцентом на збереження медіадиверсифікації й підвищення якості через стимули для журналістської освіти, наймання журналістів, підтримку кореспондентських мереж та фінансування саморегуляції преси.

Регіональні органи влади (земельні уряди, муніципалітети) здійснюють окремі локальні програми підтримки, не стандартизовані на федеральному рівні. Їхні вимоги можуть відрізнятися, але зазвичай стосуються локальної присутності (на рівні громади відбуваються видавничі цикли, читацька чи рекламна діяльність) і якісного контенту, проте федеральні закони не встановлюють для них чітких стандартів щодо кількості редакторів або тиражу.

Люксембург

Країна демонструє одну з найінноваційніших моделей у ЄС, зробивши *журналістське працевлаштування* ключовим критерієм для розрахунку обсягів субсидій. Згідно з новим законом, медіа отримують 30 000 євро на одного акредитованого журналіста щороку в межах програми «Збереження плюралізму». Такий підхід **дає** змогу підтримувати професійні редакції, захищати якісну журналістику та стимулювати створення контенту, а не лише підтримувати бізнес-модель.

Крім того, з 2022 року Люксембург запровадив окремі програми підтримки *медіастартапів* та *нативних цифрових проєктів з акцентом на інновації*, нові редакції та технологічну нейтральність.

Данія

Данська система медійної підтримки становить приклад збалансованої моделі, що поєднує прямі субсидії з інноваційною підтримкою редакційного виробництва та розвитком нових форматів. В основі – **Закон про підтримку медіа** (*Lov om mediestøtte*), ухвалений 2013 року та чинний із 2014 року. Основна мета моделі – зберегти журналістський плюралізм та стале інформаційне середовище, зокрема в умовах цифрової трансформації. Увагу приділяють підтримці національних галузевих медіа, а також локальним виданням і мовникам, що відіграють ключову роль у забезпеченні зв'язку між громадянами та демократичними процесами.

На **сайті** Данського агентства у справах палаців і культури у 2025 році доступні такі цільові фонди, що надають гранти / субсидії для різних типів медіа:

- Журнальний фонд – субсидія на поширення некомерційних журналів і періодичних видань, включно з журналами асоціацій; спрямована на підтримку демократичного діалогу, культурної й соціальної просвіти та діяльності об'єднань. У межах фонду також надають гранти на підтримку

науково-популярних журналів – для друкованих і цифрових журналів із соціальними, політичними або культурними матеріалами, що сприяють громадським дебатам, формуванню думки та культурному збагаченню.

- Фонд інновацій – грантова підтримка проєктів у сфері медіа, зокрема друкованих новинних медіа, інтернет-видань і медіа з новинним контентом у форматі відео або аудіо.
- Підтримка редакційного виробництва для новинних медіа – гранти для медіа, де щонайменше третина новин має текстовий формат, щоб забезпечити різноманітний соціальний та культурний новинний контент і посилити демократичний діалог у Данії.
- Підтримка реструктуризації друкованих новинних медіа – допомога друкованим або онлайн-медіа, які перебувають у кризовому стані; надають, якщо реструктуризація допоможе уникнути закриття й забезпечить дальшу діяльність медіа.
- Фонд щотижневих газет – фінансова підтримка друкованих і цифрових місцевих щотижневих медіа, які створюють незалежний журналістський контент для локальної аудиторії.
- Субсидії для некомерційного місцевого телебачення – експлуатаційна підтримка для ліцензованих некомерційних місцевих телеканалів, що ведуть цифрове ефірне мовлення та мають локально-орієнтоване програмування.
- Субсидії для некомерційного місцевого радіо – гранти для некомерційних місцевих радіомедіа, які мають FM-ліцензію та транслюють щонайменше одну годину локального контенту власного виробництва щотижня протягом принаймні 50 тижнів на рік.

Механізм розподілу коштів базується на незалежному рішенні Медіаради ([Medienævnet](#)) із сімох осіб, що мають експертизу в галузях журналістики, медіаменеджменту, цифрових технологій та функціонування медіа як інституції демократії. Ця комісія оцінює заявників за низкою [критеріїв](#): наявність редакційної команди, регулярність публікацій, тематична широта контенту й технологічна доступність.

1.3. ОГЛЯД МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ ТА ВИМОГ ЩОДО ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ МЕДІА

У добу цифрових платформ, дезінформаційних атак і глибоких економічних потрясінь незалежні медіа щораз частіше опиняються перед вибором: виживати за будь-яку ціну або зникати з інформаційного простору. Уряди демократичних країн визнають, що медіа не просто бізнес, а суспільна інфраструктура, від якої залежить якість публічної дискусії, виборів і довіри громадян до інституцій. Проте сама лише фінансова підтримка з боку держави – ще не гарантія свободи слова. Якщо така підтримка не базується на чітких, правозахисних і прозорих засадах, вона легко може перетворитися з інструменту зміцнення демократії на механізм м'якого контролю.

Огляд міжнародних стандартів щодо державної підтримки медіа спирається на узгоджене бачення, сформоване ключовими міжнародними організаціями – Радою Європи, ЮНЕСКО, ОБСЄ. Усі вони визнають, що підтримка незалежних медіа – легітимна функція демократичної держави, але лише за умови дотримання принципів прозорості, недискримінаційності, редакційної незалежності та спрямованості на суспільне благо. Рекомендації Комітету міністрів Ради Європи CM/Rec(2022)4 та CM/Rec(2018)1, «Індикатори розвитку медіа» ЮНЕСКО, а також Декларація Windhoek+30 ОБСЄ встановлюють нормативні рамки, які зобов'язують держави забезпечити фінансову життєздатність якісної журналістики, уникаючи політичного чи економічного контролю. Незалежно від моделі підтримки – прямих субсидій, податкових пільг, державної реклами чи грантів – вона має ґрунтуватися на відкритих критеріях, адмініструватися незалежними органами й бути частиною комплексної інформаційної політики, орієнтованої на зміцнення свободи слова, плюралізму та стійкості медіаландшафту.

РЕКОМЕНДАЦІЯ CM/REC(2022)4 КОМІТЕТУ МІНІСТРІВ РАДИ ЄВРОПИ ЩОДО СТВОРЕННЯ СПРИЯТЛИВОГО СЕРЕДОВИЩА ДЛЯ ЯКІСНОЇ ЖУРНАЛІСТИКИ В ЦИФРОВУ ЕПОХУ

Рекомендація встановлює комплексні стандарти державної підтримки медіа, зосереджуючись на забезпеченні фінансової сталості якісної журналістики як суспільного блага. У пункті 1.1.1 наголошено, що держави зобов'язані забезпечити сприятливе середовище для свободи вираження завдяки підтримці фінансової життєздатності якісної журналістики. Це передбачає законодавчі, регуляторні й організаційні заходи (п. 1.1.2), що мають

базуватися на нейтральних до поглядів критеріях. Особливу увагу потрібно приділяти вразливим секторам – місцевій, розслідувальній і транскордонній журналістиці.

Держави повинні застосовувати цільову підтримку, зважаючи на внесок усіх типів медіа – комерційних, суспільних і медіа громад – у виробництво якісної журналістики (п. 1.1.3). Водночас державна підтримка має супроводжуватися надійними гарантіями редакційної незалежності. Для суспільних медіа передбачено вимогу до стабільного й достатнього фінансування, що дає змогу інвестувати в інновації, дотримуватися професійних стандартів і виконувати свій мандат (п. 1.1.4). Також держави мають створити механізми підтримки для медіа громад і локальних ініціатив, зокрема через фінансування новин на місцевому рівні (п. 1.1.5).

Інституційні та фіскальні заходи передбачають податкові пільги як для традиційних, так і цифрових медіа (п. 1.2.1), а також створення умов для функціонування некомерційних редакцій. У пункті 1.2.2 зазначено, що такі медіа можуть користуватися пільгами за умови, що вони, зокрема, регулярно публікують незалежний журналістський контент, дотримуються професійних стандартів, доступні для широкої аудиторії й беруть участь у прозорих механізмах саморегуляції. Це відкриває можливості для змішаних моделей фінансування та легалізує інноваційні формати редакційної діяльності.

У випадку, коли ринкові механізми не забезпечують сталості сектору, держави повинні передбачати пряму підтримку, зокрема для ресурсомістких або суспільно значущих форматів журналістики (п. 1.3.1). Згідно з пунктом 1.3.2, така підтримка має мати щонайменше одну легітимну ціль: підтримку плюралізму та різноманіття, етичних стандартів, достовірності, інноваційності, цифрової трансформації або медіаграмотності. Усі субсидії повинні надаватися за об'єктивними, справедливими та нейтральними критеріями через незалежний орган. У п. 1.3.3 наголошено, що умови та практику надання такої підтримки повинні регулярно переглядати, залучаючи медіа та громадянське суспільство.

Рада Європи також вказує на потребу збалансувати відносини між онлайн-платформами й медіа (п. 1.4). Держави мають сприяти створенню прозорих умов, завдяки яких медіа зможуть ідентифікувати своїх користувачів, отримувати справедливу частку доходів, а також користуватися релевантними даними аудиторії (пп. 1.4.1–1.4.2). Рекомендовано розглядати заходи для

врегулювання домінування платформ на рекламному ринку, забезпечення прозорості алгоритмів та справедливого перерозподілу прибутків на користь медіа, які виробляють контент суспільного інтересу (пп. 1.4.3–1.4.5).

Нарешті, у п. 1.5 документа визначено, що політика державної підтримки повинна передбачати поліпшення умов праці журналістів. Зокрема, це гарантії працевлаштування на підставі трудових договорів, повний соціальний пакет і дотримання трудових прав (п. 1.5.1). Також передбачені підтримка профспілок, які мають обстоювати права журналістів, особливо фрілансерів (п. 1.5.2), та впровадження стратегій з профілактики професійного вигорання й захисту психічного здоров'я (п. 1.5.3). Особливу увагу приділяють захисту прав журналісток і боротьбі з дискримінацією в медіа (п. 1.5.4).

РЕКОМЕНДАЦІЯ СМ/РЕС(2018)1 КОМІТЕТУ МІНІСТРІВ РАДИ ЄВРОПИ ЩОДО МЕДІАПЛЮРАЛІЗМУ ТА ПРОЗОРІСТІ МЕДІАВЛАСНОСТІ

Згідно з [Рекомендацією](#), державна підтримка медіа можлива лише в межах чітко визначеного правового поля, із дотриманням принципів законності, необхідності та пропорційності в демократичному суспільстві. Стаття 1.1.1 встановлює, що будь-яке втручання держави – зокрема фінансування, реклама або субсидії – **має ґрунтуватися на законі, бути обмеженим у повноваженнях і слугувати легітимній меті** захисту плюралізму та свободи вираження поглядів. Це означає, що підтримка медіа не повинна ставати інструментом політичного впливу або бути використана для зміцнення лояльних до влади медіа.

Другий ключовий принцип – **забезпечення редакційної незалежності та інституційної автономії отримувачів підтримки**. Згідно зі статтями 1.3–1.4, законодавство має гарантувати, що будь-яка фінансова підтримка не впливатиме на редакційну політику медіа, зокрема у висвітленні виборів, воєнних конфліктів або корупційних тем. Усі процедури надання підтримки мають бути відкриті, з чіткими критеріями відбору й незалежною системою адміністрування, що унеможлиблює конфлікт інтересів (ст. 2.14–2.15).

Особливу увагу Рекомендація приділяє **підтримці локальних та нішевих медіа**, які виконують суспільно важливу функцію інформування маргіналізованих аудиторій. Стаття 2.13 заохочує держави розробляти стратегії підтримки незалежної журналістики, включно з розслідуваннями, новинним виробництвом і медіаосвітніми проектами. Водночас акцент зроблено на доступності підтримки для різних типів медіа – друкованих, цифрових,

локальних – за умови дотримання ними стандартів якості й прозорості фінансування.

Важливо, що Рекомендація встановлює обов'язок держав забезпечити **прозорість медіавласності** (ст. 4.1) і відокремлення редакційного контролю від політичного впливу (ст. 3.6). Отже, підтримку медіа розглядають не як привілей, а як стратегічний інструмент підтримки демократії, який має бути структурований, публічний і підзвітний. Усі ці вимоги формують рамку, у межах якої держави можуть реалізовувати політики підтримки медіа, не шкодячи свободі вираження та медіаплюралізму.

«ІНДИКАТОРИ РОЗВИТКУ МЕДІА: СТРУКТУРА ДЛЯ ОЦІНЮВАННЯ РОЗВИТКУ МЕДІА» (UNESCO, 2010)

Документ встановлює принципи, згруповані у п'ять ключових категорій, які охоплюють усі основні аспекти медіарозвитку й визначають рамки політик для належної державної підтримки медіа:

- 1.** Система регулювання, сприятлива для свободи вираження, плюралізму та різноманіття медіа, – передбачає правові, політичні та інституційні рамки, які гарантують і захищають свободу слова відповідно до міжнародних стандартів.
- 2.** Плюралізм і різноманіття медіа, рівні економічні умови та прозорість власності – передбачає заходи для запобігання концентрації власності, підтримки різних типів медіа (суспільних, приватних медіа і медіа громад), а також прозорості структури власності.
- 3.** Медіа як платформа для демократичного дискурсу – передбачає умови для представлення різноманітних точок зору, дотримання журналістських стандартів, саморегулювання та забезпечення довіри громадськості до медіа.
- 4.** Професійна спроможність і підтримувальні інституції, що забезпечують свободу слова, плюралізм і різноманіття, – охоплює систему професійної освіти для журналістів, розвиток журналістських спілок та організацій громадянського суспільства.

5. Інфраструктурна спроможність для забезпечення незалежних і плюралістичних медіа – передбачає доступ до технологій, засобів виробництва та поширення інформації, що особливо важливо для вразливих і віддалених груп населення.

Нижче подаємо перелік принципів із «Media Development Indicators», що безпосередньо стосуються фінансової підтримки медіа. Вони окреслюють стандарти, яких має дотримуватися держава, щоб забезпечити справедливі, ефективні та прозорі механізми сприяння розвитку незалежних, різноманітних і стійких медіа.

- **Недискримінаційна податкова та регуляторна політика.** Держава має забезпечити, щоб система оподаткування та бізнес-регулювання сприяла розвитку медіа в недискримінаційний спосіб. Як зазначено в п. 2.9, податкова політика має бути нейтральною щодо форм власності та типів ЗМІ – публічних, приватних і громадських. Будь-які податкові пільги чи регуляторні інструменти не повинні створювати непропорційних обтяжень чи бути використані як засіб впливу.
- **Прозорість у розміщенні державної реклами.** Згідно з п. 2.10, держава не повинна допускати дискримінації в розміщенні реклами, а в п. 2.11 наголошено на важливості ефективного регулювання в цій сфері. Рекламна політика має ґрунтуватися на чітких і недискримінаційних критеріях, а не на політичній лояльності медіа. Прозорі й підзвітні механізми розміщення державної реклами знижують ризики прихованої фінансової залежності медіа від влади.
- **Підтримка регіональних медіа та медіа громад.** Підтримка медіа, що працюють в інтересах громад, може передбачати недискримінаційний доступ до ліцензій, пільгові тарифи, квоти в розподілі частот, механізми участі громад у визначенні мандата мовника, а також інвестиції, зокрема частину коштів, отриманих від продажу частот або ліцензій. Як зазначено в п. 2.5, важливо також залучати громадські організації до посилення потенціалу таких медіа.
- **Економічна політика на підтримку медіа плюралізму.** У п. 2.1 зазначено, що держава має запроваджувати ефективні регулювання, які запобігають надмірній концентрації власності в медіа, зокрема через систему ліцензування. Це сприяє розвитку різноманітного медіаландшафту, включно з малими гравцями, і запобігає домінуванню окремих власників у публічному інформаційному просторі.

- **Прозорість власності та джерел фінансування.** Пункт 2.1 передбачає, що медіа мають дотримуватись вимог прозорості щодо структури власності, джерел інвестицій та фінансування. Такі вимоги ключові для ефективного державного регулювання й моніторингу плюралізму, а також запобігають концентрації контролю в руках пов'язаних політичних або комерційних інтересів.
- **Участь громадянського суспільства у політиці підтримки медіа.** Документ підкреслює важливість того, щоб політика розвитку медіа формувалася у відкритому діалозі з громадянським суспільством. Це передбачає публічні консультації, слухання, моніторинг і механізми зворотного зв'язку (п. 2.2, 2.5). Таке залучення сприяє легітимності та ефективності фінансових рішень, пов'язаних із підтримкою медіа.

ДЕКЛАРАЦІЯ WINDHOEK+30: ІНФОРМАЦІЯ ЯК СУСПІЛЬНЕ БЛАГО (UNESCO, 2021)

Декларацію [Windhoek+30](#) проголосили учасники Міжнародної конференції UNESCO з нагоди Всесвітнього дня свободи преси, що відбулася у Віндгуку (Намібія) 2021 року. Документ визначає принципи захисту свободи вираження, медіаплюралізму та незалежності ЗМІ, наголошуючи на інформації як суспільному благу й необхідності підтримки життєздатних незалежних медіа.

Документ наголошує, що інформація становить суспільне благо, а тому потребує структурної підтримки з боку держав. Згідно з п. 14, забезпечення фінансової життєздатності незалежних медіа – це невіддільний елемент свободи вираження, адже економічна вразливість медіа підриває їхню незалежність. Як зазначено у п. 14, існування незалежної преси передбачає її свободу від урядового, політичного чи економічного контролю, включно з контролем над матеріалами та інфраструктурою, необхідною для виробництва й поширення контенту.

Декларація встановлює вимогу справедливого, прозорого та незалежного механізму розподілу публічного фінансування (п. 18). Йдеться про прямі дотації, державну рекламу, інвестиції у створення робочих місць у сфері журналістики та інші заходи підтримки, які не мають обмежувати редакційну автономію. Особливий акцент зроблено на дотриманні принципів гендерної рівності та гідних умов праці. Отже, декларація задає стандарт: фінансова підтримка держави легітимна лише за умови її нейтральності й прозорого адміністрування.

Окремий фокус декларації – забезпечити плюралізм медіа. У п. 17 документ закликає уряди до активного сприяння розвитку публічних, приватних і громадських ЗМІ, зокрема через спеціальні політики та запобіжники, що підтримують якісну незалежну журналістику. Це особливо важливо в цифровому середовищі, де трансформація інформаційної екосистеми створює нові виклики для сталого розвитку медіа. Визнано, що без різноманітного та життєздатного медіасектору громадяни втрачають доступ до надійної та важливої для суспільства інформації.

Також документ вказує, що державну підтримку потрібно поєднувати з ширшими зобов'язаннями, зокрема з інтеграцією медіаграмотності у державні стратегії (п. 19), інвестиціями в безпеку журналістів (п. 16) і співпрацею з цифровими платформами для гарантування прозорості (п. 21–22). Отже, фінансову підтримку розглядають не як ізольований інструмент, а як частину комплексної політики, спрямованої на гарантування свободи вираження, доступу до інформації та збереження інформації як суспільного ресурсу.

1.4. ВАРІАНТИ ПОЛІТИК ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ДЕРЖАВНОЇ ПІДТРИМКИ ЛОКАЛЬНИХ ТА НІШЕВИХ МЕДІАКОМПАНІЙ

Зважаючи на приклади країн ЄС, доцільно формувати систему підтримки медіа в Україні як поєднання різних інструментів – від податкових пільг і субсидій до грантів, дотацій на доставляння та підтримки споживання. Нижче подано основні з можливих методів, їхні переваги та потенційні ризики.

Варіант політики 1. Податкові стимули.

Одним з інструментів податкової підтримки може стати податкова знижка для громадян (за ст. 166 Податкового Кодексу), які оформлюють підписку на новинні сайти чи газети, роблять донати редакціям. Схожий механізм діє у Франції, стимулюючи споживати якісну журналістику.

Також стимули можуть передбачати знижену ставку ПДВ на друковані та цифрові медіа, які самостійно створюють редакційний контент. Подібні податкові пільги діють у 24 із 27 країн ЄС, зокрема в Ірландії, Данії, Франції та Італії. Водночас потрібно далі досліджувати, чи доцільно впроваджувати їх в Україні і який від того може бути економічний ефект.

Переваги:

- Можливе швидке запровадження без складних процедур адміністрування.
- Стимулювання підписок і підтримки медіа з боку аудиторії.
- Зменшення витрат для незалежних редакцій.

Недоліки та ризики:

- Вигоду можуть отримати як якісні, так і сумнівні медіа, адже податкові стимули не можуть контролювати якість.
- Потреба в чіткому регулюванні критеріїв та моніторингу зловживань.
- Тимчасове зменшення бюджетних надходжень.

Варіант політики 2. Субсидії на забезпечення роботи локальних медіа у прифронтових та інформаційно недостатніх регіонах.

Щоб забезпечити базову операційну життєздатність локальних медіа, доцільно передбачити щорічні субсидії на їхнє функціонування, якщо компанії та їхні працівники підписали Кодекс етики українського журналіста і мають локальний фокус у контенті. Фінансування мають передбачити для медіакомпаній усіх типів, які працюють у громадах із низьким рівнем медіаприсутності або недостатнім покриттям місцевих тем.

Критерії можуть базуватись на картографуванні «білих плям» – територій, де немає регулярного новинного мовлення чи місцевої преси. Швеція реалізувала подібний підхід, запровадивши гранти для медіа в таких регіонах ще 2019 року і збалансувавши доступ до інформації між урбанізованими і периферійними зонами. Такі субсидії можуть розподіляти на конкурсній основі за національними або регіональними програмами з прозорими критеріями: наявність журналістів у штаті, редакційна незалежність та участь у системі саморегулювання, самостійне створення контенту, регулярність публікацій.

Таку підтримку можуть надавати децентралізовано – через обласні бюджети та бюджети громад. Місцеві бюджети вже зараз передбачають видатки на фінансування комунальних медіа, зокрема через укладання договорів на висвітлення діяльності місцевої влади. Цю практику доцільно трансформувати

в систему субсидій для місцевих незалежних медіа, яку надаватимуть за прозорими та єдиними критеріями, закріпленими на національному рівні. Така реформа дасть змогу зберегти підтримку локальних редакцій, водночас мінімізуючи ризики залежності від органів влади, зловживань при розподілі коштів і сприятиме більшій підзвітності та ефективності використання бюджетних ресурсів.

Переваги:

- Зміцнення інформаційної безпеки у вразливих громадах.
- Стимулювання виробництва місцевого журналістського контенту.
- Підтримка редакцій із мінімальними адміністративними витратами.

Недоліки та ризики:

- Ризик консервування слабких бізнес-моделей;
- Без системного громадського контролю за прозорістю відбору медіакомпаній, що отримують таку підтримку, вона може перетворитися на інструмент «купівлі» лояльності до місцевої влади.

Варіант політики 3. Інституційні гранти для нішевих та суспільно значущих медіа.

Запровадження на національному рівні грантової програми для підтримки нішевих медіа, які створюють контент високої суспільної цінності: журналістські розслідування, аналітику, пояснювальну журналістику, теми прав людини, екології та довкілля, для вразливих аудиторій (ветерани, люди з інвалідністю, нацменшини, ЛГБТК+ тощо), а також медіа у сфері науки, культури, мистецтв, культурної спадщини та медіа-про-медіа.

Критерії відбору повинні передбачати редакційну незалежність, прозору структуру власності, наявність професійних журналістів у штаті, регулярну публікацію матеріалів і дотримання журналістських стандартів (зокрема, через підписання Кодексу етики українського журналіста та участь у системі саморегулювання). Завдяки такому підходу можна не лише зберегти медіаплюралізм у складних нішах, де реклама не забезпечує стійкості, а й підтримати розвиток якісної журналістики в середовищі, яке часто недоотримує ресурсів.

Переваги:

- Підтримка редакцій, що створюють суспільно корисний контент.
- Збереження медіаплюралізму у складних темах.
- Можливість для нових ініціатив вийти на ринок.

Недоліки та ризики:

- Висока потреба в якісному адмініструванні й експертизі під час оцінювання заявок.
- Потенційна залежність редакцій від грантів без розвитку стійкої бізнес-моделі.
- Ризик суб'єктивного впливу під час відбору заявників.

Варіант політики 4. Проєктні гранти для медіа за низкою пріоритетів.

Пропоновано створити національну грантову програму, що передбачатиме проєктне фінансування медіа за кількома напрямками:

- підтримка проєктів локальних медіа з фокусом на контент для місцевих громад – незалежно від формату (друк, онлайн, радіо, подкасти, відео);
- гранти для відновлення майна, обладнання, техніки й цифрових сервісів, зруйнованих або втрачених під час бойових дій;
- гранти на цифрову трансформацію й реструктуризацію видань, які мають потенціал вижити;
- підтримка створення й тестування нових бізнес-моделей, зокрема для малих і середніх медіа;
- підтримка нішевих і суспільно значущих медіа, які висвітлюють теми прав людини, екології, культури, життя вразливих груп, свободи слова, а також розвивають формати пояснювальної журналістики чи аналітики;
- підтримка локальних журналістських розслідувань, які сприяють прозорості, підзвітності влади й виявленню зловживань на рівні громад;

- підтримка медіапроектів та кампаній із просування медіаграмотності для різних аудиторій.

Критерії відбору повинні передбачати редакційну незалежність, прозору структуру власності, наявність професійних журналістів у штаті, регулярну публікацію матеріалів і дотримання журналістських стандартів (зокрема, через підписання Кодексу етики українського журналіста та участь у системі саморегулювання). Подібні програми діють у Франції, Словенії, Чехії, Данії, Швеції та Австрії.

Переваги:

- Можливість адресно підтримувати різні потреби сектору.
- Підтримка перезапуску редакцій після втрат через війну.
- Формування інноваційних підходів до стійкості медіа.

Недоліки та ризики:

- Складність адміністрування великої кількості напрямів.
- Ризик перевантаження грантовими звітами й контролем.
- Необхідність довгострокової бюджетної підтримки, щоб ефект не був тимчасовий.

Варіант політики 5. Підтримка працевлаштування молодих журналістів у регіонах.

Редакції, які беруть на роботу молодих журналістів, особливо в малих містах та сільських громадах, можуть отримувати додаткову підтримку – дотацію за працевлаштування кожного журналіста, наприклад у розмірі до 50 % від середнього розміру зарплати на підприємстві або в галузі. Це дає змогу оновити кадровий склад локальної журналістики, сприяти професійному зростанню нової генерації медійників і зменшити відтік фахівців у великі міста. Подібні програми запроваджені в Італії та Валлонії (Бельгія), де редакції отримують фіксовані доплати за кожного працевлаштованого молодого фахівця.

Переваги:

- Стимулювання розвитку регіонального ринку праці.
- Прихід нових професіоналів у галузь.
- Мотивація для випускників медіафакультетів залишатися в регіонах.

Недоліки та ризики:

- Адміністративні труднощі з контролем виконання умов.
- Ризик короткострокових працевлаштувань лише «заради дотації».
- Не всі редакції мають ресурси для якісного менторства.

Варіант політики 6. Дотації на доставляння газет у віддалені та прифронтові громади.

Щоб забезпечити доступ до новин у районах, де цифрова інфраструктура обмежена або пошкоджена війною, доцільно передбачити окрему програму компенсації витрат на доставляння друкованих видань. Такі дотації можуть покривати частину логістичних витрат для редакцій, які мають підписників або точки розповсюдження у прифронтових, деокупованих або важкодоступних громадах. В умовах України це не лише сприятиме інформаційній безпеці, а й дасть змогу зберегти зв'язок з українськими медіа там, де він критично важливий.

Переваги:

- Забезпечення базового доступу до новин у регіонах із низькою медіаприсутністю.
- Підтримка друкованої преси в цифрово відсталих регіонах.
- Позитивний вплив на соціальну згуртованість.

Недоліки та ризики:

- Висока вартість порівняно з охопленням.
- Немає довгострокової стратегії цифровізації в цих районах.
- Може стимулювати консервативні моделі без переходу на онлайн.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ПЛЮРАЛІСТИЧНОГО МЕДІАЛАНДШАФТУ В УКРАЇНІ

В умовах повоєнного відновлення України доцільно **поступово впроваджувати всі запропоновані інструменти підтримки локальних та нішевих медіа як частину цілісної державної політики у сфері інформаційної стійкості й розвитку незалежної журналістики**. Поєднання податкових пільг, субсидій, грантів, дотацій на доставляння та підтримки споживання дасть змогу адресно реагувати на різні потреби редакцій, які працюють у складних умовах – від прифронтових територій до вузькоспеціалізованих ніш, не забезпечених ринком. Такий підхід відповідає принципам політичної нейтральності, медіаплюралізму й недискримінаційності, базовим у європейських практиках.

Щоб запровадити цю політику, потрібно розробити деталізовану **дорожню карту впровадження**: етапність запровадження кожного інструменту, критерії участі, джерела фінансування та відповідальні інституції. Залучати експертне середовище до цих процесів критично важливо для легітимності та ефективності рішень.

Окрему увагу варто приділити створенню або уповноваженню **інституції, відповідальної за адміністрування програм підтримки на національному рівні**. Нею може стати, наприклад, Український культурний фонд (після розширення мандата та розроблення спеціальних механізмів) або можна заснувати нову структуру – з гарантіями прозорості, неупередженості та залучення експертної спільноти. Така інституція має забезпечувати відкритий і конкурсний розподіл коштів, а також захист від політичного впливу. Фінансування як самих програм, так і адміністрування мають передбачати в державному бюджеті, а також може бути доповнене ресурсами міжнародних партнерів у межах підтримки демократичних інституцій в Україні. Важливо, щоб кожна програма супроводжувалася системою оцінювання ефективності та запобіжниками від зловживань.

Вимоги до **дотримання професійних та етичних стандартів, підписання Кодексу етики українського журналіста й участі в системі саморегулювання** мають стати базовими умовами доступу до державної підтримки. Завдяки цьому можна не лише підвищити якість журналістських матеріалів, а й інституційно зміцнити систему саморегулювання, зробивши її реальним інструментом підтримки стандартів і підзвітності в медіасередовищі. В умовах повоєнного відновлення, коли довіра до медіа критично важлива, саме така

модель допоможе сформувати відповідальне професійне середовище й зменшити ризики політичного чи комерційного впливу на контент. Тому ці вимоги мають бути обов'язково враховані в усіх програмах державної підтримки.

У разі успішної реалізації ця комплексна політика дасть змогу не лише зберегти медіа у критичних регіонах і нішах, а й стимулювати розвиток нових форматів журналістики, підвищити якість контенту та зміцнити довіру до незалежних редакцій. Водночас варто зважати на ризики – від політичного впливу на розподіл коштів до залежності редакцій від державного фінансування. Тому впровадження має супроводжуватися **системою громадського моніторингу**, прозорими процедурами та відкритими даними про розподіл підтримки. Завдяки цьому можна утвердити культуру довіри й підзвітності, яка становить основу сталої інформаційної екосистеми.

2. Повоєнна трансформація військових медіа

В Україні існує група військових медіа: ефірний цифровий телеканал «Армія TV», FM-радіомережа «Армія FM» і інформагенція «Армія Inform», які належать Міністерству оборони України.

Ці медіа з'явилися в Україні після початку російської-української війни, анексії Криму та окупації частини Донбасу у 2014 році. Власне, ця нетипова для демократичних країн практика існування військових медіа, що мовлять для цивільних громадян у всій країні, склалася в Україні як спроба відповіді на інформаційні ризики воєнного часу. Водночас вплив військових медіа як на масову аудиторію, так і на самих військових можна оцінити як доволі скромний.

Однак цю практику, виправдану на час війни, будуть вважати порушенням міжнародних стандартів для публічних (таких, що перебувають у власності держави) медіакомпаній після її завершення. Власне тому, згідно із законом «Про медіа», термін «служби» цих медіа обмежений у часі: не більш ніж пів року після скасування Верховною Радою статусу держави-агресора, нині наданого Росії. У цей термін Міністерство оборони може або ініціативно вирішити подальшу долю медіа, або регулятор отримає підставу анулювати їх ліцензії.

Отже, закон закладає тимчасовість нинішньої моделі, відкриваючи дискусію про майбутнє цих медіа. На момент завершення війни потрібно буде мати пропрацьовані та обґрунтовані варіанти подальшої політики, щоб прийняти зважене політичне рішення.

Актуальні міжнародні стандарти щодо публічних медіа зосереджені на забезпеченні їхньої редакційної незалежності, підзвітності суспільству та захисті від політичного чи економічного впливу. Вони викладені в низці документів Ради Європи, Європейського Союзу та Європейської мовної спілки, які аналізуємо в цьому брифі. Ці документи вимагають у разі дальшого існування підпорядкованих міністерству медіа їхньої докорінної зміни: створення незалежних наглядових рад, прозорих і професійних процедур призначення керівництва, чітких правових рамок діяльності медіа, багаторівневої підзвітності та інституційної культури, що ґрунтується на довірі, етичності та відкритості.

Також склалися певні кращі практики організації медійної діяльності міністерств оборони у країнах – членах НАТО, які можуть бути прикладами для наслідування. І ці практики далеко не завжди передбачають існування ефірних військових медіа.

Повоєнне реформування військових медіа в Україні має враховувати як потребу зберегти ефективну комунікацію сектору оборони, так і зобов'язання держави щодо свободи медіа та демократичного цивільного контролю. П'ять запропонованих моделей – від переходу ЦТРС МОУ до онлайн-платформи без ефірного мовлення, через корпоратизацію та приватизацію, інтеграцію функцій до Суспільного мовника або зовнішній аутсорсинг, до створення закритого медіасервісу для військових – відображають різні ступені інституційної трансформації, дотримання європейських стандартів і потенціал оптимізації витрат. Усі варіанти потребують законодавчої адаптації, прозорого врядування й гарантій незалежності контенту. Остаточний вибір залежатиме від оцінювання спроможності держави здійснити ту чи ту трансформацію на момент наближення до завершення війни.

2.1. ПОТОЧНИЙ СТАН ВІЙСЬКОВИХ МЕДІА В УКРАЇНІ

Докладно регулювання, фактичний стан та виклики, що стоять перед військовими медіа, ми описали в аналітичній записці проєкту RES-POL [«Державні та комунальні медіа: істотні питання політики»](#). Тут подаємо коротке узагальнення основних характеристик, важливих з погляду вироблення варіантів політики щодо їх трансформації.

Юридичний статус та регулювання

Центральна телерадіостудія Міністерства оборони України (ЦТРС МОУ), яка володіє телеканалом «Армія TV», радіомережею «Армія FM» і інформагенцією «Армія Inform», становить окрему юридичну особу у структурі Міноборони. Хоча медіа з'явилися лише після 2014 року, саму установу створено наказом Міністра оборони ще 1992 року. Вона функціонує на основі власного статуту, а її керівник підпорядковується безпосередньо міністерству, без наглядової ради. Відповідно до статті 125 закону «Про медіа», на період збройної агресії ЦТРС МОУ має право створювати один телеканал (аудіовізуальне лінійне медіа) та один радіоканал (аудіальне лінійне медіа), а також друковані й онлайн-медіа.

Закон встановлює, що поширювана у військових медіа інформація «має відповідати засадам достовірності, збалансованості, повноти та неупередженості». Водночас на практиці місяці цих медіа, їхня аудиторія, а також баланс між пропагуванням офіційної позиції та журналістськими стандартами залишаються нечітко визначеними. У такій ситуації громадськість фактично усунута від контролю за якістю їх контенту, що суперечить принципам незалежності медіа в демократичному суспільстві й не відповідає європейській практиці.

Після скасування статусу держави-агресора Міністерство оборони зобов'язане протягом шести місяців або привести структуру власності своїх медіа у відповідність до загальних вимог закону (тобто вийти із засновників, де також не має бути інших державних органів), або ініціювати їх закриття через Нацраду. У разі невиконання цієї вимоги Нацрада отримає право анулювати реєстрації таких медіа.

Фінансування

Усі медіа Міноборони фінансовані лише з державного бюджету через оборонну статтю видатків. ЦТРС МОУ підзвітна фінансово керівництву Міністерства, а її діяльність контролюють військові аудитори. Закон прямо забороняє таким медіа розміщувати комерційну рекламу, агітацію чи політичний контент, що обмежує їхню економічну автономію. Водночас така модель забезпечує повну інтеграцію у вертикаль військового управління, де фінансовий контроль, кадрові рішення і стратегія повністю підпорядковані інтересам оборони.

Контент

Через підконтрольні медіа ЦТРС МОУ виконує певний спектр інформаційних завдань: створює новини, документальні фільми, репортажі з фронту, освітні передачі. «Армія TV» мовить відкрито в цифровому телеєфірі для цивільного населення. «Армія FM» поєднує інформування військових із музикою та психологічною підтримкою, мовить відкрито для цивільного населення на FM-частотах у всій країні. «Армія Inform» концентрується на репортажах з передової. Усі три медіа поширюють контент у соціальних мережах, месенджерах, на онлайн-платформах.

2.2. ЗАКОРДОННІ ПРИКЛАДИ ОРГАНІЗАЦІЇ РОБОТИ ВІЙСЬКОВИХ МЕДІА У ВЛАСНОСТІ ДЕРЖАВИ

Загалом у демократичних країнах дуже рідко існують державні військові телеканали та радіостанції у традиційному сенсі – як повноцінні канали з регулярним мовленням. Зазвичай йдеться про медіапідрозділи міністерств оборони, які поширюють контент через онлайн-платформи, YouTube, або в межах співпраці з державними мовниками. У разі організації лінійного телевізійного або радіомовлення такі сервіси недоступні для використання цивільним населенням у країні й зазвичай створені для аудиторії військових, що служать за кордоном.

Німеччина

Військові медіа Німеччини – це внутрішні інформаційні ресурси Бундесверу, зокрема онлайн-платформа «Bundeswehr», Radio Andernach і Bundeswehr TV, які забезпечують моральну підтримку, новини, розважальний контент і зв'язок із батьківщиною для солдатів у міжнародних місіях. Контент онлайн-платформи [Bundeswehr.de](https://www.bundeswehr.de) доступний для інтернет-користувачів, а контент телеканалу і радіостанції, навпаки, недоступний для широкої громадськості в Німеччині через правові обмеження статті 5 Основного закону країни, адже для мовлення має бути гарантована свобода преси (а отже, і державна незалежність).

Онлайн-платформа [Bundeswehr.de](https://www.bundeswehr.de) працює під егідою Міністерства оборони Німеччини й поширює контент через офіційний сайт, YouTube, та соціальні мережі. Платформа пропонує документальні серіали, репортажі з міжнародних місій, відео про військову техніку, навчання та можливості служби, поєднуючи інформування з іміджевими й рекрутинговими завданнями.

Bundeswehr TV (BwTV) – це спеціалізований телеканал Федерального міністерства оборони Німеччини, створений для інформування й моральної підтримки військовослужбовців Бундесверу, які перебувають за кордоном. Його контент охоплює новини (зокрема, від Deutsche Welle), художні фільми, серіали, трансляції футбольних матчів Бундеслиги, а також міжнародні спортивні події. Аудиторія каналу – лише солдати та цивільні працівники Бундесверу в зонах міжнародного розгортання, адже мовлення BwTV заборонене для широкої публіки в Німеччині згідно з нормами, які обмежують державне мовлення для цивільного населення. Канал транслюють через

супутник Eutelsat 21В з 2011 року в закодованому вигляді (система Conax), що забезпечує доступ лише військовим, а не всім глядачам у Німеччині.

Radio Andernach – це внутрішня радіостанція Федерального міністерства оборони Німеччини, створена для інформування, підтримки бойового духу та зв'язку з домом для німецьких військовослужбовців у зонах розгортання за кордоном. Її контент охоплює новини, музику, гумор, а також особисті вітання від родичів і побратимів, формуючи «міст» між солдатами та їхньою батьківщиною. Основна аудиторія – військові й цивільні працівники Бундесверу, які перебувають у міжнародних місіях. У Німеччині ця програма недоступна для загального цивільного населення через свій спеціальний правовий статус: радіостанція не відповідає повністю вимогам свободи преси за Основним законом, тому пряма трансляція дозволена лише за паролем для військових через внутрішню мережу або захищений інтернет-доступ.

Сполучені Штати Америки

Військові медіа США – це мережа офіційних платформ Міністерства оборони, яка поєднує глобальне телерадіомовлення для військовослужбовців за кордоном (AFN) із загальнодоступними цифровими ресурсами (DVIDS, YouTube-канали), що забезпечують прозору комунікацію, інформування, підтримку морального духу та рекрутинг.

DVIDS (Defense Visual Information Distribution Service) – це центральна платформа Міністерства оборони США для розповсюдження мультимедійного контенту всіх підрозділів американських Збройних сил. Через сайт www.dvidshub.net публікують фото, відео, статті, пресрелізи, навчальні матеріали та звернення командування. Платформа слугує архівом і стримінговим сервісом, спрямованим на забезпечення прозорості та надання перевіреної інформації про діяльність армії США як для громадськості, так і для журналістів.

AFN (American Forces Network) – це офіційна глобальна мережа радіо та телебачення, що обслуговує американських військовослужбовців і їхні родини, які перебувають за межами США. Нею керує структура Defense Media Activity у складі Міністерства оборони, тож AFN веде мовлення на базах США в усьому світі, зокрема в Європі, Азії й на Близькому Сході. AFN транслює адаптовані версії американських телепрограм без комерційної реклами, а також власні інформаційні блоки, військові новини, інструктажі та попередження з безпеки. Її основна мета – підтримувати моральний дух, поінформованість та зв'язок військових зі Сполученими Штатами під час закордонної служби.

YouTube-канали ЗС США – це офіційні канали [US Army](#), [Navy](#), [Air Force](#) та [Marine Corps](#), які активно ведуть комунікацію через відеоплатформи. Вони публікують ролики про місії, тренування, життя військовослужбовців, інновації та звернення командування. Мета цих каналів – прозора комунікація, формування позитивного іміджу армії, залучення новобранців та посилення довіри громадськості.

Франція

У Франції немає спеціалізованих державних військових телеканалів чи радіостанцій, подібних до німецьких чи американських; комунікація відбувається через онлайн-ресурси Міністерства оборони. Міністерство підтримує офіційний [сайт](#), де розміщують пресрелізи, новини, документи та матеріали про діяльність армії.

[ECPAD](#) (Établissement de Communication et de Production Audiovisuelle de la Défense) – державна установа, підпорядкована Міністерству збройних сил Франції, заснована ще 1915 року, яка виконує функції архівування та вироблення аудіовізуального контенту для армії. Вона зберігає понад 15 млн фотографій і 94 тис. годин відеоматеріалів, що охоплюють військові конфлікти з початку XX століття. ECPAD виробляє фільми, репортажі, документальні стрічки, навчає у сфері відеовиробництва й співпрацює з відеожурналістами в операційних зонах. Установа публікує контент на [офіційному сайті](#), [YouTube-каналі](#) й через [портал Міністерства оборони](#). Установа також замовляє послуги виробництва медіаконтенту в зовнішніх підрядників.

У Франції військові журнали видають під егідою Міністерства збройних сил через низку спеціалізованих структур, зокрема [DlCoD](#) (Direction de la communication de la Défense) – головний інформаційно-комунікаційний орган міністерства, а також галузеві служби SIRPA (служби зв'язків із громадськістю сухопутних, морських та повітряних сил). На 2025 рік у Франції регулярно видають низку військових журналів, що охоплюють аналітичну, публіцистичну, відомчу та спеціалізовану тематику.

- Серед аналітичних і стратегічних видань активними залишаються [Revue Défense Nationale](#) – щомісячний незалежний журнал з питань оборонної політики – та [Revue historique des armées](#) – науково-історичний кварталник, який видає Служба історії Міністерства оборони.

- До офіційних інформаційних видань Міноборони належать *Armées d'aujourd'hui* і *Esprit défense* (редакція DICoD), а також щомісячний відеожурнал *Le Journal de la Défense* (JDEF), який транслюють на *LCP* (парламентський телеканал, діяльність якого ми описали у стратегічному брифі RES-POL [«Українські публічні медіа: як зробити їх незалежними та ефективними»](#)).
- Галузеві журнали представлені [Terremag](#) (для особового складу сухопутних військ) і *Cols bleus* (для Військово-морських сил).
- Крім того, виходять фахові медичні журнали Служби здоров'я збройних сил – *Médecine & Armées* і *Actu santé*, орієнтовані на військову медицину та безпеку.

Офіційні YouTube-канали кожного роду військ ([Armée de Terre](#), [Marine Nationale](#), [Armée de l'Air et de l'Espace](#)) активно публікують документальні ролики про навчання, репортажі й інтерв'ю: зокрема, на YouTube-каналі Armée de Terre майже 300 000 підписників.

Велика Британія

У Великій Британії немає державних військових телеканалів чи радіостанцій у класичному розумінні.

Основне медіа, орієнтоване на британських військовослужбовців, – це [BFBS](#) (British Forces Broadcasting Service), благодійна організація, яка працює за контрактом з Міністерством оборони. BFBS забезпечує телевізійне й радіомовлення для військових баз у всьому світі, транслюючи програми BBC, ITV, Sky News та власні новини. Радіосервіс BFBS охоплює понад 20 країн, а його контент також доступний через мобільні застосунки, Apple TV, Roku та інші платформи.

Попри державне фінансування, BFBS має редакційну незалежність і виконує функції інформування, моральної підтримки та забезпечує зв'язок військових зі своєю країною.

[BFBS Radio UK](#) доступне не лише за кордоном, а й у самій Великій Британії (мовлення в технології DAB+) – його трансляцію можна почути в Англії, Шотландії, Уельсі та Північній Ірландії. Крім того, радіо BFBS доступне онлайн, у

мобільних застосунках для iOS та Android, а також через платформи Sky, Freesat, Apple TV та Alexa. BFBS має редакції у військових гарнізонах Британії, зокрема в Олдершоті, Кеттеріку, Колчестері, Единбурзі та інших, де створюють локальні випуски новин, програми й подкасти. Зокрема, BFBS UK виробляє щогодинні новини, інтерв'ю, спеціалізовані подкасти (наприклад, BFBS Sitrep) та музику, орієнтовану на потреби військовослужбовців і цивільного персоналу в межах країни.

Польща

У Польщі немає окремих державних телеканалів або радіостанцій, які належать Міністерству національної оборони чи Збройним силам.

Міністерство оборони Польщі має [офіційний сайт](#), де регулярно публікують новини, пресрелізи, аналітичні матеріали, фото- і відеозвіти про діяльність Збройних сил. [YouTube-канал](#) міністерства публікує відео з навчань, демонстрацій техніки, інтерв'ю з військовим керівництвом і репортажі з офіційних подій.

Армія видає журнал [Polska Zbrojna](#), заснований 1921 року Міністерством оборони. Це місячне видання, яке містить огляди, інтерв'ю, історичні статті та новини діяльності збройних сил, має вебверсію.

Отже, у міжнародній практиці сформувалося кілька моделей організації медіадіяльності держави для аудиторії військових:

- **Закриті телеканали й радіостанції для військових, що перебувають за межами країни.** Ці медіа поширюють інформацію, новини, інструктажі, спортивні та розважальні програми лише для військовослужбовців у зонах розгортання. Прикладом є Bundeswehr TV та Radio Andernach у Німеччині, а також AFN у США. Контент таких медіа обмежено в доступі для цивільного населення – зазвичай через технічне кодування або правові обмеження, пов'язані з принципом свободи преси.
- **Мультимедійні онлайн-платформи міністерств оборони.** Цей формат передбачає наявність офіційних вебресурсів та YouTube-каналів, де публікують пресрелізи, репортажі, документальні серіали, відео з навчань, звернення командування, історії військових. Такі ресурси мають рекрутингову та іміджеву функцію й водночас забезпечують прозору звітність перед суспільством. Ідеться, наприклад, про німецьку

платформу Bundeswehr.de, американську DVIDS або французьку ECPAD. Такі платформи можуть замовляти послуги з виробництва контенту в зовнішніх підрядників, як французька ECPAD. Більш спрощена версія такої моделі – сайт і YouTube-канал міністерства, як це реалізовано в Польщі.

- **Співпраця з незалежними чи суспільними мовниками.** У країнах із сильними гарантіями свободи слова держава уникає створення власних телеканалів і радіостанцій, але забезпечує доступ армії до медіаконтенту через контракти з незалежними продакшнами. У Великій Британії таку функцію виконує BFBS – благодійна організація, що працює за контрактом з Міністерством оборони, але зберігає редакційну незалежність. Вона транслює контент BBC, ITV, Sky News і створює власні програми для військових.

- **Армійські видавництва та журнали.** У низці країн міністерства оборони видають регулярні друковані або цифрові журнали, що поєднують інформацію, аналітику та військову історію. Це, наприклад, «Polska Zbrojna» у Польщі або «TerreMag» у Франції. Видання виконують функції мотивації особового складу.

2.3. ОГЛЯД МІЖНАРОДНИХ СТАНДАРТІВ І ВИМОГ ДО НЕЗАЛЕЖНОСТІ, ПРАВОВОГО РЕГУЛЮВАННЯ ТА ПІДЗВІТНОСТІ ПУБЛІЧНИХ МЕДІА

Міжнародні стандарти щодо управління публічними (такими, що перебувають у власності держави) медіа ґрунтуються на рекомендаціях Ради Європи, Європейського Союзу та Європейської мовної спілки. Ключовими є стандарти, що стосуються незалежності (1996, 2006), мандата (2007) та управління публічними медіа (2012). Рекомендація 2012 року визначає принципи, які забезпечують незалежність, підзвітність, ефективне управління, відкритість, прозорість і відповідальність. Управління має відображати й підтримувати цінності публічного мовлення, як-от універсальність, незалежність, досконалість, різноманіття, інноваційність і підзвітність, що були закріплені в Декларації Європейської мовної спілки (EBU) 2012 року. Додаткові вимоги щодо незалежності менеджменту закріплені в Європейському акті про свободу медіа (2024). У документі «Governance principles for public service media», виданому Європейською мовною спілкою 2021 року, підсумовано ключові рекомендації щодо управління суспільними мовниками з огляду на найкращі практики країн – членів спілки.

Докладно міжнародні стандарти й вимоги до незалежності, правове регулювання та підзвітність публічних медіа ми оглянули у стратегічному брифі RES-POL [«Українські публічні медіа: як зробити їх незалежними та ефективними»](#). Тут лише коротко узагальнимо основні положення міжнародних документів.

Рекомендація CM/Rec(2012)1 Комітету міністрів Ради Європи

[Рекомендація](#) встановлює докладні вимоги до управління публічними (такими, що перебувають у власності держави) медіа, включно зі створенням структури врядування з незалежною наглядовою радою, наголошуючи на необхідності їхньої редакційної та операційної незалежності, підзвітності суспільству, прозорості та унеможливленні політичного впливу на керівні й редакційні посади. Таке врядування критично важливе для легітимності медіа як демократичної інституції, що слугує платформою для суспільних дебатів і контролю за владою. Нормативно-правова база, у якій функціонують публічні медіа, має бути чітко визначена й передбачати розмежування повноважень між державою, парламентом, регулятором і самими мовниками. Насамкінець публічні медіа зобов'язані бути підзвітними перед усім суспільством, репрезентованим різними суб'єктами: державними інституціями, громадянським суспільством і безпосередньо аудиторією. Багаторівнева система підзвітності публічних медіа передбачає прозорість, регулярне звітування, відкритість до діалогу й слугує інструментом не лише контролю, а й зміцнення суспільної довіри.

Декларація Комітету міністрів Ради Європи щодо управління публічними медіа (2012)

Відповідно до [декларації](#), публічні медіа повинні діяти в інтересах суспільства, виробляючи якісний різноманітний контент, що сприяє соціальному прогресу, демократичній обізнаності та міжкультурному порозумінню, залишаючись водночас незалежними від політичного й економічного впливу та дотримуючись стандартів неупередженості, об'єктивності й достовірності. Редакційну незалежність у цьому контексті розглядають як ключовий запобіжник проти загроз, пов'язаних із концентрацією медіавлади. Для мовників, що з якихось причин ще не завершили перехід від державної моделі до публічної, для завершення цієї трансформації потрібна система незалежного врядування, справжня редакційна незалежність, чіткий баланс між незалежністю та підзвітністю, відкрита інституційна культура, дотримання етичних стандартів і довіра громадськості.

«Принципи управління публічними медіа» (Європейська мовна спілка, 2021)

Документ узагальнює ключові рекомендації з управління публічними медіа на основі міжнародних стандартів і кращих практик країн – членів Європейської мовної спілки. Системи врядування публічних медіа повинні охоплювати як зовнішні правові рамки, так і внутрішню організацію виконавчих і наглядових органів, зважаючи на взаємодію з громадськістю, державою, бізнесом і громадянським суспільством для досягнення суспільно значущих цілей – демократії, медіасвободи, культурного розмаїття. Ключова умова – незалежність наглядових органів: їхній склад має бути збалансований, відкрито сформований і захищений від політичного впливу, а повноваження та процедури – чітко визначені в законодавстві. Менеджмент публічних медіа має бути підзвітний лише цим незалежним органам, а не політичній владі, а керівників слід обирати за децентралізованими, професійними процедурами. Підзвітність публічних медіа має бути багаторівнева, мати пояснення редакційної політики, зворотний зв'язок від аудиторії та взаємодію з громадянським суспільством.

Європейський акт про свободу медіа (Європейський Союз, 2024).

Акт встановлює чіткі правові вимоги до гарантування незалежності публічних медіа, підкреслюючи їхню ключову роль у забезпеченні доступу громадян до збалансованої інформації, зокрема під час виборів, і водночас визнаючи їхню вразливість до політичного впливу через фінансову та інституційну залежність від держави. Відповідно до статті 5 Акта, держави-члени зобов'язані гарантувати редакційну та функційну незалежність публічних мовників, забезпечити прозорі, об'єктивні та недискримінаційні процедури призначення і звільнення їхнього керівництва, а також закріпити фіксовану тривалість повноважень і право на судовий перегляд у разі дострокового звільнення керівників публічних медіакомпаній. Крім того, країни мають визначити незалежний орган або механізм, щоб моніторити виконання цих вимог і публічно звітувати про його результати.

ВІДПОВІДНІСТЬ УКРАЇНСЬКИХ ВІЙСЬКОВИХ МЕДІА ЄВРОПЕЙСЬКИМ СТАНДАРТАМ

Військові медіа в Україні, «Армія TV», «Армія FM» та «Армія Inform», функціонують як установа, підконтрольна Міністерству оборони, без контролю з боку громадськості чи незалежної наглядової ради. Такий статус прямо

суперечить європейським стандартам щодо публічних медіа, які вимагають чіткої редакційної й функційної незалежності від органів виконавчої влади, прозорих процедур призначення керівництва та підзвітності перед суспільством, а не лише перед урядовими структурами.

В умовах воєнного стану робота таких медіа може бути виправдана, однак вона лише тимчасова, бо не відповідає принципам управління публічними медіа, закріпленим у рекомендаціях Ради Європи, принципах Європейської мовної спілки та Європейському акті про свободу медіа, ухваленому в ЄС. Відсутність інституційної автономії, невизначеність місії та цільової аудиторії, а також повна інтеграція у військову вертикаль управління створюють ризики для збалансованості та достовірності контенту. Навіть за умови формального обов'язку дотримуватися журналістських стандартів, закріпленого в законодавстві, такі медіа залишаються радше інструментами комунікації міністерства.

Щоб відповідати європейським вимогам у післявоєнний період, Україні слід або істотно трансформувати ці медіа, або позбутися їх.

2.4. ВАРІАНТИ ПОЛІТИК ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ ЩОДО ПОВОЄННОГО МАЙБУТНЬОГО ВІЙСЬКОВИХ МЕДІА

Нижче пропонуємо п'ять варіантів політики щодо трансформації військових медіа, кожен із коротким описом законодавчих змін, організаційних кроків, переваг і недоліків в умовах України.

Варіант 1. Відмова Центральної телерадіостудії Міністерства оборони від ліцензій на мовлення й перехід до моделі мультимедійної онлайн-платформи без ефірного мовлення

Після завершення російської збройної агресії проти України Міністерство оборони України добровільно ініціює анулювання ліцензій на мовлення «Армія TV» та «Армія FM», передаючи відповідальність за розпорядження частотами до Нацради з питань телебачення і радіомовлення. Це дасть змогу регулятору оголосити конкурс і надати частоти іншим мовникам на конкурентних засадах.

Водночас ЦТРС МОУ зберігає функції внутрішнього продакшну та зовнішньої комунікації лише у форматі онлайн: через сайт, YouTube, соцмережі та месенджери – за зразком німецької платформи Bundeswehr.de чи американської контент-платформи DVIDS. Ця практика хоч і відповідає практиці інших країн-членів НАТО, втім не передбачена прямо українським законодавством. Тому, щоб забезпечити прозорість і належну якість контенту військової мультимедійної онлайн-платформи, доцільно в законодавстві чітко визначити її завдання та принципи функціонування.

Переваги:

- Демонстрація дотримання Україною європейських стандартів свободи медіа та розмежування владних і медійних функцій, посилення довіри з боку міжнародних партнерів до української інформаційної політики.
- Приведення комунікацій Міноборони у відповідність до найкращих практик країн – членів НАТО: створення контенту у форматі онлайн-платформи без статусу публічного мовника.
- Повернення радіочастот на цифрове телевізійне мовлення та FM-радіомовлення на загальний медіаринок, що дасть змогу їх ефективніше використовувати.
- Мінімізація витрат на технічне утримання трансляційної інфраструктури та розповсюдження сигналу.

Недоліки та ризики:

- Можлива політична чутливість рішення для керівництва Міноборони чи влади загалом, що може сприймати це як втрату стратегічного ресурсу.
- У разі піврічного зволікання Міноборони після скасування Верховною Радою статусу країни-агресора право припинити ліцензії автоматично опиняється в руках регулятора. Такий сценарій розвитку подій менш бажаний, але теж дає змогу дотримуватися цього варіанту політики.
- Можливе затягування із законодавчим урегулюванням роботи мультимедійної платформи – це ризик, але не перешкода в підвищенні ефективності поточних комунікаційних можливостей Міноборони.

Варіант 2. Корпоратизація активів ЦТРС МОУ та продаж активів через приватизацію

ЦТРС МОУ або окремі її активи (телеканал, радіомережа) перетворюється на державне підприємство (або підприємства) з подальшою підготовкою до приватизації. Активи, включно з ліцензіями, передають новим власникам, які зможуть розвивати медіа у відкритому ринку – з дотриманням стандартів мовлення та конкурсних процедур призначення керівництва. Можливе виставлення умов приватизації: наприклад, збереження частки контенту для ветеранів або контенту на військову тематику, що допоможе обслуговувати частину інформаційних потреб цієї аудиторії приватизованою медіакомпанією.

Водночас, як і в попередньому варіанті, ЦТРС МОУ може зберегти деякі функції внутрішнього продакшну та зовнішньої комунікації у форматі онлайн: через сайт, YouTube, соцмережі та месенджери – за зразком німецької платформи Bundeswehr.de чи американської платформи DVIDS. Ця практика хоч і відповідає практиці інших країн-членів НАТО, втім не передбачена прямо українським законодавством. Тому, щоб забезпечити прозорість та належну якість контенту військової мультимедійної онлайн-платформи, доцільно в законодавстві чітко визначити її завдання та принципи функціонування.

Переваги:

- Дає змогу залучити кошти до держбюджету та скоротити обсяг державних видатків.
- Можна виставити умови приватизації, наприклад щодо збереження частки контенту для ветеранів або контенту на військову тематику.
- Приведення комунікацій Міноборони у відповідність до найкращих практик країн – членів НАТО: створення контенту у форматі онлайн-платформи без статусу публічного мовника.

Недоліки та ризики:

- Є ризик затягування процесу, зокрема, через потребу вносити зміни в законодавство та ймовірність затягування процесу корпоратизації.
- Ризик скуповування медіаактивів особами з політичною або олігархічною заангажованістю.

Варіант 3. Інтеграція частини функцій військових медіа до Суспільного мовника

Виробництво освітнього, документального й аналітичного контенту про діяльність армії передають НСТУ, яка зможе створювати відповідні програми в межах власного мандата. Збройні сили утримують лише внутрішні інформаційні ресурси (наприклад, внутрішні бюлетені чи портали для службового користування). Водночас Міністерство оборони може фінансувати виробництво Суспільним мовником відповідного контенту на засадах редакційної політики Суспільного мовлення.

Переваги:

- Системна присутність тем оборони в суспільно значущому контенті із забезпеченням стандартів незалежності та редакційної доброчесності.
- Приведення комунікацій Міноборони у відповідність до найкращих практик країн – членів НАТО: створення контенту у форматі онлайн-платформи без статусу публічного мовника.

Недоліки та ризики:

- Потреба в додатковому фінансуванні для Суспільного мовлення для виконання додаткових обов'язків.
- Є ризик затягування процесу, зокрема, через можливу потребу вносити зміни в законодавство.

Варіант 4. Аутсорсинг виробництва контенту на військову тематику зовнішнім медіакомпаніям або продакшн-компаніям

Після завершення збройної агресії проти України Міністерство оборони ініціативно припиняє діяльність ЦТРС МОУ як виробника та мовника контенту. Натомість функціонал установи трансформується в замовника на конкурсних засадах аудіовізуального та аудіального контенту на військову тематику. Медіакомпанії та продакшн-компанії, що виграють конкурс і отримують замовлення, зможуть поширювати цей контент на власних платформах. Додатково під час укладення договорів варто закладати можливість поширювати вироблений за державний кошт контент на платформах Суспільного мовлення.

У цьому разі варто встановити правила та процедури замовлення такого контенту, а громадськості слід контролювати проведення конкурсів і дотримання журналістських та етичних стандартів у виробленому контенті.

Переваги:

- Демонстрація дотримання Україною європейських стандартів свободи медіа та розмежування владних і медійних функцій, посилення довіри з боку міжнародних партнерів до української інформаційної політики.
- Приведення комунікацій Міноборони у відповідність до найкращих практик країн – членів НАТО: підтримка виробництва контенту без статусу публічного мовника.
- Гнучкість у виборі виробників для різних типів контенту (освітній, документальний, розважальний, для різних платформ та аудиторій).
- Можливість залучати до співпраці креативні незалежні команди, які мають досвід роботи з темами безпеки й оборони, ветеранів, медіа в конкретних громадах або таких, що працюють для конкретних аудиторій.
- Зниження витрат на утримання штатного персоналу та інфраструктури мовлення.
- Перехід до європейської практики, де військові замовляють контент, але не є медіа.

Недоліки та ризики:

- Складнощі з формуванням стабільної та впізнаваної інформаційної пропозиції – часта зміна підрядників може послабити зв'язок з аудиторією.
- Ризик формального виконання тендерних процедур без реального контролю за якістю та неупередженістю контенту.

Варіант 5. Створення на базі ЦТРС МОУ закритого аудіовізуального сервісу для військових (наприклад, у застосунку Армія+) та відмова від ліцензій на ефірне мовлення

«Армія FM» і «Армія TV» трансформуються в сервіс для військовослужбовців Сил Оборони та працівників Міноборони, контент якого перебуває в

закритому доступі – за аналогією з німецьким телеканалом «Bundeswehr TV» або американською радіомережею AFN (American Forces Network). Такий медіасервіс зможе поширювати як лінійний контент (потоківне телевізійне або радіомовлення онлайн), так і on-demand-контент (доступ до архіву передач або іншого аудіовізуального контенту).

Такий варіант трансформації хоч і відповідає практиці країн НАТО, втім не передбачений українським законодавством. Фактично йтиметься про збереження у структурі Міністерства оборони медіасервісу, але закритого, що згідно з логікою чинного закону «Про медіа» має бути описане в законі.

У разі внесення змін до законодавства сервіс може бути розгорнутий, наприклад, у межах застосунку «Армія+», яка вже є цифровим інструментом комунікації з військовими. Відкрите для цивільних громадян ефірне мовлення припиняється. Водночас рекомендовано врахувати в законодавстві європейські стандарти щодо моделі врядування й незалежності редакційної політики в контенті такого медіасервісу.

Переваги:

- Відповідність практиці країн – членів НАТО: використання можливостей закритого медіасервісу для аудиторії військових та працівників Міноборони, але не для цивільного населення.
- Збереження інструменту морально-психологічної підтримки військових з боку Міноборони.

Недоліки та ризики:

- Потреба в законодавчих змінах, що може затягнути процес.
- Потреба в інвестиціях, щоб створити технічну можливість для закритого мовлення.

РЕКОМЕНДАЦІЇ ДЛЯ ПОВОЄННОГО ВІДНОВЛЕННЯ ПЛЮРАЛІСТИЧНОГО МЕДІАЛАНДШАФТУ В УКРАЇНІ

Усі п'ять варіантів трансформації військових медіа наближають Україну до дотримання європейських стандартів свободи медіа, розмежування владних і редакційних функцій та найкращих практик країн – членів НАТО. Кожна модель

по-своєму сприяє впровадженню принципів, закріплених у міжнародних зобов'язаннях України, зокрема у сфері демократичного цивільного контролю над сектором безпеки та оборони.

Із сьогоднішньої перспективи оптимальна політика **«Варіант 2. Відмова Центральної телерадіостудії Міністерства оборони від ліцензій на мовлення та перехід до моделі мультимедійної онлайн-платформи без ефірного мовлення»**. Такий підхід відповідає міжнародним стандартам демократичного врядування в медіасфері, адже усуває пряму участь Міністерства оборони як гравця на медіаринку, уникає ризику мілітаризації публічного мовлення й дає змогу зберегти стратегічну комунікацію в межах прозорості, нефіксованої на частотному ресурсі платформи. Це також вивільняє частоти для цивільних медіакомпаній на конкурентному ринку, що сприятиме медіаплюралізму.

Водночас конкретну модель має вибрати наприкінці війни, тож вона повинна базуватись на аналізі реального стану Центральної телерадіостудії Міністерства оборони на той час, а також на оцінюванні спроможності державних інституцій впровадити обрані зміни, не втративши якість комунікації з військовими та суспільством. Важливо враховувати не лише технічні чи правові передумови, а й ризики політичної чутливості, необхідність додаткових фінансових ресурсів або ризики політизації медіаактивів.



Funded by
the European Union

RES POL

[НОВИНИ ПРОЄКТУ RES-POL](#)

[FACEBOOK RES-POL](#)

Цей стратегічний бриф створили за фінансової підтримки Європейського Союзу. Його зміст є відповідальністю Громадської спілки "Центр регіональний розвиток" і не обов'язково відображає позицію Європейського Союзу.