

УДК 34.72:343.13(075.8)

КРАСНОСТУП Г.М., кандидат юридичних наук, старший науковий співробітник.
ORCID: <https://orcid.org/0009-0002-8074-3383>.

САМОРЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ МЕДІА: ПРАВОВІ АСПЕКТИ

Анотація. Стаття присвячена дослідженню питання правових аспектів саморегулювання у сфері медіа в Україні та його взаємозв'язку з правовими аспектами регулювання та спільного регулювання. Зосереджено увагу на ролі саморегулювання у забезпеченні діяльності суб'єктів у сфері медіа, проілюстровано різницю між поняттями саморегулюванням у сфері медіа та саморегулюванням у сфері журналістики. Розглядаються різні аспекти саморегулювання у сфері медіа в Україні, включаючи внутрішні механізми контролю, роль суб'єктів у сфері медіа та взаємодію з органами державної влади. Зокрема, вплив національного законодавства на формування та розвиток саморегулювання в сфері медіа в Україні. Висвітлюються практичні виклики та можливі шляхи вдосконалення механізмів саморегулювання у медійному середовищі.

Ключові слова: медіа, регулювання, спільне регулювання, саморегулювання.

Summary. The article is dedicated to exploring the legal aspects of self-regulation in the media sphere in Ukraine and its correlation with the legal aspects of regulation and co-regulation. The focus is on the role of self-regulation in ensuring the activities of media entities, illustrating the difference between self-regulation in the media sphere and self-regulation in journalism. The examines various aspects of self-regulation in the media sphere in Ukraine, including internal control mechanisms, the role of media entities, and interaction with government authorities. In particular, it investigates the impact of national legislation on the formation and development of self-regulation in the media sphere in Ukraine. Practical challenges and possible ways to improve self-regulation mechanisms in the media segment are highlighted.

Keywords: media, regulation, co-regulation, self-regulation.

Постановка проблеми. У контексті стрімкого розвитку медіа та інформаційних технологій, питання саморегулювання в сфері медіа набуває надзвичайної актуальності. Незалежно від швидкості змін у сучасному медійному просторі, аналіз правових аспектів саморегулювання залишається недостатньо дослідженим. Проте, ефективне функціонування саморегулювання вимагає глибокого розуміння та узгодженості з відповідним законодавством.

Результати аналізу наукових публікацій. У своїх наукових працях проблемні питання регулювання, спільного регулювання та саморегулювання у сфері медіа досліджують такі вітчизняні науковці: І.В. Арістова, О.А. Баранов, К.І. Беляков, В.М. Брижко, О.Є. Бухтатий, О.А. Вознесенська, А.Г. Гетьманець, О.Я. Гоян, В.М. Дрешпак, І.В. Зайцева-Калаур, О.О. Золотар, В.Ф. Іванов, Т.А. Костецька, А.М. Новицький, О.М. Селезньова, М.А. Рожило, О.Л. Теребус та інші. Окремо хочемо виділити колег-практиків, які внесли вагомий внесок у правове регулювання у сфері медіа, а саме: О.О. Бурмагін, А.В. Літвищенко, В.К. Мієнко, Л.М. Мудрак, К.А. М'ясникова, І.Є. Розкладай, А.Ф. Сафаров, Т.С. Шевченко, Р.І. Шевчук.

Разом з цим, як вважаємо, існує завдання ретельного аналізу правових аспектів саморегулювання у сфері медіа в Україні з урахуванням внутрішніх механізмів контролю, а також взаємодії з органами державної влади. Особливо це стосується

впливу національного законодавства на формування та розвиток саморегулювання в українському медійному середовищі в контексті дотримання правових норм та етичних стандартів.

Метою статті є визначення понять “регулювання”, “державне регулювання”, “саморегулювання”, “спільне регулювання”, взаємозв’язку між ними, оцінки кращих практик впорядкування суспільних відносин у сфері медіа з питань впровадження ефективного інституту саморегулювання, а також розробка пропозицій щодо імплементації міжнародного досвіду з порушеного питання в Україні.

Виклад основного матеріалу. Закон України “Про медіа” [1] використовує три основні поняття “державне регулювання”, “спільне регулювання” та “саморегулювання”, які будуть розглядатися у даній статті. Тому, на цьому етапі дослідження необхідно надати визначення цих понять та проілюструвати взаємозв’язки між ними.

Слово “регулювання” (від лат. *regulo* – “упорядковую”, “приводжу в порядок”) згідно [2] визначається як: 1. Приведення в порядок, упорядкування (механізму, діяльності і т.д.); керівництво рухом, напрямком, діями, відносинами і т.п.; 2. Сукупність вказівок, що видаються від органу влади або управління та мають на меті внести певний порядок в ту чи іншу сферу життя; 3. Форма цільового управлінського впливу, спрямованого на підтримання рівноваги в об’єкті управління та його розвиток шляхом введення в нього регуляторів (норм, правил, цілей, зв’язків).

Державне регулювання – вплив держави у вигляді державних органів на економічні об’єкти і процеси та учасників у них [3]. Державне регулювання в сфері медіа здійснюється на підставі закону відповідними регуляторними органами.

Вважаємо, що поняття “державне регулювання” можна ототожнювати з поняттям “правове регулювання”, яке також є процесом цілеспрямованого впливу держави на суспільні відносини за допомогою спеціальних юридичних засобів і методів, спрямованих на їх стабілізацію та упорядкування.

Ганс Й. Кляйнштойбер у своїй публікації “Інтернет: між регулюванням та управлінням” вказує, що в “власному розумінні” слово “регулювання” передбачає досить випадковий процес, що здійснюється під керівництвом держави, функції якої зазвичай зосереджені в межах будь-якого (більш чи менш) незалежного регуляторного органу, що приймає рішення в разі конфлікту інтересів. Процес прийняття рішень настільки складний, що будь-який спеціалізований орган, що складається з незалежних експертів, впорається з цим краще, ніж державні службовці [4, с. 63].

Необхідно відзначити, що регуляторні органи дуже перевантажені роботою, а представники медіа-індустрії змушені вирішувати окремі питання самостійно. Саме тому державне регулювання зазвичай супроводжується саморегулюванням. Іноді саморегулювання може мати місце при повній відсутності державного регулювання.

Почесна голова Національної асоціації медіа, членкиня Комісії з журналістської етики Т.Я. Лебедева підкреслила, що саморегулювання медіа є оптимальним механізмом для збалансування прав журналістів та їхньої відповідальності перед суспільством, а також захисту від впливу власників і держави, надмірного регулювання та обмежень свободи слова [5].

Саморегулювання (*self-regulation*) – підхід до регулювання певного сектору економіки, який полягає в тому, що формуються лише загальні цілі, але завдання розробки та впровадження детальних правил доручається органу, що складається з осіб, які працюють у даному секторі. Перевага цього підходу полягає в тому, що люди, які працюють у даному секторі, здатні краще виявляти проблеми та розробляти реалістичні методи управління, ніж зовнішні особи. Небезпека саморегулювання полягає в тому, що

воно дозволяє занадто активно діяти на захист вже існуючих у даному секторі фірм та занадто слабко – на користь споживачів або створення можливостей для інноваторів та нових учасників ринку [6].

На думку медіа-експерта І. Розкладая, “саморегулювання” – це тип добровільної ініціативи, яка дозволяє суб’єктам господарювання, соціальним партнерам, неурядовим організаціям та асоціаціям приймати спільні правила між собою та для себе [7].

Вважаємо, що умовах взаємодії державного регулювання та саморегулювання виникає поняття “спільне регулювання”.

Поняття “спільне регулювання” (*co-regulation*) зазвичай використовують як загальний термін для визначення кооперативних форм регулювання, розроблених для досягнення цілей державної влади. Це поняття охоплює як елементи саморегулювання, так і традиційні риси державного регулювання [8].

Модель “спільного регулювання” ґрунтується на основах саморегулювання (в його найширшому розумінні), які закріплені в положеннях органів державної влади одним із двох способів: державні органи або встановлюють правові основи так, щоб саморегулювання почало діяти, або інтегрують існуючу систему саморегулювання в нормативну базу державного органу. Це широке визначення охоплює багато різноманітних типів спільного регулювання, залежно від співвідношення участі влади та недержавного сектору. Вибір елементів для основи спільного регулювання, зокрема, залежить від задач, які слід виконати.

Відповідно до частини першої статті 92 Закону України “Про медіа” спільне регулювання у сфері медіа – це поєднання функцій та засобів державного регулювання та галузевого саморегулювання з метою забезпечення участі суб’єктів у сфері медіа у розробці та визначенні вимог до змісту інформації, яка поширюється медіа, та недопущення цензури і зловживання свободою слова [1].

При цьому, предметом спільного регулювання є визначення вимог до поширення інформації, для якої законодавством передбачено регулювання змісту, шляхом прийняття кодексів (правил) створення та поширення такої інформації. За таких умов суб’єкти у сфері медіа добровільно беруть на себе обов’язок дотримуватися цих вимог, а Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення визнає, що ці вимоги є достатніми для забезпечення суспільних інтересів.

Згідно з пунктом 1 Розділу VIII Регламенту Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення, затвердженому Рішенням Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення 20.04.23 р. № 339, Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення співпрацює з органами спільного регулювання, які діють у сфері медіа, аби розробити критерії та кодекси (правила) створення і поширення інформації, що сприяє процесу саморегулювання медіа та зменшенню вчинення ними порушень законодавства [9].

Законом України “Про медіа” до предмета спільного регулювання віднесено наступні сфери:

встановлення критеріїв віднесення осіб до суб’єктів у сфері онлайн-медіа;

визначення критеріїв віднесення інформації до такої, яку заборонено поширювати на території України відповідно до пунктів 1-4, 6-14 частини першої статті 36, пунктів 1-2 частини першої, частини другої статті 119 Закону України “Про медіа”;

визначення критеріїв віднесення лінійних медіа до тематичних та обсягів національного продукту для таких медіа;

визначення критеріїв віднесення інформації до такої, що може заподіяти шкоду фізичному, психічному або моральному розвитку дітей;

розподіл дітей на вікові категорії та встановлення критеріїв класифікації програм (у тому числі фільмів) за віковими категоріями аудиторії, на яку вони розраховані;

затвердження вимог до демонстрування спеціальних попереджень (включаючи їх ескізи) та вимог до оголошення звукових попереджень;

визначення порядку віднесення суб'єктом у сфері медіа інформації до відповідних вікових категорій дітей та обрання відповідних попереджень (символів);

затвердження правил мовлення у дні пам'яті;

визначення критеріїв віднесення рекламної інформації (комерційних повідомлень) до такої, що може вважатися шкідливою згідно з вимогами законодавства про рекламу;

затвердження плану дій щодо забезпечення доступності сервісів для осіб з інвалідністю;

визначення інструментів та механізмів реалізації вимог, встановлених Законом України "Про медіа" до провайдерів платформ спільного доступу до відео;

встановлення вимог щодо обсягу європейського продукту для телеканалів загальнонаціональної та регіональної категорії, що мають незначну долю аудиторії;

розробка рекомендацій щодо виконання встановлених цим Законом вимог щодо європейського продукту;

затвердження вимог до розповсюдження реклами у випадках, передбачених Законом України "Про рекламу".

Слід підкреслити, що згідно з частинами третьою і четвертою статті 92 Закону України "Про медіа" наявність спільного регулювання у сфері медіа не обмежує свободи галузевого та іншого саморегулювання у сфері медіа та журналістики, яке діє на принципах добровільної участі, самоврядності та невтручання держави.

Органи спільного регулювання, що створюються на підставі цього Закону, не належать до саморегулювних організацій [1].

Стаття 93 вказаного Закону визначено механізм створення органів спільного регулювання.

При цьому, між питаннями саморегулювання та спільного регулювання є тонка межа "суспільного діалогу". Наприклад, у більшості європейських країн питання здійснення мовлення в дні трауру (скорботи, жалоби) та дні пам'яті взагалі не врегульовано на законодавчому рівні. Правила здійснення мовлення у такі дні є традицією, що підлягає саморегулюванню. Водночас в Україні порушене питання віднесено до компетенції спільного регулювання.

Особливу увагу слід привернути питанню спільного регулювання та саморегулювання у сфері реклами. Так, відповідно до статті 3-1 Закону України "Про рекламу" держава відповідно до Розділу VII Закону України "Про медіа" заохочує спільне регулювання та сприяє розвитку саморегулювання у сфері реклами, у тому числі щодо визначення вимог до реклами, шляхом прийняття кодексів (правил) створення та розповсюдження реклами, зокрема:

1) шляхом спільного регулювання:

щодо спонсорства виробниками алкогольних напоїв, найменуваннями алкогольних напоїв (виключно для вина, пива, сидру і перрі (без додавання спирту), торговельними марками, під якими вони випускаються, та продакт-плейсменту з використанням алкогольних напоїв, торговельних марок, під якими вони випускаються;

щодо реклами азартних ігор та спонсорства з використанням торговельних марок, під якими провадиться діяльність з організації та проведення азартних ігор;

щодо розміщення товару (продакт-плейсменту) в аудіовізуальних медіа;

щодо вимог до розповсюдження в медіа інформації про спонсора, його імені (найменування), комерційного (фірмового) найменування, найменування товару та/або торговельної марки;

щодо особливостей спонсорства дитячих, документальних та релігійних програм;

щодо критеріїв визначення програми програмою про поточні події;

2) шляхом саморегулювання:

щодо реклами алкогольних напоїв – з метою зменшення впливу такої реклами на дітей;

щодо реклами, яка супроводжує або включена у дитячі програми аудіальних чи аудіовізуальних медіа, а також розповсюджується на платформах спільного доступу до відео та на платформах спільного доступу до інформації щодо харчових продуктів та напоїв, які містять нутрієнти та речовини з поживним або фізіологічним впливом, зокрема жири, трансжирні кислоти, сіль, соду або цукор, надмірне споживання яких у загальній дієті не рекомендується. Таке регулювання здійснюється з метою запобігання створенню оманливого враження про позитивні якості поживної цінності таких харчових продуктів та напоїв;

щодо реклами, спонсорства та розміщення товару (продакт-плейсменту) лікарських засобів, медичних виробів та методів профілактики, діагностики, лікування і реабілітації, дозволених до рекламування;

щодо реклами, спонсорства та розміщення товару (продакт-плейсменту) харчових продуктів для спеціального дієтичного споживання, функціональних харчових продуктів та дієтичних добавок;

щодо вимог до розміщення всіх форм реклами на платформах спільного доступу до відео та платформах спільного доступу до інформації;

щодо інших питань.

Виробники товарів, особи, які здійснюють їх реалізацію, виробники реклами, рекламодавці та розповсюджувачі реклами, які не є суб'єктами у сфері медіа, у порядку саморегулювання, тобто на принципах добровільності, самоврядності та невтручання держави, мають право шляхом прийняття відповідних кодексів (правил) визначати вимоги до виробництва та розповсюдження реклами. Такі вимоги не мають суперечити законодавству і повинні відповідати таким критеріям:

враховувати найкращі практики застосування законодавства;

бути загальноприйнятими основними заінтересованими сторонами, а саме виробниками відповідних товарів, особами, які здійснюють їх реалізацію, рекламодавцями та розповсюджувачами реклами;

чітко та однозначно визначати цілі, для досягнення яких вони запроваджуються, та забезпечувати можливість здійснення регулярного, прозорого і незалежного моніторингу та оцінювання рівня досягнення поставлених цілей;

передбачати ефективні та пропорційні заходи реагування органами саморегулювання.

При цьому, органи спільного регулювання у сфері медіа шляхом прийняття відповідних кодексів (правил) у порядку, передбаченому Законом України “Про медіа”, визначають вимоги до розповсюдження в медіа реклами у випадках, передбачених законами України “Про рекламу” та “Про медіа” [10].

Медіа-юрист Р. Кіфлюк ще у 2020 році зробив висновок про те, що в законі неможливо передбачити всі можливі ситуації, саме тому дуже важливо узгоджувати концептуальні речі (“правила гри”) поміж усіма гравцями ринку. Але й обсяг проблемних питань у медіа нині настільки великий, що виключно регулюванням їх

вирішити неможливо. Спільне регулювання чи саморегулювання медіа невідворотне, залишилося з'ясувати, у якому вигляді та яким чином це відбудеться в Україні [5].

На думку медіа-експерта І. Розкладая, саморегуляція – інструмент цеховий [7].

Аналізуючи існуючу систему саморегулювання суб'єктів у сфері медіа в Україні не можна не погодитися з такою позицією. Досвід доводить, що інструменти як спільного регулювання, так і саморегулювання, впроваджені відповідно до різних правових традицій держав-членів, можуть відіграти важливу роль у створенні високого рівня захисту прав споживачів. Заходи, що мають на меті досягнення цілей суспільного інтересу у зростаючому секторі аудіовізуальних медіа-послуг є більш ефективними, якщо вони вживаються за активної підтримки з боку самих провайдерів послуг. Таким чином, саморегулювання являє собою певний вид добровільної ініціативи, що дозволяє економічним операторам, соціальним партнерам, неурядовим організаціям або асоціаціям приймати спільні керівні принципи між собою та для себе [11].

Перебуваючи на етапі переходу від країни-кандидата до початку переговорів про вступ до ЄС, вирішальне значення, на нашу думку, має розуміння законодавства ЄС для сприяння кращому впровадженню його на національному рівні. З огляду на наведене, на цьому етапі дослідження виникла необхідність вивчення існуючих рекомендацій Комітету Міністрів Ради Європи з порушеного питання.

Нормативно-правова база, пов'язана з політичною рекламою та виборчими кампаніями, а також підходи до саморегулювання або спільного регулювання у цій сфері, мають бути розроблені та запроваджені відповідно до стандартів Ради Європи та відповідної практики Європейського суду з прав людини, належним чином враховуючи різноманітність конституційної та правової бази на національному рівні. Враховуючи специфіку онлайн-середовища та діяльності онлайн-платформ, держави повинні розглядати спільне регулювання як пропорційний підхід до регулювання політичної реклами в мережі Інтернет та, за можливості, виборчих кампаній в мережі Інтернет. Будь-яке регулювання діяльності має бути прозорим і недискримінаційним [12].

Так, Т. Мендел у своїй статті “Доступ до радіохвиль. Принципи свободи слова та регулювання мовлення” привертає увагу до сформульованих Article 19 Принципів свободи вираження поглядів та регулювання мовлення, згідно з якими де дієва система саморегулювання щодо контенту мовлення, існує занепокоєння про те, що не слід нав'язувати адміністративну систему [13].

Відповідно до пункту 1.3.5. Рекомендації CM/Rec (2022)4 Комітету Міністрів державам-членам щодо просування сприятливого середовища для якісної журналістики у цифрову еру, держави повинні у тісній співпраці з національними асоціаціями журналістів, профспілками та медіа-компаніями або асоціаціями розглядати можливість фінансування пресрад та інших механізмів саморегулювання або спільного регулювання з метою забезпечення їх фінансової стійкості. Будь-які фінансові схеми повинні підлягати відповідним гарантіям для захисту автономії та незалежності органів саморегулювання та спільного регулювання [14].

Так, відповідно до пункту 2.1.3. Рекомендації CM/Rec (2022)4 Комітету Міністрів державам-членам щодо просування сприятливого середовища для якісної журналістики у цифрову еру, зобов'язання медіа в рамках верифікації та контролю якості має доповнюватися ефективними добровільними механізмами саморегулювання медіа, такими як інститут омбудсмена та ради преси/медіа. Громадськість повинна бути поінформована і мати доступ до зрозумілих, прозорих і оперативних механізмів подання скарг, що дозволяють позначати контент, що порушує журналістські професійні та етичні стандарти, в тому числі під час поширення такого контенту в мережі Інтернет, а

також наявність можливості виправлення неточної інформації. Скарги повинні розглядатися незалежними органами, завданням яких є дотримання журналістських професійних та етичних стандартів. Такі незалежні органи повинні мати стабільне фінансування і належні повноваження, зокрема вимагати публікації виправлень, критичних рішень і вибачень [14].

У Рекомендації СМ/Рес (2022)12 Комітету Міністрів під спільним регулюванням розуміють “регульоване саморегулювання”, а саме: галузеве саморегулювання з мандатом та/або деяким наглядом з боку держави [12].

Медіа-експерт І. Розкладай визначає, що Директива Європейського Парламенту та Ради про аудіовізуальні медіа послуги – це про правила, що діють для медіа на ринку і враховують права інших учасників – людей з інвалідністю, приміром чи національних спільнот чи дітей тощо. І власне, залежно від традицій і правових систем, країна може обрати або саморегуляцію або співрегуляцію саме в сфері діяльності суб’єктів, а не журналістики [7]. Тому, погоджуючись з медіа-експертом, вважаємо, що сьогодні край необхідно розділяти такі поняття, як “саморегулювання у сфері медіа” та “саморегулювання у сфері журналістики”. Такі інституції мають на практиці різні функції.

Саме тому заходом 2 завдання 21 Плану заходів з реалізації Стратегії інформаційної безпеки на період до 2025 року, затвердженого Розпорядженням Кабінету Міністрів України від 30.03.23 р. № 272-р, передбачено сприяння становленню інституту саморегулювання у сфері медіа [15].

У 2024 році аналізуючи стан справ в Україні, можна дійти висновку про те, що всі види саморегулювання присутні, але немає єдиної інституції, яка б об’єднала всіх гравців медіа ринку. Водночас існують організації, які впевнено можна вважати прикладами саморегулювання у сфері журналістики в Україні, а саме:

Комісія з журналістської етики (загальновідома, як КЖЕ) – орган саморегулювання у сфері журналістики. Наразі на своїх засіданнях КЖЕ обговорює та пропонує вирішення конфліктних ситуацій шляхом розгляду скарг від споживачів інформації відповідно до Кодексу етики українського журналіста;

Національна спілка журналістів України (загальновідома, як НСЖУ) – творча спілка, яка здійснює свою діяльність відповідно до Закону України “Про професійних творчих працівників та творчі спілки”. До основних напрямів діяльності НСЖУ, зокрема, віднесено турботу про правовий, соціальний та професійний захист власних членів (журналістів);

Незалежна медіа профспілка України – профспілкова організація, яка також здійснює свою діяльність відповідно до Закону України “Про професійні спілки, їх права та гарантії діяльності”;

Незалежна медійна рада – це експертний орган, заснований інститутами громадянського суспільства, що розробляє рекомендації відповідно до Кодексу етики українського журналіста та міжнародних стандартів.

Слід зазначити, що сьогодні до КЖЕ входять журналісти, представники від НСЖУ, ГО “Український інститут медіа та комунікації”, Національної асоціації медіа, ГО “Асоціація “Жінки в медіа”, Асоціації Медіа Бізнесу, ГО “Інститут масової інформації”, Українського національного інформаційного агентства “Укрінформ”, Наглядової ради Національної суспільної телерадіокомпанії України, Центру прав людини ZMINA. Тому, на нашу думку, КЖЕ можна визначити національним органом саморегулювання у сфері журналістики в Україні.

Постає питання щодо органів саморегулювання у сфері медіа, які покликані самостійно вирішувати у тому числі господарські питання у суб'єктів у сфері медіа. Такі організації в Україні також присутні.

Індустріальний Телевізійний Комітет (загальновідомий, як ІТК) – фахове об'єднання провідних суб'єктів у сфері аудіовізуальних медіа (Inter Media Group, Медіа Група Україна, 1+1 медіа, Star Light Media, Publicis Groupe, Omnicom Media Group, RAZOM GROUP), що представляє інтереси телевізійної галузі України. Основною метою ІТК є сприяння розвитку телевізійної та рекламної галузі України.

Національна асоціація медіа (загальновідома, як НАМ) – професійне об'єднання українських медіа, основним завданням якого є захист свободи слова, розвиток вільного медіа ринку та сприяння процвітанню учасників асоціації.

Слід враховувати, закон не може охопити всіх нюансів багатоманітного життя, а управління не є лише застосуванням законів, яке, до речі, має бути творчим, оскільки закон фіксує лише загальні положення, а виконавча влада стикається з ситуативною необхідністю його тлумачення відповідно до конкретних умов. Однак таке застосування закону не має нічого спільного з адміністративним свавіллям та волюнтаризмом [16]. Тому, на нашу думку, визначені законом принципи мають застосовуватися імперативно, під час врегулювання відповідних суспільних відносин.

Разом з цим, можна зробити висновок про те, що Закон України “Про медіа” дозволяє суб'єктам у сфері медіа самостійно визначитися із межами та способами саморегулювання. Головний принцип у цій сфері звучить так – “Саморегулюйся або будеш врегульованим”.

Законодавство інших країн частіше регулює окремі аспекти діяльності інститутів саморегулювання. В окремих країнах створюються спеціальні інституції. Наприклад, медійний омбудсман, роботу яких позитивно оцінює відповідна медійна спільнота.

При цьому, гарантування на рівні Закону України “Про медіа” можливості існування саморегулювання у сфері медіа є окремим здобутком національного законодавства про інформацію, що на практиці дозволяє суб'єктам у сфері медіа працювати відкрито, злагоджено та відповідно до самостійно встановлених та узгоджених між собою правил. Зазначене є передумовою для їх можливості ефективно брати участь у спільному обговоренні найважливіших питань галузі.

Протягом 2023 – 2024 років автор статті, на запрошення NIRAS Sweden AB, спільно з колегами взяла участь у Міжнародній тренінговій програмі “Розвиток медіа та демократичне регулювання медіа у нову цифрову еру” (ITP Media), Східна Європа, окремий модуль якої відбувся в Швеції. Розвиток медіа та демократичне регулювання медіа у нову цифрову еру – це професійна тренінгова програма, що фінансується SIDA, яка забезпечує платформу для конструктивного, творчого діалогу між високопоставленими представниками медіа, уряду та громадянського суспільства про те, як покращити процеси регулювання, спільного регулювання та саморегулювання медіа у контексті європейської інтеграції у Вірменії, Молдові та Україні. Загальна мета цієї програми полягає в сприянні та зміцненні вільної, незалежної та інклюзивної журналістики, зменшенні (само)цензури, стратегічному підході до створення якісного та надійного медіа-ландшафту шляхом протидії дезінформації та пропаганді, що сприятиме швидшому і плавному процесу інтеграції до Європейського Союзу. У рамках програми ми з колегами реалізували можливість вести дискусію з колегами з ключових установ та організацій Швеції у сфері регулювання, спільного регулювання та саморегулювання медіа.

Шведський досвід саморегулювання у сфері медіа є дійсно унікальним та потребує вивчення, оскільки з 1766 року у Швеції діє Акт про свободу слова. Цікавим є досвід роботи медіа омбудсмана, який на думку автора статті, є неможливим для імплементації в Україні з багатьох причин.

Для того, щоб механізми саморегулювання та спільного регулювання запрацювали в Україні, потрібно бажання, розуміння значення медіа та їх впливу на суспільство, фаховість і готовність працювати за правилами, незалежно від того, чи подобаються вони журналістам. Також повинно бути узгодження та здатність регулятора впливати на забезпечення певної якості медіа-продукту, певних гарантій захищеності найбільш вразливих груп аудиторії від можливого шкідливого контенту, необхідно і з боку держави визнавати такі організації та їхню роль у саморегуляції [17].

Висновки.

Зазначені вище аспекти щодо регулювання, спільного регулювання та саморегулювання в сфері медіа в Україні розкривають значний прогрес у національному законодавстві, особливо в контексті Закону України “Про медіа”.

Гарантування можливості існування саморегулювання на рівні Закону України “Про медіа” є важливим здобутком національного законодавства про інформацію. Це створює передумови для відкритої та злагодженої роботи суб’єктів у медіа, сприяючи ефективному участі у спільному обговоренні ключових питань галузі. Саморегулювання є важливою передумовою для забезпечення прозорості та відповідальності в діяльності медійного сектору.

Закон визнає необхідність надання суб’єктам у медіа можливості самостійно визначати межі та способи саморегулювання. На нашу думку, законодавець встановив певний принцип “Саморегулюйся або будеш врегульованим”.

Порівняно з іншими країнами, де законодавство частіше деталізує окремі аспекти інститутів саморегулювання, в Україні відзначається відносна відкритість та гнучкість регулювання.

Оскільки на рівні Закону України “Про медіа” передбачено можливість існування саморегулювання, на нашу думку, станом на сьогодні потрібна лише добра воля суб’єктів у сфері медіа для становлення ефективного інституту саморегулювання в Україні.

Використана література

1. Про медіа: Закон України від 13.12.22 р. № 2849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
2. Енциклопедія соціології. URL: <http://dic.academic.ru/dic.nsf/socio/3417>
3. Борисов А.Б. Великий економічний словник: москва: Книжковий мир, 2003. 895 с. URL: <https://tochka.com/info/glossary>
4. Довідник про свободу масової інформації в Інтернеті; під ред. Кристиана Меллера та Арно Амуру. Вена: Office of the Representative on Freedom of the Media. 2004. 282 с. URL: <http://www.osce.org/ru/fom/13837?download=true>
5. Шеремета Я. Скопіювати системи саморегулювання медіа із Швеції та Данії неможливо, треба їх адаптувати. – (Експерти). URL: <https://detector.media/community/article/176772/2020-04-29-skopiuyuvaty-systemy-samorbgulyuvannya-media-zi-shvetsii-ta-danii-nemozhlyvo-treba-ikh-adaptuvaty-eksperty>
6. Економічний словник. URL: http://dic.academic.ru/dic.nsf/econ_dict/19550
7. Розкладай І. Очевидне чи неочевидне: чому Закон “Про медіа” не регулює саморегуляцію. – (03.01.2024). URL: <https://cedem.org.ua/analytics/zakon-pro-media-samoregulyatsia>

8. Красноступ Ганна. Правове регулювання та саморегулювання у сфері телебачення і радіомовлення. *Legea si Viata*. 2015. № 10/2. С. 36-40. URL: <http://legeasiviata.in.ua/archive/2015/10-2/10.pdf>

9. Регламент Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення: рішення Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення від 20.04.23 р. № 339. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0339295-23#n6>

10. Про рекламу: Закон України від 03.07.96 р. № 270/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text>

11. Про аудіовізуальні медіапослуги: Директива Європейського Парламенту та Ради 2010/13/ЄС про аудіовізуальні медіа послуги від 10 березня 2010 року зі змінами, внесеними Директивою (ЄС) 2018/1808 від 14 листопада 2018 року. URL: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_022-10#Text

12. Рекомендація CM/Rec (2022)12 Комітету Міністрів державам-членам щодо передвиборчої комунікації та висвітлення в медіа виборчих кампаній, ухвалена Комітетом Міністрів Ради Європи 06.04.22 р. URL: <https://ips.ligazakon.net/document/view/MU22028?an=154>

13. Toby Mendel. Access to the Airwaves. Principles on Freedom of Expression and Broadcast Regulation. URL: <https://www.article19.org/data/files/pdfs/standards/accessairwaves.pdf>

14. Рекомендація CM/Rec (2022)4 Комітету Міністрів державам-членам щодо просування сприятливого середовища для якісної журналістики у цифрову еру, ухвалена Комітетом Міністрів від 17.03.22 р. URL: https://ips.ligazakon.net/document/view/MU22027?_ga=2.40931553.275769729.1710662634-783830600.1708567267#_gl=1*9ej276*_gcl_au*MtGwNzgxNzcyOC4xNzA4NTY3MjY3

15. План заходів з реалізації Стратегії інформаційної безпеки на період до 2025 року: Розпорядження Кабінету Міністрів України від 30.03.23 р. № 272-р. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/272-2023-%D1%80#n14>

16. Мальцева Є.В. Теоретико-правові засади сутності виконавчої влади. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія “Юридичні науки”*. Т. 25 (64). 2012. № 2. С. 80-87.

17. Рожило М.А. Теревус О.Л. Проблема саморегуляції українських медіа. *Вчені записки ТНУ імені В.І. Вернадського. Серія: “Філологія. Журналістика”*. 2021. № 3/41. С. 239-244. URL: https://www.philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2021/4_2021/part_3/41.pdf

~~~~~ \* \* \* ~~~~~