

**СТРАТЕГІЯ ДІЯЛЬНОСТІ
НАЦІОНАЛЬНОЇ РАДИ УКРАЇНИ
З ПИТАНЬ ТЕЛЕБАЧЕННЯ І РАДІОМОВЛЕННЯ
на 2024-2026 роки**

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА.....	3
1. Візія, місія та цінності медіарегулятора.....	5
2. Поточний стан регулювання у сфері медіа та основні виклики для медіа.....	8
3. Стратегічні цілі на 2024 – 2026 роки.....	14
3.1. Національна рада і світ.....	14
3.2. Національна рада і держава.....	15
3.3. Національна рада і медіа.....	17
3.4. Національна рада і суспільство.....	21
3.5. Національна рада: розширення функціональної спроможності.....	25
4. Реалізація та перегляд Стратегії.....	28

ПЕРЕДМОВА

Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення (далі – Національна рада, регуляторний орган, регулятор, медіарегулятор) – незалежний постійно діючий колегіальний державний орган, що здійснює державне регулювання, нагляд та контроль у сфері медіа.

Регуляторний орган виконує покладені на нього обов'язки відповідно до Конституції України, Закону України «Про медіа», інших законів України та нормативно-правових актів.

Стратегія діяльності Національної ради на 2024–2026 роки (далі – Стратегія) є основоположним середньостроковим документом, який ухвалено відповідно до вимог Закону України «Про медіа», що визначає цілі та напрями діяльності Національної ради.

Метою Стратегії є визначення головних напрямів діяльності Національної ради, які передбачені Законом України «Про медіа», а також міжнародними угодами і державними програмами у сфері інформаційної політики, медіа, культури й мистецтв, електронних комунікацій, в інших сферах суспільного життя, що мають вплив на медіа, з урахуванням потреб українського суспільства, яке динамічно змінюється.

Ця Стратегія має визначити необхідні кроки для забезпечення плюралізму думок, задоволення і забезпечення інформаційних прав громадян, надання різноманітних медіапослуг, створення сприятливого підприємницького медіасередовища, розвитку громадянського суспільства, захисту прав користувачів медійних послуг (інформаційних, розважальних, освітніх тощо) як всього українського суспільства, так і окремих етнічних та соціальних спільнот.

Цілі та пріоритети, окреслені в Стратегії, спрямовані на втілення медійної реформи, яка розпочалася з ухваленням Закону України «Про медіа», що розроблений з дотриманням стандартів Ради Європи. Директиву ЄС про аудіовізуальні медіапослуги імплементовано в українське законодавство.

Розробка Стратегії базується на таких принципах:

- ❖ орієнтація на середньострокові цілі медіарегулятора згідно з національними інтересами Української держави;
- ❖ багатовекторність напрямів діяльності, яка обумовлена динамічністю розвитку національного та зовнішнього медіасередовища.

Під час підготовки Стратегії бралися до уваги дані досліджень, які розміщені у відкритому доступі.

Основними стейкхолдерами, які брали участь у підготовці Стратегії, є державні органи, до повноважень яких повністю чи частково належать напрями, визначені в Стратегії, та громадські організації і професійні об'єднання, до кола діяльності яких входять питання медіа та дотичних сфер. Також було використано матеріали стратегічних сесій за участі представників суб'єктів у сфері медіа та медійних громадських організацій, метою яких було вивчення проблем та викликів, з якими стикається медійна індустрія, а також їхнє бачення перспектив розвитку медіа.

Медіарегулятор усвідомлює необхідність докорінних змін у підходах до регулювання медіапростору та враховує зміни в законодавстві щодо розширення кола суб'єктів регулювання, безпекову ситуацію в країні, зміни у користуванні інформацією, а також має чіткі наміри активно вбудовуватися в європейські процеси.

I. ВІЗІЯ, МІСІЯ ТА ЦІННОСТІ МЕДІАРЕГУЛЯТОРА



ВІЗІЯ

Забезпечення свободи слова через відповідальні медіа на багатоманітному та конкурентоздатному медіаринку як запорука демократичного суспільства.



МІСІЯ

Розвиток і захист національного медіапростору України, здатного забезпечити свободу слова, протистояти загрозам інформаційній безпеці держави. Створення сприятливих умов для конкурентного медіасередовища через професійне ефективне неупереджене регулювання у сфері медіа. Посилення суб'єктності України на міжнародній арені через співпрацю з медійними регуляторами та їх асоціаціями, сприяння інтеграції медійної індустрії у міжнародні ринки.



ЦІННОСТІ

❖ Вільні та відповідальні медіа

Медіа мають право на свободу висловлювання, вираження поглядів і переконань; вільно визначають зміст поширюваної ними інформації; мають свободу у господарській діяльності та прозору структуру власності; позбавлені втручання з боку державних органів у редакційну політику.

Національна рада заохочує медіа бути соціально відповідальними перед суспільством, усвідомлювати роль і значення свого впливу на суспільно-політичні, культурно-освітні процеси та стояти на сторожі захисту прав людини.

❖ Незалежний та компетентний медіарегулятор

Національна рада здійснює свої повноваження самостійно, незалежно від інших державних органів, органів місцевого самоврядування, їх посадових та службових осіб. Втручання будь-яких державних органів, органів місцевого самоврядування, посадових і службових осіб, громадян та їх об'єднань у вирішення питань, що належать до повноважень Національної ради та її членів, не допускається, крім випадків, передбачених законами України.

Незалежність регулятора підсилюється фінансовою незалежністю, запорукою якої є виконання державою положень Закону України «Про медіа».

Медіарегулятор з метою ефективного регулювання у сфері медіа та виконання покладених на нього повноважень активно співпрацює з державними органами, до компетенції яких прямо чи опосередковано відноситься сфера медіа, а також регулювання дотичних до медіа сфер.

Національна рада всіляко підтримує прагнення суб'єктів у сфері медіа бути незалежними від жодного впливу з боку влади чи корпоративних інтересів власників.

❖ **Конкурентне середовище і медійна різноманітність**

Регулятор максимально сприяє медіа в розвитку конкурентного медіасередовища. Регулювання здійснюється пропорційно з урахуванням особливостей кожного виду медіа та жодним чином недискримінаційно щодо всіх суб'єктів у сфері медіа.

Національна рада сприяє різноманітності медіапростору, який відображатиме максимальний спектр інтересів як всього суспільства, так і його окремих груп. Різноманітність має супроводжуватись професійністю та достовірністю інформації, що розповсюджується. Важливим є позбавлення інфопростору від оманливих та фейкових повідомлень, псевдонаукових та ненаукових матеріалів.

❖ **Сталі міжнародні орієнтири**

Україна впевнено крокує до набуття статусу країни-члена Європейського Союзу. Євроінтеграційні процеси України є незворотними. Для медійної галузі це зафіксовано у законах України «Про медіа» та «Про рекламу».

Медіарегулятор впроваджує світові демократичні стандарти та водночас пропонує власні шляхи вирішення питань, що постають у медійному просторі.

Досвід, який Україна і Національна рада отримали у протистоянні російській імперській політиці – як після Революції гідності, так і під час повномасштабного вторгнення – є цінним цивілізаційним надбанням, він має стати частиною нового розуміння стійкості демократії.

❖ **Відкритість та прогресивність громадянського суспільства**

Національна рада в межах повноважень сприятиме розвитку громадянського суспільства, яке зважено та критично аналізує інформацію, відкрите до змін та активно бере участь у глобальних процесах.

❖ **Політика національної ідентичності, плюралізм**

Позбавлення наслідків багаторічної і багатовікової імперської політики росії має стати ледь не головним завданням як для медійних організацій, так і для всього суспільства, і в цьому роль медіа є визначальною. Ця політика мала за мету позбавлення українського народу притаманних йому базових європейських цінностей, ключових національних ознак, способу

функціонування суспільних інститутів. Визначення цих впливів і викорінення їх наслідків є запорукою вільного розвитку української нації.

Сприяння розвитку державної мови та стимулювання виробництва національного продукту – одні із основних завдань державної політики в сфері медіа. Українська мова є визначальним чинником і головною ознакою ідентичності української нації, інструментом об'єднання українського суспільства, засобом зміцнення державної єдності та територіальної цілісності України, її незалежності та національної безпеки.

Національна рада сприяє розвитку медіа мовами корінних народів України та національних меншин (спільнот) України.

Національна рада також докладе зусиль для переходу українських медіа на принципи реального плюралізму, коли у кожному медіа можливо почути різні точки зору – на заміну ситуації, що формувалася десятиліттями, коли різноманіття думок у медіапросторі складалося завдяки великій кількості медіа, що дотримувалися виключно власної позиції або позиції своїх власників, створюючи таким чином подобу плюралізму медіапростору.

❖ **Законність і неупередженість**

Усі рішення та діяльність регулятора базуються виключно на законодавстві. Жодні обставини не можуть слугувати виправданням упередженого чи незаконного ставлення до суб'єктів у сфері медіа з боку регулятора. Органи співрегулювання визначають широкий спектр питань, що слугують розвитку співробітництва індустрії та Національної ради.

❖ **Ефективність та прагнення до розвитку**

Діяльність Національної ради скерована на отримання позитивних результатів при мінімальних затратах ресурсів. Така ефективність забезпечується через залучення професіоналів у команду регулятора, максимальне впровадження позитивних світових практик у процеси, постійне навчання і підвищення кваліфікації працівників, обмін знаннями та синергію між усіма структурними підрозділами регулятора.

Медіарегулятор забезпечує підтримку загальнонаціонального курсу на цифровізацію з метою розвитку галузі, спрощення регуляторних процедур і уникнення бюрократичного тиску на суб'єктів у сфері медіа.

❖ **Партнерство**

Національна рада формує міцні внутрішні й зовнішні зв'язки з державними органами та інституціями, громадськими організаціями, експертним середовищем, міжнародними партнерами і суб'єктами у сфері медіа. Ці зв'язки базуються на довірі, взаємоповазі та усвідомленні важливості реалізації спільної мети.

II. ПОТОЧНИЙ СТАН РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ МЕДІА ТА ОСНОВНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ МЕДІА

Революція гідності докорінним чином змінила українське суспільство, проте українські медіа значною мірою зберегли конфігурацію, що склалася у попередні роки. Національна рада при цьому активно висловлювала свою позицію щодо необхідності змін у підходах до регулювання, розширення своїх повноважень та кола суб'єктів регулювання, забезпечення принципу рівної відповідальності всіх учасників медійного процесу перед суспільством, але постійно зустрічала опір з боку консервативних сил як медійних, так і політичних. Лише однозначний і безальтернативний рух країни в бік Європейського Союзу надав імпульс для втілення цих очевидних змін. Ухвалений Закон України «Про медіа» втілює медіареформу та закладає підвалини для розбудови конкурентоздатного і багатоманітного медіасередовища, спрямований на забезпечення реалізації права на свободу вираження поглядів, права на отримання різнобічної, достовірної та оперативної інформації, на забезпечення плюралізму думок і вільного поширення інформації, на захист національних інтересів України та прав користувачів медіасервісів, регулювання діяльності у сфері медіа відповідно до принципів прозорості, справедливості та неупередженості, рівноправності і незалежності медіа, надає можливість Національній раді бути якісним та ефективним медіарегулятором.

Національна рада стала конвергентним регулятором, який активно співпрацює та комунікує з такими суб'єктами у сфері медіа як:

- ❖ суб'єкти у сфері аудіовізуальних та аудіальних медіа;
- ❖ суб'єкти у сфері друкованих та онлайн медіа;
- ❖ провайдери аудіовізуальних сервісів;
- ❖ провайдери платформ спільного доступу до відео;
- ❖ постачальники електронних комунікаційних послуг для потреб мовлення з використанням радіочастотного спектра.

Крім того, Національна рада здійснює реєстрацію іноземних лінійних медіа.

Разом з цим, залишаються поза регулюванням платформи спільного доступу до інформації, як-от Youtube, Facebook, Instagram, Twitter (X), Netflix, Telegram, так звані соціальні мережі, які складають значну частку медіаспоживання, але перебувають поза юрисдикцією України. Не можна ігнорувати в майбутньому потенційні ризики та впливи цих ресурсів. Так, використання телеграм-каналів потребує ретельного вивчення та ухвалення в майбутньому певних рішень щодо надійності їх використання.

Закон України «Про медіа», запропонувавши нову адекватну і збалансовану модель регулювання, надав можливість Національній раді працювати відкрито й інклюзивно, рухатися у фарватері євроінтеграційних змін. У Законі передбачено чимало інструментів, які мають запровадити цивілізоване сучасне регулювання, рівноправність та демократичність правил гри. Одним із таких інструментів є створення органів спільного регулювання.

Впровадження та поширення європейських стандартів у регулювання медійної галузі України є важливим кроком на шляху до створення простору вільних і відповідальних медіа.

Загалом, незважаючи на те, що через збройну агресію можливості контактувати з міжнародними партнерами певним чином ускладнилися, медіарегулятор посилив свої зусилля для того, щоб доносити світові інформацію про причини і наслідки російської агресії проти України, викривати воєнні злочини, що відбуваються на тимчасово окупованих територіях, свідчити про терористичні акти держави-агресора.

У контексті міжнародної взаємодії поглиблено співпрацю з Європейським Союзом, Радою Європи, іншими міжнародними та регіональними організаціями з питань медіарегулювання, а також посилено залученість регулятора у заходах інших міжнародних платформ із актуальної проблематики.

У рамках реалізації Закону України «Про медіа» наглядова діяльність Національної ради охоплює ширше коло суб'єктів у сфері медіа. Окремо слід відзначити активну співпрацю з індустрією задля створення органів спільного регулювання. Основний акцент такої співпраці припадає на розробку кодексів (правил) поширення інформації у відповідних сферах спільного регулювання.

Також Національна рада веде роботу з цифровізації процедури ліцензування/реєстрації суб'єктів у сфері медіа. Для проведення ліцензійних та реєстраційних дій, а також спрощення комунікації із суб'єктами у сфері медіа створюється «Електронний кабінет суб'єкта у сфері медіа» (далі – Електронний кабінет), який інтегрований з реєстром суб'єктів у сфері медіа (далі – Реєстр). Електронний кабінет та Реєстр відповідають вимогам законодавства щодо захисту даних (у тому числі персональних даних) від несанкціонованого доступу із застосуванням комплексної системи захисту інформації з підтвердженою відповідністю, яка є сукупністю організаційних та інженерно-технічних заходів, спрямованих на унеможливлення витоку, перехоплення, втрати, знищення, модифікації та блокування інформації.

Регулятором розроблено підзаконні нормативно-правові акти, передбачені Законом України «Про медіа», що дають старт діям регулятора по виконанню законодавчо встановлених функцій. Зокрема, підготовлено й ухвалено нормативно-правові акти щодо ліцензування/реєстрації суб'єктів у сфері медіа (у тому числі під час дії воєнного чи надзвичайного стану); Методику розрахунку ліцензійного збору; Порядок функціонування Реєстру; Форми відомостей про структуру власності; Порядок здійснення офіційного моніторингу та проведення перевірок діяльності суб'єктів у сфері медіа; Порядок видачі та анулювання дозволів на тимчасове мовлення на територіях з особливим режимом мовлення та інші.

Разом із органами спільного регулювання Національна рада планує розробити критерії віднесення:

осіб до суб'єктів у сфері онлайн-медіа;

інформації до такої, яку заборонено поширювати на території України відповідно до положень Закону України «Про медіа»;

лінійних медіа до тематичних та обсягів національного продукту для таких медіа;

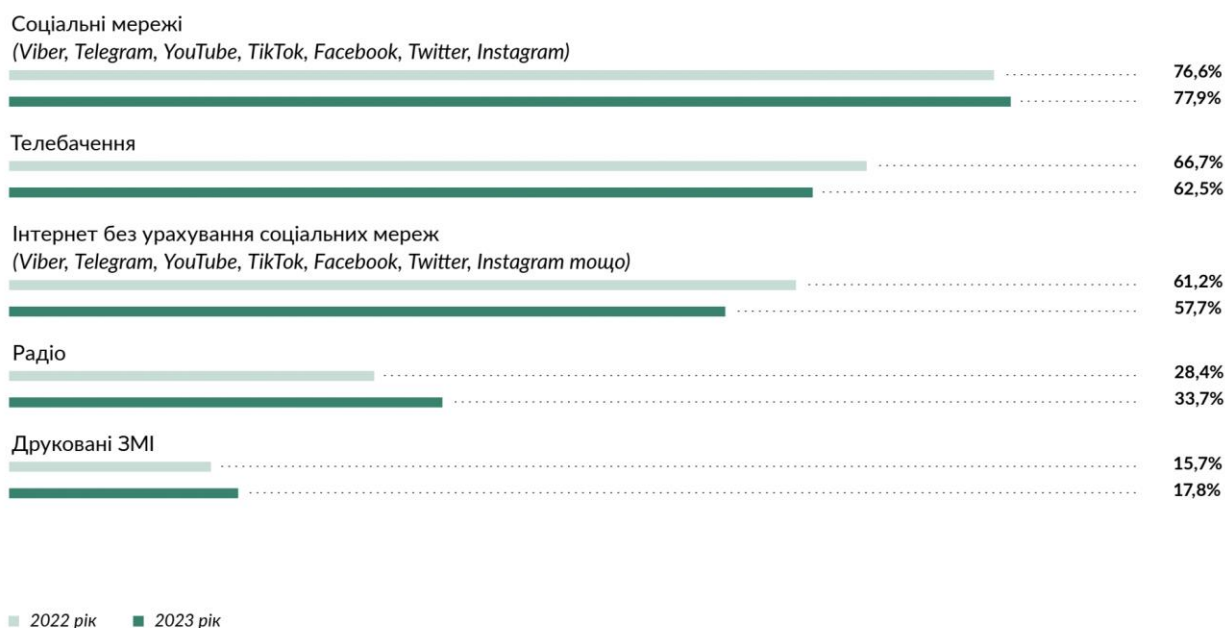
інформації до такої, що може заподіяти шкоди фізичному, психічному або моральному розвитку дітей;

рекламної інформації (комерційних повідомлень) до такої, що може вважатись шкідливою згідно з вимогами законодавства про рекламу та інших актів спільного регулювання.

Вже другий рік поспіль фіксується перевага соціальних мереж та Інтернету перед традиційними медіа у такому важливому для розуміння структури медіапростору параметру як споживання новин¹. Наприклад, дослідження Громадянської мережі «ОПОРА» у 2022–2023 роках демонструють такий розподіл джерел отримання новин серед українців:

Джерела інформації, які опитані використовували для отримання новин протягом останніх двох місяців

Можливі декілька варіантів відповіді



Інші дослідження підтверджують зазначені тенденції².

Рекламний ринок України протягом 2017–2022 років зростав завдяки росту телебачення, радіо та Out Of Home Media (зовнішня реклама та інше), проте основний внесок у це зростання зробили цифрові медіа, які збільшили свої рекламні надходження майже у 6 разів. Вплив пандемії COVID-19 в 2020 році на медіаринок був непропорційним: зменшились рекламні надходження

¹ <https://cutt.ly/xw1HFVsx>

² <https://cutt.ly/Gw1HJCwz>

кінотеатрів, Out Of Home Media та преси, але реклама на ТБ, діджитал реклама продовжували зростати. Рекламний ринок радіо під час пандемії COVID-19 залишився без змін.

У 2021 році всі медіа відновили зростання, проте з початком повномасштабного вторгнення рекламний медіаринок різко впав. Суттєве падіння відбулося на телебаченні, в кінотеатрах, друкованій пресі, Out Of Home Media. У порівнянні з іншими медіа падіння діджитал медіа в 2022 році були не такі значні, і його доля у формуванні ринку реклами в медіа все ще залишається найвищою.



Дані Всеукраїнської рекламної коаліції³

Всеукраїнська рекламна коаліція дає лише попередню оцінку, що рекламний ринок України у 2023 році зросте на третину порівняно з 2022 роком.

Відновлення ринку в цілому очікується не раніше 2025 року за умови суттєвого зниження безпекових ризиків.

На тлі постійної небезпеки для людей, знищення інфраструктури та економічного потенціалу держави, сфера медіа переживає складні часи та стикається з низкою проблем та викликів.

Основні виклики, з якими стикаються медіа:

❖ Виклик № 1 – нестача професійних кадрів

Проблеми з кадровим забезпеченням визнає абсолютна більшість медійної індустрії. Ця проблема має декілька площин:

³ <https://vrk.org.ua/research.html>

- переміщення кадрів з місць постійного проживання у більш безпечні регіони, включно з виїздом за межі країни. Дотичною до цієї проблеми є ризик неповернення працівників – як до попереднього місця роботи, так і до країни загалом;
- нестача спеціалістів внаслідок мобілізації, складність процедури бронювання працівників за медійними підприємствами;
- відсутність у країні системи професійної підготовки спеціалістів для сфери медіа з урахуванням сучасних технологій і підходів, низький рівень підготовки за спеціальностями, що існують у системі освіти.

Також медійні організації зазначають проблему відсутності програм страхування журналістів і застаріле трудове законодавство, зокрема класифікатор професій.

❖ Виклик № 2 – нестача фінансів

Окрім значного падіння доходів як з реклами, так і від співробітництва з місцевою владою, медіа повідомляють про принципову зміну структури доходів. Багато медіакомпаній не розвиваються та знаходяться на межі чи за межею виживання, особливо це стосується локальних медіа. Підтримка медіа з боку держави фактично відсутня.

Не дивлячись на те, що грантова підтримка є доступною небагатьом, ті, хто стикався з фінансуванням через систему грантів, зазначають про неактуальність «проектного» підходу такого фінансування, оскільки зараз мова йде про виживання медіа, а тому більш бажаним є підхід інституціональної підтримки компаній.

Специфічними проблемами друкованих медіа є дистрибуція, зокрема, за передплатою, за допомогою засобів поштового зв'язку, особливо до віддалених, не щільно заселених регіонів; закриття точок розповсюдження друкованих видань; незацікавленість рекламодавців у розміщенні реклами у друкованих виданнях з огляду на відсутність у країні культури масового споживання друкованих медіа та широкого використання діджитал-сервісів.

Наявний брак коштів на забезпечення кіберзахисту мереж та обладнання.

❖ Виклик № 3 – нестача актуального контенту

Проблеми нестачі актуального контенту такі:

- на загальнодержавному рівні – неактуальність і неможливість використання контенту, створеного до повномасштабного вторгнення, за жанрами, сюжетами, учасниками творчих груп;
- на локальному рівні – нерозуміння потреб аудиторії, структура якої кардинально змінилась внаслідок релокації значної кількості громадян зі Сходу і Півдня на Захід і Північ.

Важливим викликом є створення національного продукту та можливість у подальшому виходити з ним на світовий рівень. Неабияку роль має відіграти в цьому процесі співпраця (копродукція) українського виробництва з

європейським. Такий сценарій можливий за наявності масштабного фінансування, але на це можна розраховувати лише після перемоги.

Складність забезпечення медіа контентом може бути компенсована створенням платформ для обміну контентом. Ними можуть скористатися медіа, у яких виникають проблеми з виробленням нового продукту, особливо під час війни.

Ще один важливий аспект для багатьох медіа, зокрема, аудіовізуальних лінійних та нелінійних медіа, провайдерів аудіовізуальних сервісів, онлайн-медіа є забезпечення захисту контенту від несанкціонованого використання та боротьба з піратством.

❖ Виклик № 4 – труднощі з відновленням технології та інфраструктури

Через пошкоджену/знищену інфраструктуру та обладнання багато медійних компаній змушені були припинити мовлення або релокуватися на більш безпечні території. Окремим викликом для медіа стало забезпечення стабільної роботи в період відсутності електропостачання.

Відчутним стало здорожчання і труднощі з оплатою за межі України та подальшим імпортом обладнання, яке необхідно було придбати для відновлення виробничого процесу.

Особлива проблема виникає щодо налагодження роботи на деокупованих територіях з огляду на складність відбудови інфраструктури, відсутність людського ресурсу та фінансової спроможності, тривалу окупацію та перебування населення під владою та впливом окупантів.

Медіа під час війни і у найближчий післявоєнний період потребуватимуть:

- фінансової підтримки з боку держави та/або міжнародних донорів;
- організаційної допомоги щодо збереження кадрового потенціалу;
- реформи медійної освіти.

III. СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ НА 2024-2026 РОКИ

❖ НАЦІОНАЛЬНА РАДА І СВІТ

Стратегічна ціль 1. Посилення суб'єктності України на міжнародній арені та участь у формуванні порядку денного міжнародних інформаційних процесів

З глобальними викликами та загрозами можна ефективно боротися, використовуючи міжнародні механізми співпраці. Успішність дій Національної ради безпосередньо залежить від підтримки її позиції широким колом міжнародних та європейських інституцій, національних регуляторних органів інших країн, науково-академічних осередків, неурядових організацій тощо.

Міжнародна співпраця також має суттєвий вплив на процеси, які відбуваються всередині країни, зокрема, у контексті підвищення якості національного регулювання, уникнення перешкод для забезпечення інноваційного розвитку завдяки допомозі міжнародної спільноти, гарантування громадянам доступу до глобальних товарів та послуг, а також для запозичення найкращого досвіду та обміну найкращими практиками.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- продовжуватиме співпрацю з міжнародними організаціями та їх структурними органами (Рада Європи, Європейський Союз, Європейська аудіовізуальна обсерваторія, ОБСЄ, ЮНЕСКО, Секретаріат Керівного комітету Ради Європи з питань медіа та інформаційного суспільства (CDMSI) та інші), національними медіарегуляторами інших країн, Європейською платформою регуляторних органів (EPRA), Міністерством закордонних справ, у тому числі щодо залучення посольств України та іноземних посольств і представництв в Україні, спрямовуватиме зусилля на отримання статусу незалежного спостерігача в Групі європейських регуляторних органів (ERGA);
- сприятиме просуванню українських медіа на європейських теренах як рівноцінних і повноправних медіа та входженню їх до європейської сім'ї;
- забезпечуватиме євроінтеграційні процеси та виконання зобов'язань за міжнародними угодами в сфері медіа;
- продовжуватиме вивчати законодавчі акти та найкращий досвід європейських країн з питань регулювання у сфері медіа для впровадження в практику медіарегулятора.

❖ НАЦІОНАЛЬНА РАДА І ДЕРЖАВА

Стратегічна ціль 2. Належне фінансування процесу реформи медіапростору

Законодавчо визначено можливість медіарегулятора акумулювати кошти на рахунок спеціального фонду Національної ради, що надходять від рентної плати за користування радіочастотним спектром, міжнародної технічної допомоги та інших, не заборонених законодавством джерел.

Ефективний розвиток медіапростору в сучасних умовах цифровізації, вивчення тенденцій розвитку медіа, моніторинг нових для регулятора типів медіа та дієве впровадження реформ потребує фінансування, яке є непосильним для держави в нинішніх умовах.

Представленість Національної ради на європейських майданчиках медіарегуляторів, співпраця з національними та міжнародними інституціями дає можливість залучити благодійні, спонсорські внески, грантову або донорську допомогу для фінансової підтримки медіагалузі.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- співпрацюватиме із суб'єктами у сфері медіа для визначення їх потреб у підтримці, у тому числі фінансовій;
- проводитиме інформаційні кампанії в країні та за кордоном з метою залучення інвестицій у розвиток та відновлення медіаінфраструктури України.

Стратегічна ціль 3. Синхронізація законодавчих процесів України і Європи з урахуванням особливостей національного медіаландшафту

Курс на європейську інтеграцію передбачає швидку синхронізацію національного законодавства з нормами Європейського Союзу. Динамічний розвиток медіасередовища визначає необхідність оперативного реагування на зміни медійного ландшафту та створення законодавчих інструментів захисту суспільства від можливих ризиків шкідливого впливу.

Національна рада активно впроваджуватиме в Україні норми європейського регулювання цифрових послуг (DSA) та цифрових ринків (DMA), що забезпечать інструменти для убезпечення цифрового простору, у якому захищені основні права всіх користувачів цифрових послуг і забезпечені рівні умови для бізнесу.

Національний медіарегулятор також має відслідковувати зміни у національному медіапросторі і оперативно пропонувати створення або оновлення відповідних законодавчих інструментів, що продиктовані локальною специфікою.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- співпрацюватиме із суб'єктами законодавчої ініціативи з питань удосконалення законодавства у сфері медіа та ініціюватиме пропозиції законодавчих змін;
- забезпечуватиме проведення публічних заходів (дебатів, консультацій, обговорень тощо) із залученням громадського та експертного середовища з питань розвитку медіаіндустрії та необхідності внесення змін до законодавства у сфері медіа;
- розроблятиме та затверджуватиме власні нормативно-правові акти, залучатиме до їх розробки інші зацікавлені органи з метою узгодження позицій;
- забезпечуватиме виконання завдань, визначених державними програмними документами у сфері інформаційної політики, медіа, культури та мистецтв, електронних комунікацій, в інших сферах суспільного життя, що мають вплив на сферу медіа;
- співпрацюватиме із стейкхолдерами щодо вивільнення смуг радіочастот I та II цифрових дивідендів від радіоелектронних засобів телевізійного мовлення для забезпечення потреб радіотехнологій «Міжнародний рухомий (мобільний) зв'язок ІМТ (LTE та подальші релізи)» та «Міжнародний рухомий (мобільний) зв'язок ІМТ-2020 (5G NR та подальші релізи)» з урахуванням вимог рішень Комісії (ЄС) від 06.05.2010 № 2010/267, Європейського Парламенту та Ради (ЄС) від 14.03.2012 № 243/2012/ЄС та від 17.05.2017 № 2017/899, Імплементативного рішення Комісії (ЄС) від 28.04.2016 № 2016/687.

Стратегічна ціль 4. Захист інформаційного простору від впливу держави-агресора

Захищеність інформаційного простору – одна з основних складових національної безпеки країни. Її ефективне забезпечення сприятиме консолідації суспільства.

Інформаційна безпека країни залежить від відповідального ставлення медіа до виконання їх функцій, визначених законодавством.

Діяльність регулятора покликана виявляти та протидіяти інформаційним загрозам; захищати медіапростір від деструктивних впливів держави-агресора.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- здійснюватиме моніторинг проявів наративів держави-агресора в ефірі українських медіа та медіа, що розповсюджуються на території України, проте належать до інших юрисдикцій;
- вживатиме в межах компетенції заходів для припинення діяльності медіа, які поширюють контент держави-агресора;

- забезпечуватиме в межах компетенції реалізацію державної санкційної політики шляхом практичного втілення діючих та ініціювання нових заходів обмежувального характеру до юридичних і фізичних осіб;
- взаємодіятиме з державними установами, правоохоронними органами, громадськими організаціями, юридичними та фізичними особами з метою ефективної протидії інформаційним впливам держави-агресора;
- співпрацюватиме з міжнародними організаціями та регуляторними органами з метою отримання підтримки у боротьбі з російською пропагандою та дезінформацією.

❖ **НАЦІОНАЛЬНА РАДА І МЕДІА**

Стратегічна ціль 5. Сприяння ефективній діяльності органів співрегулювання

Головна мета співрегулювання – виробити спільні підходи, правила і критерії до контенту, який створюється і поширюється медіа. Співрегулювання передбачає узгодження позицій регулятора і медіа щодо питань, які перебувають поза чітким законодавчим регулюванням, але складають важливу частину відносин між державою, суспільством та медіа.

Національна рада співпрацює з органами спільного регулювання для напрацювання кодексів мовлення та інформування, що захищають вразливі верстви суспільства від можливого негативного впливу інформації, яка поширюється медіа, забезпечуючи при цьому недопущення цензури і зловживання свободою слова.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- координуватиме процес створення органів співрегулювання, сприятиме їх діяльності;
- разом із органами співрегулювання розроблятиме кодекси (правила) створення і поширення інформації шляхом участі представників медіарегулятора в робочих групах та затверджуватиме їх на засіданнях Національної ради;
- братиме участь у створенні експертних колегій, які розглядатимуть окремі випадки поширення інформації для визначення відповідності її вимогам кодексів (правил);
- співпрацюватиме з органами співрегулювання (експертними колегіями) для отримання висновків щодо відповідності інформації, поширеної суб'єктами у сфері медіа, кодексам (правилам) для ухвалення виважених і обґрунтованих рішень.

Стратегічна ціль 6. Посередництво між медіа і державою, між суспільством і медіа

У відносинах медіа з суспільством і державою Національна рада займатиме позицію, основою якої є максимальне дотримання законодавчих норм та положень документів, що розроблені органами співрегулювання.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- розвиватиме співпрацю із суб'єктами у сфері медіа для вивчення потреб галузі в цілому і будь-якого медіа зокрема для підтримки балансу інтересів між медіа та державою;
- аналізуватиме суспільно-політичні процеси, які мають вплив на медіасферу;
- аналізуватиме звернення представників суспільства та суб'єктів у сфері медіа;
- стане майданчиком для дискусій між суспільством і медіа.

Стратегічна ціль 7. Сприяння медіа в отриманні фінансування з боку держави і донорів

Після повномасштабного вторгнення держави-агресора медіа, які раніше фінансувались за рахунок реклами та/або продажу свого контенту, опинились у вкрай тяжкому становищі. Виходячи з прогнозованих показників та аналітики рекламного ринку, в 2023 році очікується певне зростання в порівнянні з 2022 роком, але ці прогнози ніяким чином не виводять медіа на отримання прибутків від реклами на рівень 2021 року.

Ситуація в регіональних медіа, радіо та пресі свідчить про те, що фінансування перебуває на дуже низькому рівні. В рамках дослідження Media Development Foundation за 2022 рік⁴ найбільшою проблемою опитаних медіа є дефіцит коштів – її відзначили 69,12% респондентів.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- вивчатиме питання щодо допомоги суб'єктам у сфері медіа в отриманні належного фінансування, в тому числі участі у грантових програмах;
- продовжуватиме співпрацю з міжнародними організаціями та їх структурними органами (Рада Європи, Європейський Союз, ОБСЄ, ЮНЕСКО та інші) з метою отримання актуальної інформації щодо участі в міжнародних проєктах, направлених на діяльність медіа, та виступатиме посередником між іноземними інституціями та національними медіа.

⁴ <https://cutt.ly/iwlHK29r>

Стратегічна ціль 8. Інформаційна реінтеграція тимчасово окупованих та деокупованих територій, забезпечення мовлення на територіях з особливим режимом мовлення

Повернення в українське інформаційне середовище громадян, які довгий час перебували на тимчасово окупованих територіях, є надзвичайно важливим.

Національний медіарегулятор сприятиме відновленню мовлення на деокупованих територіях, а також створенню умов для виробництва локального медіапродукту.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- створюватиме умови для здійснення суб'єктами в сфері медіа діяльності на територіях з особливим режимом мовлення та на деокупованих територіях, у тому числі аудіовізуальних лінійних медіа на підставі дозволів на тимчасове мовлення;
- сприятиме відновленню доступу населення до загальнонаціональних та регіональних медіа на деокупованих територіях, в тому числі враховуючи проблемні аспекти тривалого перебування населення під владою та впливом окупантів, розширенню мовлення на прикордонні території, поверненню сервісу доставки друкованих медіа;
- сприятиме відновленню інфраструктури електрозв'язку, телерадіомовлення, створенню умов для належного функціонування медійних компаній.

Стратегічна ціль 9. Забезпечення прозорості структури власності та легалізації діяльності суб'єктів у сфері медіа

Питання забезпечення прозорості медіавласності – одне із ключових у діяльності медіарегулятора.

Прозорість медіавласності повинна: показувати, хто володіє чи контролює медіа, а відтак – хто може мати вплив на редакційну політику; запобігати концентрації медіа в одних руках, що своєю чергою сприятиме плюралізму медіа та розвитку демократії; сприяти розвитку конкурентоздатного ринку; зводити до нуля можливі канали фінансування медіа з боку держави-агресора та захищати інформаційний простір.

Національна рада як регуляторний орган та орган нагляду у сфері медіа має забезпечувати рівні можливості для діяльності суб'єктів у сфері медіа, здійснювати їх ліцензування та реєстрацію, контроль за дотриманням ними вимог законодавства та/або умов ліцензій на принципах об'єктивності та неупередженості.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- контролюватиме дотримання суб'єктами у сфері медіа вимог до відкритості структури власності, у тому числі шляхом надання доступу громадськості до інформації про структуру власності та управління;
- забезпечуватиме подолання надмірного впливу приватних інтересів у медіапросторі України та недопущення держави-агресора (держави-окупанта) в структурі власності суб'єкта у сфері медіа;
- забезпечуватиме проведення конкурсів на отримання ліцензії, процедур щодо продовження строку дії ліцензії та її анулювання на принципах ефективності, доступності та прозорості;
- забезпечуватиме реєстрацію суб'єктів у сфері медіа та іноземних лінійних медіа на умовах обов'язковості або добровільності.

Стратегічна ціль 10. Розвиток мереж мовлення та стимулювання конкурентного медіасередовища

Адміністративно-територіальна реформа в Україні 2015–2020 роки змінила адміністративно-територіальний поділ, призвела до укрупнення територіальних одиниць. Це спонукає локальні лінійні аудіовізуальні медіа до розвитку мереж у межах нових територіальних громад, перетворення на регіональні медіа. Крім того, нерівномірне покриття сигналом лінійних медіа та вади розвитку технологій доставки контенту впливають на реалізацію права громадян на отримання інформації.

Також громадяни, що проживають у маленьких містах, селищах і сільській місцевості, мають потребу в доступі до медіасервісів як загальнонаціональної категорії, так і місцевої або регіональної категорій.

Національна рада сприятиме розвитку діючих мереж та створенню нових каналів мовлення та багатоканальних електронних комунікаційних мереж, розширенню покриття бездротовим зв'язком та вдосконаленню сервісу доставки друкованих медіа.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- вивчатиме подальші потреби індустрії щодо створення каналів мовлення та багатоканальних електронних комунікаційних мереж, що передбачають використання радіочастотного спектра, а також сприятиме завершенню розбудови існуючих мереж мовлення;
- під час ухвалення своїх рішень щодо запровадження та зміни стандартів мовлення каналів мовлення та ефірних багатоканальних електронних комунікаційних мереж враховуватиме вимоги міжнародних угод, законів України, зокрема Закону України «Про електронні комунікації»;

- сприятиме збільшенню території покриття, покращенню якості сигналу каналів та мереж мовлення суб'єктів сфери медіа в межах кожної територіальної категорії;
- сприятиме розвитку мереж Суспільного мовлення України, реформуванню та створенню місцевих публічних аудіовізуальних медіа, створенню аудіовізуальних медіа громад.

❖ НАЦІОНАЛЬНА РАДА І СУСПІЛЬСТВО

Стратегічна ціль 11. Підвищення обізнаності суспільства про діяльність медіарегулятора, розвиток бренду Національної ради

Конституційний державний орган, яким є Національна рада, сьогодні виконує внутрішньоіндустріальні функції і має стати відомим широкому загалу як у своїй основній діяльності, так і у багатьох напрямках взаємодії з різноманітними державними, суспільними і медійними інституціями. Медіа відіграють ключову роль у формуванні суспільної думки, і відтак – у багатьох засадничих процесах діяльності держави. Голос медійного регулятора може і має бути помітним у суспільстві.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- розроблятиме комунікаційну стратегію медіарегулятора;
- проводитиме публічні заходи з представниками державних органів, громадськості, медіа для обговорення ключових питань суспільства;
- забезпечуватиме ефективну співпрацю з медіа для підвищення обізнаності про діяльність медіарегулятора через виступи, інтерв'ю та публікації;
- забезпечуватиме використання соціальних мереж та вебсайту, що дозволить залучити більшу кількість людей та зробити роботу регулятора більш доступною і зрозумілою;
- співпрацюватиме з Громадською радою при Національній раді, що представляє інтереси громадськості та забезпечує громадський контроль за роботою медіарегулятора.

Стратегічна ціль 12. Удосконалення інклюзивності медіапростору

Основним завданням сфери медіа є забезпечення аудиторії достовірною, різноманітною та актуальною інформацією без обмеження в доступі.

Національна рада як медіарегулятор має стати центром концентрації знань з усього комплексу питань щодо подолання бар'єрів у медіапросторі, спрямувати свої зусилля на забезпечення доступності медіасервісів для населення України та

на просвітницьку роботу з метою формування культури сприйняття суспільством осіб з інвалідністю.

Особливо чутливим питанням для сфери медіа є забезпечення інклюзивності осіб з інвалідністю. Повномасштабна війна, яку розв'язала росія проти України, призводить до значного збільшення осіб з інвалідністю як серед цивільного населення, так і серед військових. Держава має створити умови для підтримки та активної участі осіб з інвалідністю у суспільному житті, а медіарегулятор зосередити увагу медіа на толерантному ставленні до людей з інвалідністю при створенні та поширенні медіапродукту.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- вживатиме заходів щодо розроблення переліків програм універсального медіасервісу з метою всебічної доступності населення до місцевих, суспільних, парламентських програм тощо;
- спільно з органами співрегулювання розроблятиме та затверджуватиме план дій щодо забезпечення доступності сервісів для осіб з інвалідністю;
- вживатиме заходів щодо збільшення частки програм мовлення для осіб з інвалідністю;
- співпрацюватиме з суб'єктами у сфері медіа з питань висвітлення теми інвалідності в медіа.

Стратегічна ціль 13. Посилення заходів щодо захисту прав дітей

Сучасний український інформаційно-комунікаційний простір досяг значного розвитку та стрімко прогресує. Розвиток цифрових технологій збільшив масив можливостей для доступу та обміну інформацією, онлайн-спілкування, висловлення своїх поглядів і думок, встановлення зв'язків, участі в освітньо-навчальних процесах тощо.

Сучасні українські діти та молодь, використовуючи прогресивні технічні пристрої, мають можливість не лише споживати медіапродукти, але й бути безпосередніми учасниками при їх створенні.

Дослідження свідчать, що діти і молодь у споживанні інформації використовують медіа у спосіб, що значно відрізняється від решти суспільства.

Необхідно створити умови, які, з одного боку, забезпечать інформаційно-культурні потреби дитини, а з іншого – захистять від інформації, що поширюється в медіа та завдає шкоди її фізичному, психічному або моральному розвитку.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- вивчатиме досвід європейських регуляторів у забезпеченні захисту дітей від можливого шкідливого впливу медіа;

- спільно з органами співрегулювання розроблятиме та затверджуватиме вимоги щодо захисту прав дітей в медіа;
- вживатиме заходів щодо забезпечення захисту прав дитини при створенні та поширенні медіапродукту, зокрема персональних даних та іншої конфіденційної інформації про неї.

Стратегічна ціль 14. Зменшення проявів дискримінації в медіа

Неприпустимість дискримінації за будь-якою ознакою – це вимога законодавства України, тому медіарегулятор вживає ефективних заходів для зменшення проявів дискримінації у медіа.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- здійснюватиме офіційний моніторинг медіа з метою виявлення фактів поширення інформації, що дискримінує певні групи осіб за ознаками етнічного чи соціального походження, громадянства, національності, раси, релігії та вірувань, віку, статі, сексуальної орієнтації, гендерної ідентичності, інвалідності або за іншими ознаками;
- здійснюватиме нагляд та контроль за дотриманням суб'єктами у сфері медіа вимог законодавства;
- вживатиме превентивних заходів щодо недопущення поширення дискримінаційних матеріалів у медіа (розробка нормативно-правових актів, рекомендацій, роз'яснень, аналітичних та інформаційних матеріалів);
- опрацьовуватиме зауваження, скарги та пропозиції фізичних та юридичних осіб;
- здійснюватиме заходи, передбачені Європейською конвенцією про транскордонне телебачення;
- проводитиме переговори з уповноваженими представниками провайдерів платформ спільного доступу до інформації, аудіовізуальних медіасервісів на замовлення, що не підпадають під юрисдикцію України, щодо недопущення поширення дискримінаційної інформації.

Стратегічна ціль 15. Гендерний баланс у медіа

Гендерний баланс в українських медіа є важливою передумовою соціально-економічного розвитку та ефективного використання людського капіталу.

Гендерний баланс також є необхідною передумовою для недопущення дискримінації за гендерною ознакою.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- проводитиме аналіз поточного рівня гендерного балансу в медіа;

- здійснюватиме аналітичну та роз'яснювальну роботу з метою впливу на медіа щодо покращення гендерного балансу.

Стратегічна ціль 16. Медіаграмотність суспільства починається з медіаграмотності медіакомпаній

Українське суспільство має бути захищеним від деструктивного впливу дезінформації та маніпулятивної інформації, а медіасередовище – соціально відповідальним і стабільним.

У загальному розумінні медіаграмотність спрямована на здобуття користувачами медіа необхідних навичок і умінь для аналізу інформації та протидії різноманітним маніпулятивним впливам і підвищення рівня критичного мислення. Важливу роль у цьому процесі мають відігравати саме медіа, оскільки вони є носіями інформації, яку споживають кінцеві користувачі.

Національна рада як ефективний комунікатор з медіа проводить просвітницьку та роз'яснювальну роботу серед медіа щодо дотримання вимог законодавства у сфері медіа та формування національної інформаційної політики.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- проводитиме дослідження щодо рівня медіаграмотності журналістів та інших спеціалістів у сфері медіа;
- розроблятиме методикку щодо підвищення рівня медіаграмотності працівників медіа та поширить її серед суб'єктів у сфері медіа;
- проводитиме навчальні заходи для медіакомпаній, необхідні для розвитку критичного мислення, сприйняття інформації, яка надходить до користувачів з різних джерел, визначення маніпулятивних технік та закріплення навичок перевірки фактів;
- самостійно або із залученням стейкхолдерів реалізовуватиме проекти у сфері медіаграмотності.

Стратегічна ціль 17. Дослідження стану медіаринку і потреб споживачів медіапослуг

З появою Закону України «Про медіа» у медіарегулятора значно розширилися сфера регулювання та нагляду, що автоматично призводить до необхідності здійснення ним дієвого аналізу поточного стану медіаіндустрії та прогнозування подальших тенденцій її розвитку. По суті збір і аналіз даних про стан і потреби споживачів медіапослуг може посприяти медіарегулятору в усвідомленні того, як збалансувати інтереси усіх сторін і забезпечити ефективність регулювання.

Проведення досліджень щодо потреб користувачів медіапослуг дадуть змогу медіарегулятору налаштувати свою політику та регуляторні рішення з урахуванням реальних потреб суспільства; виявляти проблеми та бар'єри, з якими стикаються користувачі медіапослуг, як-от обмеження доступу до інформації, низька якість послуг, брак різноманіття контенту тощо; посилити довіру суспільства до своїх дій та рішень; заохотити конкуренцію між медіаорганізаціями за якість та різноманіття контенту; збільшити аудиторію та прибутки медіаорганізацій через краще розуміння користувачів та задоволення їх потреб; визначити пріоритетні напрямки регулювання; запровадити ефективні механізми зворотного зв'язку.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- проводитиме аналіз стану розвитку сфери медіа з урахуванням суспільно-політичних, культурно-освітніх, правових, економічних процесів, які мають вплив на медіасферу;
- забезпечуватиме проведення досліджень потреб користувачів в отриманні інформації та медіасервісів, інших досліджень, які стосуються сфери медіа чи дотичних до медіа сфер.

❖ НАЦІОНАЛЬНА РАДА: РОЗШИРЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ СПРОМОЖНОСТІ

Стратегічна ціль 18. Команда Національної ради - колектив професіоналів, об'єднаних спільною метою

Людський капітал медіарегулятора – це його головний актив.

Працівники Національної ради мають бути командою для того, аби досягати успіхів під час виконання важливих цілей у сфері медіарегулювання. Національна рада має бути привабливим місцем для реалізації професійного потенціалу людей та уособлювати цінності державної служби.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- проводитиме нові підходи підвищення ефективного управління, які базуються на взаємодії, синергії, мотивації та інших сучасних методах управління командою;
- забезпечуватиме підвищення ефективного та сучасного рівня добору кваліфікованих та мотивованих кадрів;
- проводитиме заходи з підвищення кваліфікації співробітників регулятора;

- забезпечуватиме встановлення партнерських відносин з науково-освітніми закладами для розробки спеціалізованих програм навчання та досліджень у сфері медіа;
- обмінюватиметься досвідом та кращими практиками з іншими медіарегуляторами та органами, робота яких дотична до сфери медіа.

Стратегічна ціль 19. Цифровізація процесів для підвищення ефективності діяльності регулятора

В епоху цифрового буму неможливо уявити сучасного регулятора без дієвих цифрових інструментів, які б підсилили ефективність його діяльності, спростили б комунікацію із суб'єктами у сфері медіа та допомагали б належним чином протидіяти порушенням та загрозам у медійній сфері.

Запровадження та стале функціонування Електронного кабінету та Реєстру має стати ключовим завданням цифровізації процедури ліцензування/реєстрації медіа та ефективної взаємодії з регулятором.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- забезпечуватиме функціонування та ведення Реєстру та Електронного кабінету;
- продовжуватиме співпрацю з міжнародними організаціями щодо надання міжнародної технічної підтримки для належної реалізації цифровізації процесів.

Стратегічна ціль 20. Створення Центру вивчення медіа та Фонду підтримки медіа

Динаміка перетворень у медіасфері диктує потребу в швидкій і ґрунтовній реакції на зміни медіаландшафту України й світу. Існуюча схема державного бюджетного планування не завжди може забезпечити фінансування нагальних досліджень і проведення необхідних заходів.

Глибокі дослідження медіасередовища, для проведення яких важлива участь спеціалістів високого рівня, потребують фінансування, яке не завжди корелюється з рівнем оплати праці держслужбовців.

Антикорупційне законодавство не дозволяє регулятору користуватися послугами і отримувати фінансування від організацій, що підпадають під його регулювання. Це призводить до необхідності створення окремої структури, яка брала б на себе функції дослідження медіасфери і при цьому не була б економічно пов'язана з медіа. Така структура має бути створена Національною радою і має виконувати різні дослідницькі функції, проводити заходи за участі всіх стейкхолдерів, видавати посібники тощо.

Окрім того, відновлення медіа під час відкритої агресії росії як на контрольованій території, так і на деокупованих територіях, а особливо після

закінчення війни, потребуватиме значних коштів і нових знань. Держава поки не може собі дозволити фінансувати відновлення медіа, і причини цього очевидні, але це не відмінняє потреби у підтримці медіа. Національна рада має створити фонд, який фінансуватиме та в інший спосіб підтримуватиме процес відновлення медіа.

Обидві інституції мають існувати і проводити свою діяльність за рахунок донорських коштів, різноманітних диверсифікованих джерел, а також гарантувати відсутність упередженості при розподілі таких коштів.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- вивчатиме законодавчі можливості створення зазначених структур;
- пропонуватиме відповідні зміни до законодавства у разі їх необхідності;
- створить та забезпечить функціонування «Центру вивчення медіа»;
- створить платформу «Фонд підтримки медіа» та прозорі справедливі умови надання такої підтримки суб'єктам у сфері медіа.

Стратегічна ціль 21. Концентрація зусиль регулятора на вивченні процесів в онлайн-просторі, розробка і впровадження інструментів захисту суспільства від інформаційних онлайн-загроз

Зміна моделі медіаспоживання є значним викликом для захисту інфопростору. Регулятор є ефективним у протистоянні інформаційним загрозам у традиційних медіа, але робота з онлайн-медіа, соціальними мережами, платформами доступу до інформації є новим напрямом для Національної ради.

Розробка і застосування нових інструментів аналізу, контролю цифрового медіапростору і захисту суспільства від загроз шкідливого впливу як з боку держави-агресора, так і з боку інших деструктивних сил, має стати першочерговим завданням.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- вивчатиме існуючі інструменти аналізу цифрового медіапростору;
- вивчатиме досвід зарубіжних партнерів з означених напрямів;
- пропонуватиме ефективні моделі використання існуючих інструментів або ініціюватиме створення нових засобів аналізу і контролю;
- постійно аналізуватиме інформацію і алгоритми, що використовуються для її розповсюдження;
- просуватиме нові підходи до регулювання онлайн-простору України серед всіх стейкхолдерів - державних органів та інститутів громадянського суспільства.

IV. РЕАЛІЗАЦІЯ ТА ПЕРЕГЛЯД СТРАТЕГІЇ

Реалізація цілей та завдань буде здійснюватися відповідно до Плану реалізації Стратегії, що затверджується Національною радою щорічно не пізніше 31 січня поточного року.

Оцінка стану реалізації Стратегії здійснюється на підставі аналізу виконання Плану реалізації Стратегії, що включається до щорічного звіту Національної ради.

Під час проведення оцінки реалізації Стратегії можуть братися до уваги адміністративні дані, статистична інформація, результати соціологічних та інших досліджень, опитувань громадської думки, різні види моніторингів, що здійснюється органами державної влади, органами місцевого самоврядування, організаціями громадянського суспільства, міжнародними інституціями та медійними організаціями й їх об'єднаннями.

Національна рада переглядає цю Стратегію не менше ніж один раз на три роки.

Стратегія і зміни до неї розробляються, ухвалюються та оприлюднюються в порядку, передбаченому статтею 87 Закону України «Про медіа».

**Начальник управління
стратегічного планування,
міжнародної взаємодії та комунікацій**

/підпис/

Дмитро КАРДАШ