

ЗАТВЕРДЖЕНО
Рішення Національної ради України
з питань телебачення і радіомовлення
23.11.2023 № 1475

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

ЗМІСТ

ПЕРЕДМОВА	3
I. ВІЗІЯ, МІСІЯ ТА ЦІННОСТІ МЕДІАРЕГУЛЯТОРА	5
II. ПОТОЧНИЙ СТАН РЕГУЛЮВАННЯ У СФЕРІ МЕДІА ТА ОСНОВНІ ВИКЛИКИ ДЛЯ МЕДІА	8
III. СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ НА 2024 – 2026 РОКИ	13
НАЦІОНАЛЬНА РАДА І ДЕРЖАВА	13
НАЦІОНАЛЬНА РАДА І СУСПІЛЬСТВО	15
НАЦІОНАЛЬНА РАДА І МЕДІА	19
НАЦІОНАЛЬНА РАДА І СВІТ	23
НАЦІОНАЛЬНА РАДА: РОЗШИРЕННЯ ФУНКЦІОНАЛЬНОЇ СПРОМОЖНОСТІ	24
IV. РЕАЛІЗАЦІЯ, ОЦІНКА ТА ПЕРЕГЛЯД СТРАТЕГІЇ	26
Додатки	27

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», з урахуванням положень міжнародних угод і державних програм 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 визначає 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 і пріоритети, визначені в Стратегії, спрямовані на впровадження євроінтеграційних процесів та реалізацію 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 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 (перелік досліджень з відповідними посиланнями наведено у Додатку 1 до цієї Стратегії).

На підготовчому етапі Стратегії до її розробки були залучені основні стейкхолдери: державні органи, до повноважень яких повністю чи частково належать напрями, визначені в Стратегії, та громадські організації, до кола діяльності яких входять питання медіа та дотичних сфер (перелік стейкхолдерів наведено у Додатку 2 до цієї Стратегії). 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 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

Підтримка свободи слова та захист національного медіапростору України, здатного протистояти загрозам інформаційній безпеці держави. Створення сприятливих умов для конкурентного медіасередовища через професійне ефективне неупереджене регулювання у сфері медіа, забезпечення плюралізму думок та простору для розвитку медійних інновацій. Сприяння зміні парадигми свободи слова через активізацію співпраці з медійними регуляторами та їх асоціаціями, міжнародними організаціями.



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 в 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 і 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 достовірністю інформації, що розповсюджується. Важливим є позбавлення інфопростору від оманливих та фейкових повідомлень, псевдонаукових матеріалів.

❖ **Сталі міжнародні орієнтири**

Україна впевнено крокує до набуття статусу країни-члена Європейського Союзу. Євроінтеграційні процеси України є незворотними. Для медійної галузі це зафіксовано, зокрема, в Законах України «Про медіа» і «Про рекламу».

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

Досвід, який Україна отримала у протистоянні російській імперській політиці, є цінним цивілізаційним надбанням, він має стати частиною нового розуміння стійкості демократії.

❖ **Відкритість і прогресивність громадянського суспільства**

Національна рада в межах повноважень сприятиме розвитку громадянського суспільства, яке зважено та критично аналізує інформацію.

❖ **Політика національної ідентичності, плюралізм**

Позбавлення наслідків багаторічної і багатовікової імперської політики росії, розвиток української нації, утвердження її європейських цінностей та національних особливостей має стати головним завданням як для медійних організацій, так і для всього суспільства, і в цьому роль медіа є визначальною. Ця політика мала на меті 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 з основних завдань державної політики у 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 принцип плюралізму думок, коли у кожному медіа можливо почути різні точки зору.

❖ **Законність і неупередженість**

Усі рішення і діяльність регулятора базуються тільки на законодавстві. Жодні обставини не можуть слугувати виправданням упередженого чи незаконного ставлення регулятора до суб'єктів у сфері медіа.

❖ **Ефективність і прагнення до розвитку**

Діяльність Національної ради скерована на отримання позитивних результатів. 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.

❖ **Прозорість і відкритість**

Взаємодія між регулятором і громадськістю має базуватися на принципах прозорості та відкритості.

❖ **Інклюзивність і рівність**

Забезпечення можливостей доступу до медіапростору для всіх груп суспільства є важливою цінністю для забезпечення рівності.

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

Однозначний і безальтернативний рух України до Європейського Союзу надав імпульс для втілення очевидних змін у всіх сферах, зокрема і у сфері медіа. Ухвалений Закон України «Про медіа» втілює значну частину медіареформи 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 регулятором, який активно співпрацює та комунікує з такими суб'єктами у сфері медіа:

- ❖ 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.

Водночас, на платформи спільного доступу до інформації, як-от Youtube, Facebook, Instagram, Twitter (X), Netflix, Telegram (так звані соціальні мережі), які становлять значну частку медіаспоживання, але перебувають поза юрисдикцією України, вплив медіарегулятора обмежений. Але не можна ігнорувати в майбутньому потенційні ризики і 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 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 і демократичність. Одним із таких інструментів є створення органів спільного регулювання.

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

Загалом, незважаючи на те, що збройна агресія, безпекові заходи та повітряні тривоги внесли корективи у формати контактів з міжнародними партнерами, медіарегулятор посилив зусилля та знайшов можливості для того, щоб доносити світові інформацію про 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 та свободи слова, а також посилено участь 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.

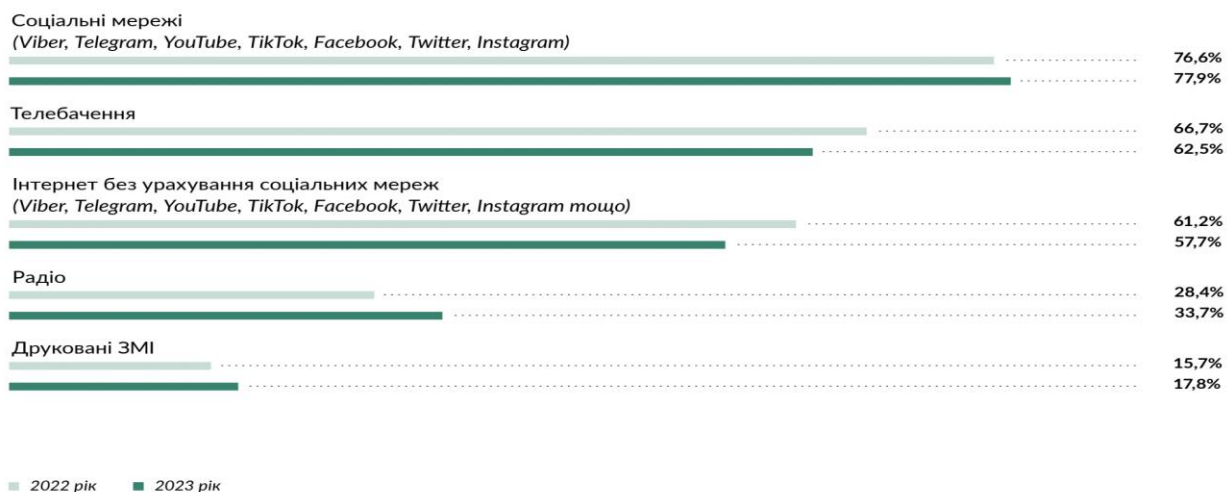
Також Національна рада проводить активну роботу з цифровізації процедури ліцензування/реєстрації суб'єктів у сфері медіа. З цією метою створюється «Електронний кабінет суб'єкта у сфері медіа» (далі – Електронний кабінет), який буде інтегрований з реєстром суб'єктів у сфері медіа (далі – Реєстр) і відповідатиме вимогам законодавства щодо захисту даних (у тому числі персональних даних) від несанкціонованого доступу. Проведення цієї роботи спрямоване на унеможливлення просочення, перехоплення, втрати, знищення, модифікації та блокування інформації і відповідає сукупності організаційних та інженерно-технічних заходів з підтвердженою відповідністю вимогам забезпечення інформаційної безпеки.

Регулятором розроблено підзаконні нормативно-правові акти, передбачені Законом України «Про медіа», що дають старт діям регулятора із виконання 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 в сфері медіа; Порядок видачі та анулювання дозволів на тимчасове мовлення на територіях з особливим режимом мовлення тощо.

Уже другий рік поспіль фіксується перевага соціальних мереж та інтернету над традиційними медіа у такому важливому для розуміння структури медіапростору параметрі, як споживання новин (перелік досліджень, що демонструють такий розподіл, наведено в Додатку 1 до цієї Стратегії).

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

Можливі декілька варіантів відповіді



Рекламний ринок України упродовж 2017–2022 років зростав завдяки росту телебачення, радіо та Out Of Home Media (зовнішня реклама тощо). Проте основний внесок у це зростання зробили цифрові медіа, які збільшили свої рекламні надходження майже у 6 разів. Вплив пандемії COVID-19 у 2020 році на медіаринок був непропорційним: зменшились рекламні надходження кінотеатрів, Out Of Home Media та преси, але реклама на ТБ, діджитал-реклама зростали. Рекламний ринок радіо під час пандемії COVID-19 залишився без змін.

У 2021 році всі медіа відновили зростання, проте після повномасштабного вторгнення рекламний медіаринок різко впав. Значне падіння відбулося на телебаченні, в кінотеатрах, друкованій пресі, Out Of Home Media. Порівняно з іншими медіа падіння діджитал-медіа у 2022 році було не таким значним, і його частка у формуванні ринку реклами в медіа все ще залишається найвищою.



Дані Всеукраїнської рекламної коаліції

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

Відновлення ринку в цілому очікується не раніше як у 2025 році за умови істотного зниження безпекових ризиків.

На тлі постійної небезпеки для людей, знищення інфраструктури та економічного потенціалу держави сфера медіа переживає складні часи і 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 кілька площин:

- переміщення кадрів із місць постійного проживання у більш безпечні регіони, у тому числі виїзд за межі країни. Дотичним до цієї проблеми є ризик неповернення працівників – як до попереднього місця роботи, так і до країни загалом;

- дефіцит спеціалістів внаслідок мобілізації, складність процедури бронювання працівників за медійними підприємствами;

- нестача у країні системи професійної підготовки спеціалістів для сфери медіа з урахуванням сучасних технологій і підходів, низький рівень підготовки за спеціальностями, що наявні у системі освіти.

Також медійні організації зазначають про відсутність програм страхування журналістів і вказують на застаріле трудове законодавство, зокрема класифікатор професій.

❖ Виклик № 2 – нестача фінансів

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

Практика, що склалась в галузі грантової підтримки, орієнтована на фінансування окремих проектів. Водночас економіка воєнного часу потребує інституційної підтримки медіа як таких.

Специфічними проблемами друкованих медіа є дистрибуція, зокрема за передплатою, за допомогою засобів поштової 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 те, що в країні немає культури масового споживання друкованих медіа та широкого використання діджитал-сервісів.

❖ **Виклик № 3 – нестача актуального контенту**

Проблеми полягають у:

- на загальнодержавному рівні – неактуальності і неможливості використання контенту, створеного до повномасштабного вторгнення, за жанрами, сюжетами, учасниками творчих груп, а також в ускладненості створення актуального контенту з територій ведення бойових дій внаслідок запровадження правового режиму воєнного стану;
- на локальному рівні – зміні потреб аудиторії, структура якої кардинально змінилась внаслідок релокації значної кількості громадян зі сходу і півдня країни на захід і північ.

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

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, 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.

Відчутними стали здорожчання обладнання, яке необхідно було придбати для відновлення виробничого процесу, і труднощі з оплатою за нього за межі України та подальшим його імпортом.

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

Медіа під час війни і в найближчий післявоєнний період потребуватимуть:

- фінансової підтримки від держави та/або міжнародних донорів;
- організаційної допомоги зі збереження кадрового потенціалу;
- реформи медійної освіти.

III. СТРАТЕГІЧНІ ЦІЛІ НА 2024 - 2026 РОКИ

❖ НАЦІОНАЛЬНА РАДА І ДЕРЖАВА

Стратегічна ціль 1. 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:

- проводитиме 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 програми (контент) держави-агресора;
- забезпечуватиме в межах компетенції реалізацію державної санкційної політики шляхом реалізації 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.

Стратегічна ціль 2. 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 і створення законодавчих інструментів захисту суспільства від можливих ризиків шкідливого впливу.

Національна рада братиме участь у впровадженні в Україні норм європейського регулювання цифрових послуг (DSA) та цифрових ринків (DMA), що нададуть інструменти для створення безпечного цифрового простору, в якому захищені основні права всіх користувачів цифрових послуг і забезпечені рівні умови для бізнесу.

Національний медіарегулятор також має відслідковувати зміни у національному медіапросторі та оперативно пропонувати створення або

оновлення відповідних законодавчих інструментів, що продиктовані локальною специфікою.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- здійснюватиме аналіз ефективності застосування законодавства у сфері медіа, співпрацюватиме із суб'єктами законодавчої ініціативи з питань його удосконалення 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 й затверджуватиме нормативно-правові акти в межах повноважень, 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 зі стейкхолдерами щодо вивільнення смуг радіочастот I і II цифрових дивідендів від радіоелектронних засобів телевізійного мовлення для забезпечення потреб радіотехнологій «Міжнародний рухомий (мобільний) зв'язок ІМТ (LTE та подальші релізи)» і «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 і від 17.05.2017 № 2017/899, Імплементативного рішення Комісії (ЄС) від 28.04.2016 № 2016/687;
- проводитиме моніторинг нових ініціатив щодо регулювання медійної сфери у Європі та світі, аналізуватиме прогалини у чинному законодавстві і політиках у сфері медіа з метою підготовки юридичних та полісу-рішень для їх усунення.

Стратегічна ціль 3. Належне фінансування процесу реформи медіапростору.

Законодавчо визначено можливість медіарегулятора акумулювати на рахунку спеціального фонду Національної ради кошти, що надходять: від рентної плати за користування радіочастотним спектром; як міжнародна технічна допомога; 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 й міжнародними інституціями дає можливість залучити благодійні, спонсорські внески, грантову або донорську допомогу для фінансової підтримки медіареформи.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада проводитиме інформаційні кампанії в країні та за кордоном з метою залучення грантової підтримки для впровадження медіареформи.

❖ НАЦІОНАЛЬНА РАДА І СУСПІЛЬСТВО

Стратегічна ціль 4. Підвищення обізнаності суспільства про діяльність медіарегулятора, розвиток бренду Національної ради.

Конституційний державний орган, яким є Національна рада, сьогодні 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, а отже, 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 із 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 і 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, та представниками громадянського суспільства.

Стратегічна ціль 5. 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.

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 й поширенні медіапродукту.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- 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 із суб'єктами у сфері медіа з питань висвітлення в медіа теми безбар'єрності та інклюзивності.

Стратегічна ціль 6. Посилення заходів із 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, використовуючи прогресивні технічні пристрої, мають можливість не лише споживати медіапродукти, але й бути безпосередніми учасниками їх створення.

Дослідження свідчать, що уподобання дитячої аудиторії щодо технологій споживання інформації відмінні від інших вікових груп.

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 у медіа;
- вживатиме заходів щодо забезпечення захисту прав дитини при створенні та поширенні медіапродукту, зокрема персональних даних та іншої конфіденційної інформації про неї.

Стратегічна ціль 7. 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 нагляд і контроль за дотриманням суб'єктами у сфері медіа вимог законодавства, у тому числі проводитиме офіційний моніторинг медіа з метою виявлення фактів поширення інформації, що дискримінує певні групи осіб;
- вживатиме превентивних заходів із недопущення поширення дискримінаційних матеріалів у медіа (розробка нормативно-правових актів, рекомендацій, роз'яснень, аналітичних та інформаційних матеріалів);
- опрацьовуватиме зауваження, скарги і пропозиції фізичних та юридичних осіб;
- 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 8. 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;
- проводитиме аналітичну та інформаційно-роз'яснювальну роботу з метою підвищення обізнаності медіа про гендерну рівність.

Стратегічна ціль 9. Медіаграмотність суспільства через медіаграмотність 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, а також 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 методiku 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 10. Визначення стану медіаринку і потреб споживачів медіапослуг через проведення досліджень.

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

Проведення досліджень щодо потреб користувачів медіапослуг дадуть змогу медіарегулятору налаштовувати 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 його дій і рішень; заохотити конкуренцію між медіаорганізаціями за якість та різноманіття контенту; збільшити аудиторію та прибутки медіаорганізацій через краще розуміння користувачів і задоволення їх потреб; визначити пріоритетні напрями 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 І МЕДІА

Стратегічна ціль 11. 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 визначено законодавством предметом такого регулювання та складають важливу частину відносин між державою, суспільством і медіа.

Національна рада співпрацює з органами спільного регулювання для напрацювання кодексів (правил) створення і поширення інформації, забезпечуючи при цьому недопущення цензури і зловживання свободою слова.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- координуватиме процес створення органів співрегулювання, сприятиме їх діяльності;
- разом з 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 її відповідності 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 12. Сприяння фаховому діалогу 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 та інших нормативно-правових актів.

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 13. Сприяння медіа в отриманні фінансування від держави і донорів.

Після повномасштабного вторгнення держави-агресора медіа, які раніше фінансувалися коштом від реклами та/або продажу свого контенту, опинились у вкрай тяжкому фінансовому становищі.

Ситуація в регіональних медіа, радіо та пресі свідчить про те, що доходи перебувають на дуже низькому рівні. У рамках дослідження Media Development Foundation за 2022 рік 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;
- 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 в розвиток та відновлення медіаінфраструктури України;
- 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, спрямованих на діяльність медіа, і виступатиме посередником між іноземними інституціями та національними медіа;
- вивчатиме законодавчі можливості створення платформи «Фонд підтримки медіа» для забезпечення справедливих умов підтримки

суб'єктам у сфері медіа, а також «Центру вивчення медіа», метою якого є дослідження медіасфери, підтримка і розвиток нових медіа-технологій та інновацій у галузі, вивчення методів протидії цифровим загрозам тощо.

Стратегічна ціль 14. Інформаційна реінтеграція тимчасово окупованих та деокупованих територій, забезпечення мовлення на територіях з особливим режимом мовлення.

Повернення в українське інформаційне середовище громадян, які тривалий 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 продовження суб'єктами у 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 в межах компетенції відновленню інфраструктури електрозв'язку, телерадіомовлення, створенню умов для належного функціонування медійних компаній.

Стратегічна ціль 15. Забезпечення прозорості і доступності інформації про структуру власності суб'єктів в сфері медіа.

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

Прозорість медіавласності повинна: показувати, хто володіє чи контролює медіа, а отже, – 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 державою-агресором та захищати інформаційний простір.

Національна рада як регуляторний орган і 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 прозорості структури власності, у тому числі шляхом надання доступу громадськості до інформації про структуру власності;
- забезпечуватиме подолання надмірного впливу приватних інтересів у медіапросторі України та недопущення держави-агресора (держави-окупанта) у структурі власності суб'єкта у сфері медіа;
- забезпечуватиме проведення конкурсів на отримання ліцензій, процедур щодо продовження строку дії ліцензій та їх анулювання на принципах ефективності, доступності і прозорості;
- забезпечуватиме реєстрацію суб'єктів у сфері медіа та іноземних лінійних медіа на умовах обов'язковості або добровільності.

Стратегічна ціль 16. Розвиток каналів мовлення та багатоканальних мереж, стимулювання конкурентного медіасередовища.

Адміністративно-територіальна реформа в Україні 2015–2020 років змінила адміністративно-територіальний поділ, призвела до укрупнення територіальних одиниць. Це спонукає локальні лінійні аудіовізуальні медіа до розвитку мереж у межах нових територіальних громад. 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 наявних і створенню нових каналів мовлення та багатоканальних електронних комунікаційних мереж, вдосконаленню сервісу доставки друкованих медіа.

Для досягнення зазначеної цілі Національна рада:

- вивчатиме подальші потреби індустрії у створенні каналів мовлення та багатоканальних електронних комунікаційних мереж, що передбачають використання радіочастотного спектра, а також сприятиме завершенню розбудови наявних мереж мовлення;
- під час ухвалення своїх рішень щодо запровадження і 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 і мереж мовлення суб'єктів у сфері медіа в межах кожної територіальної категорії;
 - вживатиме заходів щодо розроблення переліків програм універсального медіасервісу з метою всебічного доступу населення до місцевих, суспільних, парламентських програм тощо;
 - сприятиме розвитку мереж Суспільного мовлення України, реформуванню і створенню місцевих публічних аудіовізуальних медіа, створенню аудіовізуальних медіа громад.

❖ НАЦІОНАЛЬНА РАДА І СВІТ

Стратегічна ціль 17. Посилення суб'єктності України на міжнародній арені та участь у формуванні порядку денного міжнародних інформаційних процесів.

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

Міжнародна співпраця також має значний вплив на процеси, які відбуваються всередині країни, зокрема в контексті підвищення якості національного регулювання, уникнення перешкод для забезпечення інноваційного розвитку завдяки взаємодії з міжнародними організаціями, запозиченню 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) тощо), національними медіарегуляторами інших країн, Європейською платформою регуляторних органів (EPRA), Європейською групою регуляторів аудіовізуальних медіапослуг (ERGA), Міністерством закордонних справ, в тому числі з посольствами України, іноземними посольствами і представництвами в Україні;
- забезпечуватиме євроінтеграційні процеси та виконання зобов'язань за міжнародними угодами у сфері медіа;

- вивчатиме законодавчі акти та найкращий досвід європейських країн з питань регулювання у сфері медіа для впровадження в практику медіарегулятора;
 - ініціюватиме діалог з міжнародними організаціями щодо кращого врахування інтересів національної безпеки України для протидії іноземним умисним інформаційним впливам у медіа в Європі та світі.
- ❖ **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:

- впроваджуватиме нові підходи підвищення ефективності управління, які базуються на взаємодії, синергії, мотивації та інших сучасних методах управління командою;
- забезпечуватиме ефективний та сучасний рівень 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 і досліджень у сфері медіа;
- обмінюватиметься досвідом та кращими практиками з іншими медіарегуляторами й 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 і загрозам у медійній сфері.

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

Стратегічна ціль 20. 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 сил, що підтримують такі агресивні наміри, 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 наявних інструментів або ініціюватиме створення нових засобів аналізу і контролю;
- постійно аналізуватиме інформацію та алгоритми, що використовуються для її розповсюдження;
- просуватиме нові підходи до регулювання онлайн-простору України серед усіх стейкхолдерів – державних органів та інститутів громадянського суспільства.

IV. РЕАЛІЗАЦІЯ, ОЦІНКА ТА ПЕРЕГЛЯД СТРАТЕГІЇ

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

Оцінка стану реалізації Стратегії здійснюється на підставі аналізу виконання Плану реалізації Стратегії відповідно до індикаторів, які передбачаються для кожного заходу, та 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 проводяться органами державної влади, органами місцевого самоврядування, організаціями громадянського суспільства, міжнародними інституціями і медійними організаціями та 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».

Додаток 1
до Стратегії діяльності Національної
ради України з питань телебачення і
радіомовлення на 2024–2026 роки

**Перелік досліджень,
дані яких використано у Стратегії діяльності Національної ради України
з питань телебачення і радіомовлення
на 2024–2026 роки**

1. Дані щодо об'ємів рекламного ринку за період 2017-2023 років (джерело – офіційний вебсайт Всеукраїнської рекламної коаліції; <https://vrk.org.ua>).
 2. «Стан регіональних медіа в Україні: воєнне видання», 2022 рік (джерело – офіційний вебсайт Media Development Foundation; <https://research.mediadevelopmentfoundation.org>).
 3. «Нокаут телебаченню: як соціальні мережі утримують першість в постачанні новин українцям» (джерело – офіційний вебсайт Громадянської мережі ОПОРА, 16.08.2023; <https://www.oporaua.org>).
 4. «Звіт за результатами онлайн-дослідження щодо актуальних питань сьогодення» (джерело – офіційний вебсайт Українського інституту майбутнього, 29.08.2023; <https://news.uifuture.org>).
-

Додаток 2
до Стратегії діяльності Національної
ради України з питань телебачення і
радіомовлення на 2024–2026 роки

**Перелік державних органів і громадських організацій,
яких було залучено до підготовки Стратегії діяльності Національної ради
України з питань телебачення і радіомовлення на 2024–2026 роки**

1. Державне агентство України з питань кіно
 2. Державне агентство України з питань мистецтв та мистецької освіти
 3. Державна служба України з етнополітики та свободи совісті
 4. Державна служба спеціального зв'язку та захисту інформації України
 5. Державна служба України з питань безпечності харчових продуктів та захисту споживачів
 6. Міністерство внутрішніх справ України
 7. Міністерство економіки України
 8. Міністерство закордонних справ України
 9. Міністерство культури та інформаційної політики України
 10. Міністерство освіти і науки України
 11. Міністерство з питань реінтеграції тимчасово окупованих територій України
 12. Міністерство фінансів України
 13. Міністерство цифрової трансформації України
 14. Національне агентство України з питань державної служби
 15. Національна комісія, що здійснює державне регулювання у сферах електронних комунікацій, радіочастотного спектра та надання послуг поштового зв'язку
 16. Рада національної безпеки та оборони України
 17. Громадська організація «Інститут масової інформації»
 18. Громадська організація «Лабораторія цифрової безпеки»
 19. Громадська організація «Платформа прав людини»
 20. Громадська організація «Український інститут медіа та комунікації»
 21. Громадська організація «Центр демократії та верховенства права»
-