

УДК 347.83:[070+654.19]

## ОНЛАЙН-МЕДІА: ПОНЯТТЯ ТА ЗАГАЛЬНА ХАРАКТЕРИСТИКА

*Андрій Гаркот*

*Львівський національний університет імені Івана Франка,  
вул. Університетська, 1, Львів, Україна, 79000,  
e-mail: andrii.harkot@gmail.com  
ORCID ID: 0009-0006-7316-7348*

Присвячено аналізу законодавчих новацій у сфері онлайн-медіа. Окреслено передумови проведення медіа-реформи в Україні. Проаналізовано поняття «медіа» та проведено порівняння закріплених у законодавстві ознак з критеріями, закріпленими в Рекомендації Комітету Міністрів Ради Європи «Про нове визначення медіа». Обґрунтовано необхідність уточнення положень щодо вимоги періодичності виходу медіа у світ, зокрема шляхом встановлення максимальних часових проміжків між публікаціями чи мінімальної кількості публікацій за певний період часу. Проаналізовано поняття «онлайн-медіа». Окреслено відмінність онлайн-медіа від аудіовізуальних медіа, що використовують для трансляції чи надання доступу для каталогів програм мережу «Інтернет». Запропоновано можливість використати наявність перешкод у доступі до інформації та кількості осіб, що є її реципієнтами як критеріїв належності до суб'єктів онлайн-медіа, що можуть бути встановлені органом спільного регулювання. Вказано на проблеми, що виникають у зв'язку з обмеженням можливості поширення онлайн-медіа інформації виключно з їх вебсайтом, зокрема щодо надмірного обмеження кола суб'єктів, на яких поширюватиметься Закон України «Про медіа», та виникнення в окремих випадках законодавчих суперечностей. Виокремлено основні ознаки суб'єктів онлайн-медіа та вказано на важливу роль органів спільного регулювання для формування критеріїв віднесення осіб до суб'єктів онлайн-медіа.

*Ключові слова:* медіа, суб'єкт онлайн-медіа, засіб масової інформації, масова інформація, реформа медіа законодавства.

DOI: <http://dx.doi.org/10.30970/vla.2024.78.116>

**Постановка проблеми.** Стрімкий розвиток інтернет-технологій призвів до значних змін у структурі медіаспоживання: дедалі більше людей використовують саме онлайн-ресурси, як основні джерела отримання інформації, замість традиційних друкованих видань, телебачення чи радіо. Як наслідок, такі веб-ресурси, через брак відповідного правового регулювання, отримали можливість поширювати інформацію, впливаючи на суспільні та політичні процеси, при цьому не маючи статусу засобів масової інформації та притаманних йому обмежень і обов'язків.

Саме тому, дедалі більше країн виокремлюють у своєму законодавстві онлайн-медіа як окремий вид засобів масової інформації, встановлюючи правове регулювання з урахуванням особливостей мережі «Інтернет», як способу поширення інформації. Винятком не є і Україна. Після початку російсько-української війни у 2014 р. інтернет-ресурси дедалі частіше стали використовуватися для поширення ворожої пропаганди та дезінформації, як інструментів дестабілізації політичної ситуації в країні. Особливо актуальною ця проблема стала після повномасштабного вторгнення російської федерації у 2022 р. Відсутність належного правового

регулювання медіасфери, зокрема в частині онлайн-медіа, не дозволяла ефективно протидіяти ворожій пропаганді, а також повноцінно застосовувати притаманні особливостям воєнного стану обмеження для засобів масової інформації. Крім цього, в ході отримання Україною статусу кандидата на вступ в держави-члени Європейського Союзу, однією з умов для подальшої інтеграції було визначено реформування медіа законодавства, зокрема з увідповідненням його до Директиви ЄС про аудіовізуальні медіапослуги [3].

Вказані обставини стали поштовхом для початку повноцінної реформи медіа законодавства, ключовим етапом якої стало прийняття у грудні 2022 р. Закону України «Про медіа». Закон уніфікує загальні правила діяльності всіх видів медіа, а також уперше виокремлює онлайн-медіа як їх різновид. Законодавець активно використовує іноземний досвід регулювання медіа, впроваджуючи, наприклад, інститут спільного регулювання. Саме тому, особливо актуальним є наукове дослідження всіх новацій у правовому регулюванні онлайн-медіа, їх порівняння з наявним регулюванням цієї сфери у Європейському Союзі та національному законодавстві держав-членів ЄС.

**Стан дослідження.** Через відсутність протягом довгого часу будь-якого правового регулювання онлайн-медіа в Україні, ці питання майже не ставали предметом дослідження. Загальне дослідження регулювання засобів масової інформації здійснювалося С. В. Бурлаковим, К. В. Шустаровою, Ю. В. Нестеряком, А. А. Письминецьким та ін. Окремі ж питання діяльності інтернет-медіа аналізувалися у працях О. В. Каплій та В. Ю. Мільйо ще до формування відповідного законодавства. Саме тому, дослідження питань регулювання онлайн-медіа є особливо актуальним та необхідним.

**Завданнями** цієї наукової статті є охарактеризувати закріплені в Законі поняття «онлайн-медіа» та «медіа», з'ясувати їхні суттєві ознаки, виявити недоліки у відповідних нормативно-правових приписах та запропонувати можливі шляхи їх виправлення.

**Вклад основного матеріалу.** Як зазначалося, Закон України «Про медіа» став своєрідним «перезапуском» медіа-права в Україні. Раніше в національному законодавстві існували два фактично відокремлені види засобів масової інформації: друковані, що регулювалися Законом України «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», а також аудіовізуальні, що регулювалися Законом України «Про телебачення і радіомовлення». Онлайн-медіа ж взагалі не мали власного правового регулювання. На них поширювалися лише загальні норми законодавства, що регулюють функціонування вебсайтів. Навіть найпопулярніші новинні інтернет-ресурси в Україні не могли повноцінно розглядатися як засоби масової інформації.

Закон України «Про медіа» об'єднує всі ці різновиди у спільну категорію «медіа». Це поняття замінило собою звичний для законодавства термін «засіб масової інформації». Хоча при законодавчій дефініції ці поняття вживаються як тотожні, з прийняттям Закону у всіх актуальних нормативно-правових актах поняття засобів масової інформації були замінені залежно від контексту на «медіа» чи «суб'єкти в сфері медіа». Наявність такої спільної категорії дозволяє мати спільні для всіх видів медіа в Україні принципи функціонування, захисту економічної конкуренції у сфері медіа та відповідальності за порушення медіа законодавства.

Активний розвиток технологій суттєво збільшив кількість різноманітних суб'єктів, що поширюють інформацію тим чи іншим способом. Актуальним стало

питання визначення випадків, коли такі суб'єкти мають вважатися медіа. У 2011 р. Комітет Міністрів Ради Європи підготував Рекомендацію CM/Rec (2011)7 «Про нове визначення медіа». Цей документ закріплює 6 основних критеріїв належності суб'єкта, що поширює інформацію, до медіа.

До цих критеріїв віднесено: намір діяти як медіа, відповідність меті та завданням медіа, наявність редакційного контролю, відповідність професійним стандартам, зокрема професійній етиці, спрямованість на поширення інформації великій кількості осіб, а також відповідність суспільним очікуванням щодо медіа [7].

Оскільки ці критерії сформульовано загально, Комітет Міністрів зазначає, що не всі критерії є однаково важливими. Наприклад, основними критеріями, відсутність яких свідчить, що суб'єкт не належить до медіа, є відповідність меті та завданням діяльності медіа, наявність редакційного контролю та спрямованість на поширення масової інформації. Відсутність в особи наміру діяти як медіа або сформовані щодо такого суб'єкта суспільні очікування самі по собі не свідчать про можливість вважати чи не вважати певного суб'єкта як медіа, а повинні використовуватися комплексно [7].

Аналіз положень українського Закону «Про медіа» дозволяє зробити висновок, що Рекомендація, висвітлені в ній критерії та притаманні їм ознаки-індикатори були застосовані в ході формування поняття «медіа» та «онлайн-медіа».

Поняття «онлайн-медіа» закріплено у п. 36, ч. 1, ст. 1 Закону України «Про медіа», відповідно до положень якого – це медіа, що регулярно поширює інформацію у текстовій, аудіо, аудіовізуальній чи іншій формі в електронному (цифровому) вигляді за допомогою мережі «Інтернет» на власному вебсайті, крім медіа, які віднесені цим Законом до аудіовізуальних медіа [4]. Першою ознакою онлайн-медіа законодавець виділяє саме його належність до категорії медіа, тобто онлайн-медіа є різновидом медіа, а отже, йому будуть притаманні всі суттєві ознаки останнього. Саме тому, першочергово необхідно дослідити загальні ознаки медіа за українським законодавством.

Так, відповідно до п. 30 ч. 1 ст. 1 Закону України «Про медіа» – медіа (засіб масової інформації) – засіб поширення масової інформації у будь-якій формі, який періодично чи регулярно виходить у світ під редакційним контролем та постійною назвою як індивідуалізованою ознакою [4].

Насамперед основою діяльності медіа є поширення масової інформації, під якою відповідно до положень п. 28 цієї ж статті розуміється інформація, що поширюється з метою її доведення до необмеженого кола осіб [4]. При цьому, законодавцем не встановлюються критерії, за якими інформація може вважатися доведеною до необмеженого кола осіб. На підставі аналізу Рекомендації Комітету Міністрів ми можемо зробити висновок, що існують два основні критерії віднесення інформації до масової – кількість її реципієнтів та обмеженість доступу до неї. Водночас ні один з них самостійно не може бути визначальним. Кількісний критерій залежить від виду інформації, що розповсюджується, а також спрямованості діяльності медіа. Наприклад, ми не можемо очікувати від місцевого медіа такої ж кількості користувачів, як у медіа, що орієнтується на всю територію держави чи декількох держав. Не є очевидним і критерій обмеженості доступу до інформації. Наприклад, окремі інтернет-видання, аудіовізуальні медіа можуть бути доступні лише для їхніх передплатників, але таке обмеження не може саме по собі свідчити, що доступ до інформації є обмеженим [7].

Особливо актуальними ці питання є для онлайн-медіа. Законодавство передбачає встановлення конкретних критеріїв для віднесення тих чи інших осіб, що

поширюють інформацію за допомогою мережі «Інтернет», до суб'єктів онлайн-медіа органами спільного регулювання. Кількість отримувачів інформації та відкритість доступу до неї потенційно можуть стати основними критеріями такого відбору. Варто зазначити, що вже зараз поширеною практикою серед користувачів, що поширюють інформацію для великого кола осіб через великі медіа-платформи, як месенджери чи соціальні мережі, є формальне, а не фактичне обмеження доступу до неї. Наприклад, доступ до певної спільноти чи каналу може бути встановлений лише за схваленням адміністратора, але такі схвалення зазвичай відбуваються автоматично, що ніяк не обмежує коло їх користувачів. Наразі причиною для таких маніпуляцій є традиційно менші вимоги інтернет-платформ щодо модераторії «приватних спільнот». Потенційно ж вони можуть бути використані для уникнення такими особами відповідності критеріям віднесення до суб'єктів онлайн-медіа. Тому такі практики обов'язково мають бути враховані при розробці відповідних критеріїв органами спільного регулювання.

По-друге, поширення інформації має здійснюватися періодично чи регулярно. При цьому Законом не встановлюється мінімальних вимог щодо того, як часто медіа має виходити у світ, щоб відповідати цьому критерію. Варто зазначити, що схожі положення існують в медіа-праві різних країн, але зазвичай вони стосуються вимог саме до друкованих видань. Наприклад, законодавство Латвії визнає засобами масової інформації друковані періодичні видання, що публікуються не рідше одного разу кожні 3 місяці та мають разовий тираж понад 100 примірників [8]. Чинна ж редакція українського Закону лише підкреслює, що поширення інформації має здійснюватися більше одного разу і тому потребує доопрацювання для наповнення цієї норми фактичним змістом. Рекомендація Комітету Міністрів не розглядає періодичність виходу у світ як самостійний критерій, а як один з ключових індикаторів відповідності цілям та завданням медіа [7]. Польський дослідник медіа Кароль Якубович зазначає, що саме періодичність видання є критерієм, що повинен відділити медіа від інших, «подібних до медіа», суб'єктів. Такі особи можуть створити матеріал, який відповідатиме всім журналістським стандартам, але одноразова публікація такого контенту не є достатньою, щоб читачі сприймали відповідний ресурс, як регулярне джерело отримання інформації. Вчений наголошує, що поняття періодичності в сучасному світі змінилося. Періодичність, наприклад, друкованих медіа є зрозумілою і визначається тим, як часто відповідна друкована продукція виходить у світ та може варіюватися від щоденних до щорічних видань. Своєю чергою, особливість функціонування онлайн-медіа передбачає постійний доступ до них, тому користувачі можуть очікувати, що оновлення змісту відбуватиметься щогодинно чи щоденно [9. с. 456]. Саме тому, встановлення вимог щодо періодичності публікації в онлайн-медіа, наприклад, у формі максимальних часових проміжків між публікаціями чи мінімальної кількості публікацій за певний період часу, може бути одним із важливих критеріїв належності до суб'єктів онлайн-медіа, що будуть розроблені органом спільного регулювання.

По-третє, у медіа має здійснюватися редакційний контроль. Цей термін є новим для українського законодавства і був запозичений з Директиви ЄС про аудіовізуальні медіапослуги та згаданої вище Рекомендації Комітету Міністрів. Відповідно до положень п. 47, ч. 1, ст. 1 Закону редакційний контроль (редакційна відповідальність) – вирішальний вплив суб'єкта у сфері аудіовізуальних медіа, суб'єкта у сфері друкованих медіа та/або суб'єкта у сфері онлайн-медіа на створення або добір, організацію та поширення програм або іншої масової інформації

відповідним суб'єктом [4]. Тобто здійснення редакційного контролю полягає у прийнятті рішень щодо інформаційного наповнення відповідних медіа-ресурсів та можливості нести відповідальність за такі рішення. Відповідно до Рекомендацій, редакційний контроль може мати різні форми. Для традиційних медіа типовим є здійснення редакційного контролю «*ex ante*», тобто контролю змісту до його публікації. Онлайн-медіа частіше притаманний контроль «*ex post*», тобто такий, що може здійснюватися після публікації. Не дивлячись на те, що окремі елементи редакційного контролю можуть бути автоматизовані, наприклад, запобігаючи публікації об'єктів захищених авторським правом, його основою залишається діяльність конкретних людей, найчастіше – працівників відповідних медіа [7]. Саме здійснення редакційного контролю навіть після публікації є основним критерієм, що дозволяє відмежувати онлайн-медіа, де передбачається можливість публікації контенту його користувачами, від онлайн-платформ, які лише надають технічну можливість здійснення публікації інформації, але не беруть на себе відповідальність за її зміст. Україна стала однією з небагатьох країн, що закріпила редакційний контроль як формальну ознаку медіа. У законодавстві деяких країн такі положення застосовуються як критерій лише для онлайн-медіа, але не інших видів засобів масової інформації. Наприклад, у Законі Франції «Про правовий режим преси», але не згадуються при визначенні як засобів масової інформації традиційних друкованих видань [6].

Останньою ознакою медіа згадану законодавцем є наявність назви як індивідуалізованої ознаки. Власне, індивідуалізацію розуміють як здатність суб'єкта, у цьому разі медіа, вирізнитися з-поміж інших у відповідній сфері. Хоча Закон виділяє лише один обов'язковий засіб індивідуалізації для медіа, це не перешкоджає їм мати і додаткові. Наприклад, відповідно до Порядку функціонування реєстру суб'єктів у сфері медіа, затвердженого рішенням Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення № 357, до реєстру також вносяться відомості про позивні чи логотип медіа [2]. Поширеними є ситуації, коли одна і та сама особа може бути суб'єктом декількох різних видів медіа. Наприклад, одночасно функціонуючи як друковане медіа і онлайн-медіа. В такому разі допустимим є використання однієї індивідуалізованої ознаки особою для всіх видів медіа.

Серед видових особливостей саме онлайн-медіа, варто виділити використання мережі «Інтернет» для розповсюдження інформації, а також пов'язану з нею негативну ознаку – до онлайн-медіа не відносять ті, що Законом визначаються як аудіовізуальні медіа. Закон визначає аудіовізуальне медіа як медіа-сервіс, основним призначенням якого або відокремленої частини якого є надання загальної аудиторії доступу до програм, що здійснюється з інформаційною, розважальною чи навчальною метою під редакційним контролем суб'єкта у сфері медіа за допомогою електронних комунікаційних мереж, а саме: телевізійне мовлення або аудіовізуальний медіа-сервіс на замовлення, радіомовлення або аудіальний медіа-сервіс на замовлення [4]. Водночас і мовлення, і розміщення каталогів програм нелінійних аудіовізуальних сервісів може здійснювати і з використанням мережі «Інтернет».

Основним критерієм розмежування у такому випадку виступатиме форма передачі інформації. Якщо для онлайн-медіа притаманною є будь-яка текстова, аудіо, аудіовізуальна чи інша форма, то для аудіовізуальних медіа закон передбачає спеціальну форму передачі інформації – програму, якою є сукупність рухомих зображень зі звуком чи без звуку, що незалежно від тривалості є самостійним елементом розкладу чи каталогу програм суб'єкта у сфері аудіовізуальних медіа [4]. Різновидами таких програм можуть бути: фільми, музичні кліпи, трансляції

спортивних заходів, програми новин. Онлайн-медіа ж найчастіше використовують текстову форму, де відео чи аудіо- матеріали виконують, імовірно, допоміжну функцію. Цю відмінність добре ілюструють випадки, коли один і той самий суб'єкт є суб'єктом медіа різних видів. Наприклад, телерадіокомпанія РАІ одночасно здійснює свою діяльність і як аудіовізуальне медіа, зокрема з використанням мережі «Інтернет» для трансляції, і як онлайн-медіа. Компанія використовує свій вебсайт gal.ua і для трансляції програм, і як звичайний новинний вебсайт. Водночас поширення інформації на трансляції регулюватиметься положеннями законодавства про аудіовізуальні медіа, саме тоді як всі інші розміщені на сайті повідомлення – регулюватимуться положеннями про онлайн-медіа.

Найбільш ж проблемною та дискусійною характеристикою онлайн-медіа є необхідність поширення інформації на власному вебсайті. Відповідно до п. 5, ч. 1, ст. 1 Закону України «Про авторське право» вебсайт – сукупність даних, електронної (цифрової) інформації, зокрема об'єктів авторського права та/або суміжних прав тощо, пов'язаних між собою і структурованих у межах адреси вебсайту та/або облікового запису власника такого вебсайту, доступ до яких здійснюється через адресу в мережі «Інтернет», що може складатися з доменного імені, записів про каталоги або виклики та/або числової адреси за інтернет-протоколом. Своєю чергою, відповідно до п. 6, цієї ж частини, вебсторінка – складова частина вебсайту, розташована за спеціальною адресою в мережі «Інтернет» [1]. Положення ч. 3 ст. 16 Закону України «Про медіа» вказує на можливість особи, яка регулярно поширює масову інформацію під своїм редакційним контролем через власні облікові записи на платформах спільного доступу до інформації, добровільно зареєструватися як суб'єкт у сфері онлайн-медіа [4]. У випадку, якщо особа скористається таким правом, виникне ситуація, за якої поширення інформації буде здійснюватися не через власний вебсайт, а через сторінку на вебсайті платформи спільного доступу до інформації, що суперечитиме положенням, що визначають поняття онлайн-медіа.

Також, варто зазначити, що відповідно до даних опитування міжнародної організації «USAID-Internews» 76% українців використовували соціальні мережі як джерело новин, з яких 35% респондентів використовували їх як єдине джерело інформації. Для безпосередньо ж новинних вебсайтів дані становили 41% та 8% відповідно [5]. Тобто наявні застереження щодо використання онлайн-медіа саме власного вебсайту фактично виводять з-під дії Закону України «Про медіа» більшість популярних джерел отримання новин.

З огляду на зазначене, здається раціональним або виключити вимогу щодо використання саме власного вебсайту з п. 36, ч. 1, ст. 1 Закону, або доповнити його положенням, що відображали б виняток з цього правила для користувачів платформ спільного доступу до інформації.

Ще одним новим для національного законодавства поняттям є суб'єкт онлайн-медіа. Відповідно до ч. 1 ст. 16 Закону суб'єктом у сфері онлайн-медіа вважається особа, що здійснює редакційний контроль щодо створення або добору, організації та поширення масової інформації у формі онлайн-медіа. Відповідно до положень ч. 2 цієї статі, до можливих суб'єктів належать громадяни України, іноземці та особи без громадянства, які мають місце проживання в Україні, а також зареєстровані в установленому законодавством порядку юридичні особи України, з винятками, передбаченими ч. 3 ст. 16. Крім цього, положення абз. 2 ч. 11 ст. 2 Закону, вказують, що при вирішенні питання, чи є особа, яка поширює інформацію з використанням мережі «Інтернет», суб'єктом у сфері онлайн-медіа, Національна

рада застосовує критерії, встановлені органом спільного регулювання [4]. Ці положення вирізняють суб'єктів онлайн-медіа серед інших суб'єктів медіа, фактично доповнюючи визначення притаманною лише їм ознакою – відповідності спеціально визначеним критеріям. Оскільки нині органи спільного регулювання лише формуються, повноцінно ця норма поки не діє, але в майбутньому залежно від того, які критерії будуть затверджені – коло осіб, що вважатимуться суб'єктами онлайн-медіа може суттєво розширитися або звужитися.

**Висновки.** Прийняття Закону України «Про медіа» стало основою для масштабної медіа-реформи. Закон уніфікував основні засади регулювання різних видів медіа в Україні, серед яких і онлайн-медіа. Аналіз відповідних приписів дозволяє зробити висновок, що в ході формування поняття «медіа» законодавцем було ефективно використано Рекомендацію Комітету Міністрів Ради Європи «Про нове визначення медіа» та описані в ній критерії. При цьому, задля можливості практичного застосування окремих ознак як критеріїв для відмежування суб'єктів медіа від інших осіб, що поширюють інформацію, необхідною є конкретизація їх змісту. Наприклад, щодо визначення випадків, коли інформація вважатиметься поширеною для необмеженого кола осіб, чи встановлення мінімальних вимог щодо ності виходу медіа у світ. У випадку онлайн-медіа – вказані ознаки можуть бути конкретизовані у критеріях, що будуть розроблені органами спільного регулювання.

Законодавче визначення онлайн-медіа містить низку недоліків. Воно лише вказує, що до онлайн-медіа не відносяться суб'єкти аудіовізуальних медіа, але не конкретизує критерії розмежування. Також неправильним видається обмеження шляхів поширення інформації онлайн-медіа виключно їх вебсайтом. Таке обмеження не лише виводить з-під потенційної дії Закону України «Про медіа» більшість популярних джерел інформації, але і у випадку добровільної реєстрації осіб, що поширюють інформацію на платформах спільного доступу як суб'єктів медіа – призводить до внутрішньої суперечності законодавчих положень. Тому, раціональним вбачається закріплення можливості для онлайн-медіа використовувати не лише власний вебсайт, але і вебсторінки на інших вебсайтах, зокрема платформах спільного доступу до інформації.

#### Список використаних джерел

1. Про авторське право і суміжні права : Закон України від 01.12.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2811-20#Text>.
2. Про затвердження Порядку функціонування Реєстру суб'єктів у сфері медіа : Рішення Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення від 18.05.2023 № 357. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0357295-23#Text>.
3. Про координацію певних положень, встановлених законами, нормативно-правовими або адміністративними актами в державах-членах стосовно надання аудіовізуальних медіапослуг : Директива Європейського Парламенту і Ради від 10 березня 2010 року № 2010/13/ЄС. URL: [https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984\\_022-10#Text](https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/984_022-10#Text).
4. Про медіа : Закон України від 13.12.2022. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>.
5. Українські медіа, ставлення та довіра у 2023 р. Опитування USAID-Internews щодо споживання медіа. URL: <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2023/10/Ukrainiski-media-stavlennia-ta-dovira-2023r.pdf>.
6. Act No. 86-897 of 1 August 1986 reforming the legal scheme applicable to the press JORF, 1 August 1986, p. 14297. URL: <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT00000-0687451>.

7. Committee of Ministers Recommendation CM/Rec (2011)7 on a New Notion of Media, Strasbourg : Council of Europe. URL: <https://edoc.coe.int/en/media/8019-recommendation-cmrec20117-on-a-new-notion-of-media.html#>.
8. On the Press and Other Mass Media (Likums «Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem»), 20 December 1990. URL: <https://likumi.lv/ta/en/en/id/64879>.
9. Jakubowicz K. Do we Know a Medium when We See One? New Media Ecology : Handbook of Media Law and Policy: A Socio-Legal Approach / ed. by Monroe Price and Stefaan Verhulst. Routledge, 2012. P. 441-461.

### References

10. *Pro avtorske pravo i sumizhni prava : Zakon Ukrainy vid 01.12.2022*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/lavs/show/2811-20#Tekht>.
11. *Pro zatverdzhennia Poriadku funkcionuvannia Reiestru sub'iektiv u sferi media : Rishennia Natsional'noi rady Ukrainy z pytan' teleshchennia i radiomovlennia vid 18.05.2023 № 357*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/rada/show/v0357295-23#Text>.
12. *On the coordination of certain provisions laid down by law, regulation or administrative action in Member States concerning the provision of audiovisual media services : Directive of the European Parliament and of the Council of 10 March 2010 № 2010/13/EU*. Retrieved from <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/en/TXT/?uri=CELEX:32010L0013>.
13. *Pro media : Zakon Ukrainy vid 13.12.2022*. Retrieved from <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>.
14. *Ukrainski media, stavlennia ta dovira u 2023 r. Opytuvannia USAID-Internews schodo spozhyvannia media*. Retrieved from <https://internews.in.ua/wp-content/uploads/2023/10/Ukrainski-media-stavlennia-ta-dovira-2023r.pdf>.
15. *Act No. 86-897 of 1 August 1986 reforming the legal scheme applicable to the press JORF, 1 August 1986*. Retrieved from <https://www.legifrance.gouv.fr/loda/id/JORFTEXT000000687451>.
16. *Committee of Ministers Recommendation CM/Rec (2011)7 on a New Notion of Media, Strasbourg : Council of Europe*. Retrieved from <https://edoc.coe.int/en/media/8019-recommendation-cmrec20117-on-a-new-notion-of-media.html#>.
17. *On the Press and Other Mass Media (Likums "Par presi un citiem masu informācijas līdzekļiem")*, 20 December 1990. Retrieved from <https://likumi.lv/ta/en/en/id/64879>.
18. Jakubowicz, K. (2012). *New Media Ecology : Handbook of Media Law and Policy : A Socio-Legal Approach* London : Routledge.

## ONLINE MEDIA: CONCEPT AND CHARACTERISTICS

*Andrii Harkot*

*Ivan Franko National University of Lviv,  
1, Universytetska Str., Lviv, Ukraine, 79000,  
e-mail: andrii.harkot@gmail.com  
ORCID ID: 0009-0006-7316-7348*

The article analyses legislative innovations in the field of online media. The article outlines the prerequisites for media reform in Ukraine. In particular, the need to counteract enemy propaganda in the context of a full-scale Russian invasion and the need to control the dissemination of information in times of war. Also, the European Union's requirement to reform media legislation as a condition for obtaining the status of a candidate for membership in the EU. The term «media» is analysed. The comparison of the features enshrined in the legislation with the criteria set out in the Recommendation of the Committee of Ministers of the Council of



Europe "On a new notion of Media" is made. The main features of the media are distinguished: activity in the form of dissemination of mass information, regular or periodic nature of publication, editorial control as well as use of personalising features. The article points out the need to specify the legislative provisions on determining the cases when information is considered to be disseminated to an unlimited number of people. It is suggested that, in the case of online media, it is possible to use the existence of obstacles to access to information and the number of recipients as criteria which may be established by a co-regulatory body in the field of online media. The necessity of clarifying the provisions on the requirement of periodicity of media publications by establishing maximum time intervals between publications or the minimum number of publications for a certain period of time is proved. The difference between online media and audiovisual media that use the Internet for broadcasting or providing access to catalogue of programmes is outlined. It is concluded that the main difference between these media is the form of content distribution. For audiovisual media, this form is a programme, while online media usually use a combination of text and images or video. It is emphasised that in many cases one person can be a subject of different types of media at the same time, for example, online мзаболотназоболотнаedia and audiovisual media. The problems arising from the restriction of the possibility of disseminating information by online media exclusively through their websites are pointed out, in particular, excessive restriction of the range of subjects to whom the Law of Ukraine "On Media" will apply, and the occurrence of legislative contradictions in some cases. The essential features of online media entities are highlighted, and the important role of joint regulatory bodies in formulating the criteria for classifying persons as online media entities is pointed out.

*Keywords:* media, online media entity, mass media, mass information, media law reform.

*Стаття: надійшла до редакції 17.03.2023  
прийнята до друку 30.04.2023*