

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення Національної ради України з
питань телебачення і радіомовлення від
_____ 2026 № _____

ЗАТВЕРДЖЕНО

Рішення Правління ГРОМАДСЬКОЇ СПІЛКИ
«ОРГАН СПІЛЬНОГО РЕГУЛЮВАННЯ У
СФЕРІ ОНЛАЙН МЕДІА
Протокол від _____ 2026 року № _____

КРИТЕРІЇ

віднесення осіб до суб'єктів у сфері онлайн-медіа

I. Загальні положення

1. Ці Критерії віднесення осіб до суб'єктів у сфері онлайн-медіа (далі – Критерії) розроблені відповідно до частини одинадцятої статті 2, пункту 23 частини першої статті 90 та пункту 1 частини другої статті 92 Закону України «Про медіа» (далі – Закон) з метою встановлення ключових ознак та/або вимог, за яким онлайн-ресурс, що поширює інформацію з використанням мережі Інтернет, може бути визнаний суб'єктом у сфері онлайн-медіа.

2. Ці критерії застосовуються до всіх суб'єктів у сфері онлайн-медіа, що відповідають вимогам частини восьмої статті 2 Закону, у тому числі тих, що не зареєстровані як суб'єкт у сфері медіа у встановленому Законом порядку, та тих заявників, що подали до Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення (далі – Національна рада) заяву про реєстрацію онлайн-медіа, відповідно до статті 63 Закону.

3. Терміни «аудіовізуальне медіа», «масова інформація», «медіа» (засіб масової інформації), «онлайн-медіа», «платформа спільного доступу до відео», «платформа спільного доступу до інформації», «редакційний контроль (редакційна відповідальність)», «редакційні рішення» тощо вживаються у значеннях, наведених в Законі.

4. Критерії розроблені відповідно до положень чинного національного законодавства, з урахуванням норм права Європейського Союзу та рекомендацій Ради Європи.

II. Критерії віднесення осіб, які поширюють масову інформацію на власному веб-сайті, до суб'єктів у сфері онлайн-медіа

Особа, яка поширює масову інформацію на власному веб-сайті, є суб'єктом у сфері онлайн-медіа, незалежно від реєстрації, якщо її діяльність з поширення інформації відповідає сукупності таких критеріїв:

1. Відповідність діяльності цілям та призначенню медіа.
2. Наявність редакційного контролю.
3. Економічний характер діяльності.
4. Регулярність або періодичність поширення інформації.
5. Публічний характер діяльності (Аудиторія).
6. Відсутність ознак аудіовізуального медіа

Критерій 1. Відповідність діяльності цілям та призначенню медіа

1.1. Основним призначенням онлайн-медіа є поширення інформації для широкої громадськості з метою:

- інформування (новини щодо суспільно важливих подій, аналітика, журналістські розслідування, інтерв'ю, репортажі тощо);
- розваги (публікації про культуру, огляди фільмів, книг, музичних альбомів, мистецьких подій, гумористичні публікації тощо);
- навчання (просвітницькі матеріали, науково-популярні статті тощо).

Ключова ціль медіа - реалізація свободи вираження поглядів у публічній сфері, що забезпечує право суспільства шукати та отримувати інформацію. Медіа забезпечують простір для публічних дебатів, сприяють формуванню громадської думки, контролю за публічними справами, а також за приватними чи пов'язаними з бізнесом питаннями, підвищуючи прозорість і підзвітність. Крім того, медіа сприяють свободі вираження в освіті, мистецтві, культурі та розвагах.

1.2. Поширення інформації з метою просування або надання доступу до продуктів чи інших послуг не відповідає цілі та призначенню медіа. З огляду на це, не вважаються онлайн-медіа, зокрема:

- Освітні платформи, які надають доступ до курсів, вебінарів та навчальних програм;
- Інтернет-магазини, веб-сайти компаній, які поширюють публікації, пов'язані із товарами чи послугами, які вони надають (наприклад, огляди товарів, туристичних напрямків тощо);
- Веб-ресурси, що створені для надання доступу до азартних ігор (онлайн-платформи, через які користувачі можуть брати участь в іграх на гроші або інші цінності: онлайн-казино, букмекерські сайти (ставки на спорт), покер-руми, лотерейні сервіси та онлайн-розіграші, крипто-гемблінг платформи) або ресурси, які мають рекламний характер з метою просування азартних ігор, операторів грального бізнесу, бонусних програм, акцій, реферальних посилань або інших форм залучення користувачів до участі в азартних іграх.

1.3. Не можуть відноситися до онлайн медіа веб-сайти підприємств, організацій, установ, інших юридичних осіб та фізичних осіб-підприємців, які висвітлюють їх власну діяльність та виконують презентаційну мету. Наприклад:

- корпоративні та комерційні веб-сайти, які висвітлюють переважно новини компанії, у тому числі інтерв'ю чи коментарі представників компанії;
- веб-сайти громадських організацій, благодійних фондів, інших неприбуткових організацій, навчальних установ тощо, які висвітлюють результати їх статутної діяльності відмінної від медіа;
- веб-сайти артистів, митців, виконавців тощо, які висвітлюють їх творчу діяльність, інформують про події, забезпечують продаж квитків тощо;
- веб-ресурси у вигляді блогів про особисте життя (персональні публікації, де автор ділиться особистими думками, досвідом, емоціями зі свого життя тощо).

Критерій 2. Наявність редакційного контролю

2.1. Наявність редакційного контролю означає, що особа або колектив **приймають редакційні рішення** щодо створення, відбору, підготовки та публікації інформаційних матеріалів, тобто впливають на їхній зміст і форму перед поширенням. Про здійснення редакційного контролю може свідчити наявність принаймні однієї із перелічених ознак:

- наявність **редакційної політики**, інших формалізованих стандартів, принципів чи правил створення, відбору, підготовки, та поширення інформаційних матеріалів, оприлюднення таких документів на веб-сайті;
- зазначення на веб-сайті інформації про **головного редактора, редактора або іншу особу, відповідальну** за створення, відбір, підготовку та публікацію інформаційних матеріалів;
- декларація щодо **дотримання норм професійної етики**, зазначення про **участь у журналістських організаціях**, органах само- або спів-регулювання.

2.2. Не можуть бути віднесені до онлайн-медіа веб-сайти, що не мають редакційного контролю, зокрема, агрегатори новин, які лише збирають і відображають чужі публікації без впливу на зміст, сервіси, що управляються та/або наповнюються контентом за допомогою штучного інтелекту та/або інших способів автоматизації, що передбачають створення, відбір та публікацію новин, інших інформаційних матеріалів без людського нагляду.

2.3. Використання інструментів штучного інтелекту не виключає наявність редакційного контролю, за умови, що остаточні рішення про зміст та оприлюднення інформаційного матеріалу ухвалює редактор чи інша відповідальна особа. Інструменти штучного інтелекту та автоматизовані засоби можуть використовуватися для генерування окремих публікацій (наприклад, про результати спортивних чи інших змагань, курси валют чи фінансові показники тощо). Редакційна політика, стандарти, принципи або правила діяльності онлайн-медіа повинні включати умови використання інструментів штучного інтелекту. Зокрема, має забезпечуватися прозоре та чітке розмежування автентичного та згенерованого ШІ контенту.

Критерій 3. Економічний характер діяльності

3.1. Діяльність з поширення інформації на веб-сайті має економічний характер, незалежно від прибутковості, якщо вона відповідає принаймні одній із таких ознак:

3.1.1. Передбачає **отримання доходу** (прямо чи опосередковано) від поширення інформаційних матеріалів, реклами чи взаємодії з аудиторією. Ознакою економічного характеру діяльності може бути використання будь-якого із перелічених інструментів отримання доходу від поширення інформації на веб-сайті:

- 1) **прямі платежі від користувачів у формі:**
 - платної підписки (щомісячна або щорічна оплата доступу до статей чи додаткового контенту);
 - оплати доступу до окремої статті (pay-per-view);
 - пожертв читачів (через платіжні сервіси, наприклад Patreon, BuyMeACoffee, власні інтегровані системи тощо);
- 2) **доходи від поширення рекламної інформації (комерційних повідомлень);**
- 3) **публічне фінансування за рахунок коштів державного або місцевих бюджетів;**
- 4) **гранти або інші форми безповоротної підтримки, зокрема:**

- грантова підтримка від благодійних фондів та неурядових організацій, міжнародних організацій та урядів, крім випадків, заборонених законодавством;
 - цільові пожертви від приватних осіб, бізнесу або благодійників;
 - стипендії, авторські винагороди, індивідуальні гранти тощо.
- 5) додаткові інструменти монетизації, які не є основною діяльністю:
- організація заходів на базі медіа;
 - продаж освітніх продуктів (курси, вебінари для читачів), пов'язаних з діяльністю медіа або журналістською діяльністю;
 - продаж супутніх товарів (брендовані товари, книги, аналітичні звіти) тощо.

3.1.2. Здійснюється фізичною особою на **професійній основі або юридичною особою, установчі документи якої визначають діяльність у сфері медіа серед основних видів діяльності**. Діяльність з поширення інформації на веб-сайті вважається такою, що здійснюється фізичною особою на професійній основі, якщо така діяльність є основним або суттєвим джерелом доходу особи, часові витрати на здійснення цієї діяльності є співставними з трудовою зайнятістю, особа є членом відповідної професійної спілки тощо. Якщо фізична особа є підприємцем, її зареєстровані види економічної діяльності повинні включати діяльність, пов'язану з медіа. Установчі документи юридичної особи повинні визначати діяльність у сфері медіа серед основних видів діяльності.

3.1.3. Має або може мати **економічну цінність чи вплив на ринок**. Про створення економічної цінності чи вплив діяльності на ринок може свідчити наявність працівників або залучених фахівців (редактор, журналіст, менеджер, дизайнер, маркетолог тощо), які надають послуги, пов'язані із поширенням інформації на веб-сайті для широкої аудиторії.

Критерій 4. Регулярність або періодичність поширення інформації

4.1. Ознакою онлайн-медіа є регулярність або періодичність поширення масової інформації, що дозволяє відмежувати медіа як стабільне та передбачуване джерело інформації від разових або хаотичних публікацій. Веб-сайт, де інформація публікується випадково, нерегулярно або не має жодного циклу чи графіка оновлень, не може бути віднесеним до онлайн-медіа.

4.2. Регулярність поширення інформації передбачає систематичне оновлення опублікованої інформації зі збереженням доступу до неї впродовж невизначеного періоду часу. Такий формат, зокрема, є властивим новинним медіа, які постійно доповнюють та оновлюють інформацію на власному веб-сайті протягом дня.

4.3. Періодичність поширення інформації передбачає наявність певного визначеного циклу виходу публікацій (раз на день, тиждень, місяць, квартал тощо).

4.4. Онлайн-медіа можуть поєднувати регулярність та періодичність, залежно від типів інформаційних матеріалів, які вони поширюють.

Критерій 5. Публічний характер діяльності (Аудиторія)

5.1. Публічним характером діяльності вважається поширення інформації для необмеженого кола осіб, тобто надання можливості будь-якій особі отримати доступ до публікацій на

встановлених загальних умовах – за плату чи безоплатно. Цей критерій відображає фундаментальну ознаку медіа у демократичному суспільстві - участь у формуванні суспільної дискусії, а не лише в обміні інформацією між обмеженим колом осіб, закритими спільнотами.

5.2. Наявність у медіа певної спеціалізації чи тематичної спрямованості не виключає публічного характеру такої діяльності, за умови що доступ до публікацій не залежить від обов'язкової реєстрації чи набуття членства в організаціях чи спільнотах тощо.

5.3. Встановлені законодавством обмеження доступу до окремих категорій інформації, пов'язані з досягненням певного віку, не впливають на визначення публічного характеру діяльності.

Критерій 6. Відсутність ознак аудіовізуального медіа

6.1. Основними формами поширення інформації в онлайн-медіа є текст та статичні зображення, у тому числі фото (прес-публікації).

6.2. Аудіовізуальні та аудіальні твори (наприклад, відео-, аудіозаписи інтерв'ю, сюжети журналістських розслідувань) можуть поширюватися у онлайн-медіа як елементи, що ілюструють або супроводжують текстові публікації. Онлайн-медіа можуть здійснювати трансляції подій (судових засідань, офіційних заходів, брифінгів, інших подій), за умови, що такі трансляції не є системними чи запрограмованими як постійна діяльність під редакційним контролем.

6.3. Медіа-сервіс, основним призначенням якого є надання загальній аудиторії доступу до аудіовізуальних чи аудіальних програм, не може відноситися до онлайн-медіа.

Аудіовізуальною програмою є сукупність рухомих зображень зі звуком чи без звуку, що незалежно від тривалості є самостійним елементом розкладу чи каталогу програм, зокрема програма новин, фільм, трансляція спортивних заходів чи спортивних змагань, інший аудіовізуальний твір, у тому числі дитячі програми, музичні кліпи. Аудіальна програма включає аудіальну інформацію, що незалежно від тривалості є самостійним елементом розкладу чи каталогу програм, зокрема програма новин, добірка пісень, інструментальних музичних творів, інший аудіальний твір.

III. Критерії віднесення осіб, які поширюють масову інформацію через власні облікові записи на платформах спільного доступу до інформації, до суб'єктів у сфері онлайн-медіа

Особа, яка регулярно або періодично поширює масову інформацію під своїм редакційним контролем через власні облікові записи на платформах спільного доступу до інформації, може бути зареєстрована як суб'єкт у сфері онлайн-медіа, якщо її діяльність з поширення інформації відповідає сукупності таких критеріїв:

1. Відповідність діяльності цілям та призначенню медіа.
2. Наявність редакційного контролю.
3. Економічний характер діяльності.
4. Регулярність або періодичність поширення інформації.
5. Публічний характер діяльності (Аудиторія).
6. Відсутність ознак аудіовізуального медіа.

Критерій 1. Відповідність діяльності цілям та призначенню медіа

1.1. Основною метою онлайн-медіа, є поширення інформації для широкої громадськості з метою:

- інформування (новини щодо суспільно важливих подій, аналітика, журналістські розслідування, інтерв'ю, репортажі тощо);
- розваги (публікації про культуру, огляди фільмів, книг, музичних альбомів, мистецьких подій, гумористичні публікації тощо);
- навчання (просвітницькі матеріали, науково-популярні статті тощо).

Ключова ціль медіа - реалізація свободи вираження поглядів у публічній сфері, що забезпечує право суспільства шукати та отримувати інформацію. Медіа забезпечують простір для публічних дебатів, сприяють формуванню громадської думки, контролю за публічними справами, а також за приватними чи пов'язаними з бізнесом питаннями, підвищуючи прозорість і підзвітність. Крім того, медіа сприяють свободі вираження в освіті, мистецтві, культурі та розвагах.

1.2. Поширення інформації з метою просування або надання доступу до продуктів чи інших послуг не відповідає цілі та призначенню медіа. З огляду на це, не можуть бути зареєстровані як онлайн-медіа, облікові записи на платформах спільного доступу до інформації, створені для просування навчальних курсів, вебінарів, інших освітніх продуктів, для інформування про інші товари та послуги, які можна придбати безпосередньо через відповідний обліковий запис на платформі спільного доступу до інформації, облікові записи, які просувають та надають доступ до азартних ігор та ін.

1.3. Не можуть відноситися до онлайн медіа облікові записи підприємств, організацій, установ, інших юридичних осіб та фізичних осіб, які на платформах спільного доступу до інформації висвітлюють їх власну діяльність та виконують презентаційну мету. Наприклад:

- облікові записи, які висвітлюють новини компанії, у тому числі інтерв'ю чи коментарі представників компанії;
- облікові записи громадських організацій, благодійних фондів, інших неприбуткових організацій, навчальних установ тощо, які висвітлюють результати їх статутної діяльності відмінної від медіа;
- облікові записи артистів, митців, виконавців тощо, які висвітлюють їх творчу діяльність, інформують про події, продаж квитків тощо.

1.4. Блог про особисте життя не є онлайн-медіа. Обліковий запис особи може містити публікації про особисте життя, але такі публікації не повинні переважати і мають слугувати доповненням, а не основним призначенням облікового запису. Основна увага в публікаціях має приділятися не особі-власника облікового запису, а інформації про факти та події, які стосуються широкого кола осіб і не пов'язані з існуванням чи діяльністю цієї особи.

Критерій 2. Наявність редакційного контролю

2.1. Наявність редакційного контролю означає, що особа або колектив осіб приймають редакційні рішення щодо створення, відбору, підготовки та публікації інформаційних матеріалів, тобто впливають на їхній зміст і форму перед поширенням. Індикаторами наявності редакційного контролю можуть бути, наприклад, але не виключно:

- наявність редакційної політики або редакційних принципів (необов'язково формалізованих);
- зазначення у описі облікового запису його призначення, тематичної спрямованості чи типів контенту, інформації про авторів та/або редакторів тощо;
- наявність структурованих форматів та рубрик для поширення публікацій;
- наявність певної системи редакційних архівів або іншого збереження контенту;

2.2. Не можуть бути віднесені до онлайн-медіа облікові записи, що не мають редакційного контролю, зокрема, такі, що лише збирають і відображають чужі публікації без впливу на зміст, облікові записи, які діють, управляються, наповнюються за допомогою сервісів штучного інтелекту та/або інших способів автоматизації, що передбачають створення, відбір та публікацію новин, інших інформаційних матеріалів без людського нагляду.

2.3. Використання інструментів штучного інтелекту не виключає наявності редакційного контролю, за умови, що остаточні рішення про зміст та оприлюднення інформаційного матеріалу ухвалює редактор чи інша відповідальна особа.

Критерій 3. Економічний характер діяльності

3.1. Діяльність з поширення інформації через облікові записи на платформах спільного доступу до інформації має економічний характер, незалежно від прибутковості, якщо вона відповідає принаймні одній із таких ознак:

3.1.1. Передбачає **отримання доходу** (прямо чи опосередковано) від поширення інформаційних матеріалів, реклами чи взаємодії з аудиторією. Ознакою економічного характеру діяльності може бути використання будь-якого із перелічених інструментів отримання доходу (монетизації або фінансування) від поширення інформації через облікові записи на платформах спільного доступу до інформації:

1) прямі платежі від користувачів, у формі:

- платної підписки (щомісячна або щорічна оплата доступу до статей чи додаткового контенту);
- оплати доступу до окремої статті (pay-per-view);
- пожертв читачів (через платіжні сервіси, наприклад Patreon, BuyMeACoffee, власні інтегровані системи тощо);

2) доходи від поширення рекламної інформації (комерційних повідомлень);

3) публічне фінансування за рахунок коштів державного або місцевих бюджетів;

4) гранти або інші форми безповоротної підтримки, зокрема:

- грантова підтримка від благодійних фондів та неурядових організацій, міжнародних організацій та урядів, крім випадків, заборонених законодавством;
- цільові пожертви від приватних осіб, бізнесу або благодійників;
- стипендії, авторські винагороди, індивідуальні гранти тощо.

5) додаткові інструменти монетизації, які є основною діяльністю:

- організація заходів на базі медіа;
- продаж освітніх продуктів (курси, вебінари для читачів), пов'язаних з діяльністю медіа або журналістською діяльністю;
- продаж супутніх товарів (брендовані товари, книги, аналітичні звіти) тощо.

3.1.2. Здійснюється фізичною особою на **професійній основі або юридичною особою, установчі документи якої визначають діяльність у сфері медіа серед**

основних видів діяльності. Діяльність з поширення інформації вважається такою, що здійснюється фізичною особою на професійній основі, якщо така діяльність є основним або суттєвим джерелом доходу особи, часові витрати на здійснення цієї діяльності є співставними з трудовою зайнятістю, особа є членом відповідної професійної спілки тощо. Якщо фізична особа є підприємцем, її зареєстровані види економічної діяльності повинні включати діяльність, пов'язану з медіа. Установчі документи юридичної особи повинні визначати діяльність у сфері медіа серед основних видів діяльності.

3.1.3. Має або може мати економічну цінність чи вплив на ринок. Про створення економічної цінності чи вплив діяльності на ринок може свідчити наявність працівників або залучених фахівців (редактор, журналіст, менеджер, дизайнер, маркетолог тощо), які надають послуги, пов'язані із поширенням інформації через облікові записи на платформах спільного доступу до інформації для широкої аудиторії.

Критерій 4. Системність та періодичність поширення інформації

4.1. Діяльність з поширення масової інформації в обліковому записі на платформі спільного доступу до інформації має бути передбачуваною та редакційно організованою, а не випадковою чи хаотичною.

4.2. Регулярність поширення інформації передбачає систематичне оновлення опублікованої інформації зі збереженням доступу до неї впродовж невизначеного періоду часу. Такий формат, зокрема, є властивим новинним медіа, які постійно доповнюють та оновлюють інформацію на власних облікових записах протягом дня.

4.3. Періодичність поширення інформації передбачає наявність певного визначеного циклу виходу публікацій (раз на день, тиждень, місяць, квартал тощо).

4.4. Онлайн-медіа можуть поєднувати регулярність та періодичність, залежно від типів інформаційних матеріалів, які вони поширюють. Автори можуть оголошувати графік виходу матеріалів, повідомляти про затримки чи зміни в оприлюдненні публікацій тощо.

Критерій 5. Публічний характер діяльності (Аудиторія)

5.1. Публічним характером діяльності вважається поширення інформації для необмеженого кола осіб, тобто надання можливості будь-якій особі отримати доступ до публікацій на встановлених загальних умовах – за плату чи безоплатно, а не для спілкування в межах приватної чи закритої групи. Обліковий запис є відкритим, переважна частина контенту доступна без будь-якої додаткової авторизації чи спеціального погодження доступу. Публікації можуть вільно переглядатися, цитуватися, репоститися, відповідно до загальних правил користування платформи.

5.2. Наявність у медіа певної спеціалізації чи тематичної спрямованості не виключає публічного характеру такої діяльності, за умови що доступ до публікацій не залежить від обов'язкової реєстрації чи набуття членства в організаціях чи спільнотах тощо.

5.3. Кількість підписників, охоплення, реакції та коментарі свідчать про широку зацікавленість користувачів, які виходять за межі приватного чи дружнього кола особи.

5.4. Обліковий запис може декларувати в назві чи в описі свою спрямованість на медійну діяльність, поширення новин, позиціонування публікацій як журналістських тощо.

5.5. Встановлені законодавством обмеження доступу до окремих категорій інформації, пов'язані з досягненням певного віку, не впливають на визначення публічного характеру діяльності.

Критерій 6. Відсутність ознак аудіовізуального медіа

6.1. Основними формами поширення інформації в онлайн-медіа є текст та статичні зображення, у тому числі фото (прес-публікації).

6.2. Аудіовізуальні та аудіальні твори (наприклад, записи інтерв'ю, сюжети журналістських розслідувань) можуть поширюватися у онлайн-медіа як елементи, що ілюструють або супроводжують текстові публікації. Онлайн-медіа можуть здійснювати трансляції подій (судових засідань, офіційних заходів, брифінгів, інших подій), за умови, що такі трансляції не є системними чи запрограмованими як постійна діяльність під редакційним контролем.

6.3. Медіа-сервіс, основним призначенням якого є надання загальній аудиторії доступу до аудіовізуальних чи аудіальних програм, не може відноситися до онлайн-медіа.

Аудіовізуальною програмою є сукупність рухомих зображень зі звуком чи без звуку, що незалежно від тривалості є самостійним елементом розкладу чи каталогу програм, зокрема програма новин, фільм, трансляція спортивних заходів чи спортивних змагань, інший аудіовізуальний твір, у тому числі дитячі програми, музичні кліпи. Аудіальна програма включає аудіальну інформацію, що незалежно від тривалості є самостійним елементом розкладу чи каталогу програм, зокрема програма новин, добірка пісень, інструментальних музичних творів, інший аудіальний твір.