

КОЗИР О. О.,аспірант кафедри права інтелектуальної
власності та патентної юстиції

(Національний університет

«Одеська юридична академія»)

Стаття поширюється на умовах
ліцензії CC BY 4.0

УДК 007:316.776.23

DOI <https://doi.org/10.32842/2078-3736/2025.4.1.14>

ОНЛАЙН-МЕДІА ТА TELEGRAM ЯК СУЧАСНІ ДЖЕРЕЛА ПОШИРЕННЯ ІНФОРМАЦІЇ

В статті проведено дослідження онлайн-медіа та Telegram як платформи спільного доступу до масової інформації. Визначено спільні риси та відмінності онлайн-медіа та Telegram. Зазначено, що враховуючи статистичні дані щодо переваги Telegram як джерела отримання інформації над іншими інформаційними ресурсами обумовлює важливість встановлення ефективних законодавчих механізмів контролю за достовірністю таких інформаційних продуктів. Запровадження механізмів контролю за поширенням інформації через платформи спільного доступу, в тому числі Telegram обумовлено тим, що в переважній більшості такі платформи мають багато спільних рис з медіа, зокрема: поширення масової інформації, широке охоплення користувачів, систематичність оновлення інформації. Разом з тим, на відміну від медіа, це відсутність контролю за якістю інформаційних продуктів, редакторського контролю, механізмів ефективного захисту прав та інтересів користувачів інформаційних продуктів та третіх сторін, чий права можуть бути порушені внаслідок поширення інформації чи використання, наприклад, результатів творчої діяльності. Крім того, однією з відмінностей Telegram від онлайн-медіа, є те, що інформація в онлайн-медіа поширюється на веб-сайтах, тоді як Telegram офіційно веб-сайтом не визнається. З метою визначення правових засад діяльності провайдерів платформ спільного доступу до масової інформації розроблено проект Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо регулювання діяльності платформ спільного доступу до інформації, через які поширюється масова інформація» № 11115 від 25 березня 2024 р. Відповідно до проекту Закону запроваджуються вимоги щодо відкритої політики діяльності провайдерів платформ спільного доступу до масової інформації зокрема щодо: розміщення умов користування сервісом платформи спільного доступу до інформації на такій платформі та ознайомлення з ними користувачів платформи; оприлюднення в доступному для користувачів місці безпосередньо на платформі спільного доступу до інформації та у всіх пов'язаних з платформою сервісах інформації про власні контактні дані, на які користувачі можуть відправляти скарги на поширювану через платформу масову інформацію, що суперечить законодавству України.

Ключові слова: *медіа, онлайн-медіа, веб-сайт, інформація, Telegram, платформи спільного доступу, Інтернет, інформаційні ресурси.*

Kozyr O. O. Online Media and Telegram as Contemporary Sources of Information Dissemination

The article presents a study of online media and Telegram as platforms for shared access to mass information. It identifies the common features and key differences



between online media and Telegram. The analysis emphasizes that, based on statistical data demonstrating Telegram's dominance as a preferred source of information compared to other platforms, there is a growing need to establish effective legislative mechanisms to ensure the reliability of such informational products.

The introduction of regulatory mechanisms for information dissemination via shared-access platforms, including Telegram, is justified by the fact that these platforms share many characteristics with traditional media, such as the dissemination of mass information, broad user reach, and regular content updates. However, unlike media outlets, these platforms generally lack editorial oversight, quality control of content, and effective mechanisms for protecting the rights and interests of users and third parties whose rights may be violated through the dissemination or use of, for example, intellectual property.

Moreover, one of the fundamental differences between Telegram and online media is the format of content distribution: while online media operate through official websites, Telegram is not officially recognized as a website-based platform. In order to define the legal framework for the operation of shared-access platforms for mass information dissemination, the Draft Law of Ukraine "On Amendments to Certain Laws of Ukraine Regarding the Regulation of Activities of Information-Sharing Platforms Through Which Mass Information is Disseminated" (No. 11115 of March 25, 2024) was developed.

According to the draft law, a set of requirements is introduced to ensure transparent operational policies of such platforms. These include the obligation to publish the terms of service directly on the platform and ensure that users are familiarized with them; and the obligation to publicly provide contact information on the platform and associated services, enabling users to file complaints regarding mass information that contradicts Ukrainian legislation.

Key words: *media, online media, website, information, Telegram, shared-access platforms, Internet, information resources.*

Сучасний інформаційний світ докорінно змінив обіг інформації, суттєво розширивши способи та джерела передачі даних. Традиційні засоби інформації, хоча й продовжують суттєво впливати на поширення інформації, не мають такого монопольного положення на ринку інформаційних послуг як це було до масового поширення Всесвітньої мережі Інтернет та впровадження в широкий обіг обладнання, за допомогою якого інформація може створюватись та передаватись за лічені секунди. Такі стрімкі зміни в інформаційній сфері потребують відповідного законодавчого регулювання, оскільки попри всі переваги відкритого інформаційного простору постало чимало викликів як у сфері забезпечення національної безпеки, так і захисту прав та інтересів кожного учасника інформаційних відносин. З метою законодавчого врегулювання змін, які відбуваються у сфері створення, поширення та захисту інформаційних продуктів через засоби масової інформації в Україні прийнято Закон «Про медіа» 13 грудня 2022 року № 2849-IX [1]. У новому Законі серед іншого закріплено визначення поняття «медіа», «онлайн-медіа» та засади їх діяльності. Попри це, щодо окремих засобів поширення інформації постає чимало питань у визначенні правових засад їх діяльності та можливості визнання їх одним з наявних видів медіа. На сьогодні поряд з друкованими, онлайн-медіа, телебаченням та радіомовленням активними поширювачами інформації виступають блоги, соціальні мережі, телеграм-канали. Попри те, що аудиторія може охоплювати широке коло споживачів інформаційних продуктів, які поширюються через зазначені канали інформації, а її зміст та вплив на споживачів може бути вкрай негативним, на сьогодні не сформовано єдиних підходів щодо визнання їх медіа та, відповідно, поширення всіх вимог та обмежень, передбачених законодавством у зазначеній сфері. Визначення правових засад поширення інформації через телеграм-канали має важливе практичне значення також у сфері захисту авторських прав та



можливості застосування способів захисту і відповідальності, визначених у профільному законодавстві у випадку поширення об'єктів без дозволу правовласників.

Проведені наукові дослідження та опитування засвідчили зростання у використанні телеграм як джерела отримання інформації та зниження попиту на телебачення. Споживання інформації через соціальні мережі (включаючи Telegram) досягло 76 %, у той час як телебачення – лише 21 % [2]. У 2024 році лише 18,9% молоді віком 18–29 років та 21,1% віком 30–39 років отримують новини з телебачення. Найбільшою популярністю воно користується серед людей понад 50 років. Його обирають 51,2% українців віком від 50 до 59 років, 65,2% – від 60 до 69 років та 77,1% – віком від 70 років. Телебачення перевершує всі інші джерела новин лише серед українців понад 60 років. При цьому щодо соціальних мереж в Україні на першому місці рейтингу знаходиться Telegram (78,1%), далі йдуть YouTube (59,5%) та Facebook (44,6%). Трохи більше 42% респондентів читають новини у Viber, 29,6% – в Instagram, 26,8% – у TikTok, 7,8% – у X (Twitter). Лише 1,2% респондентів використовують інші соціальні мережі для отримання новинних оновлень [3].

Метою статті є визначення доктринальних та законодавчих підходів до регулювання інформаційних відносин у сфері діяльності онлайн-медіа та інших джерел поширення інформації.

Стан дослідження. У науковій праці А. Гаркот аналізує поняття «медіа» та проводить порівняння закріплених у законодавстві ознак з критеріями, закріпленими в Рекомендації Комітету Міністрів Ради Європи «Про нове визначення медіа» [4, с. 116–124].

У науковій статті Зеленко І.П. розкрито ознаки онлайн-медіа, які можна вивести, спираючись на законодавчі акти [5, с.108].

Дослідження В. Шевченко спрямоване на вивчення різноманітних маніпуляцій в онлайн-медіа та соціальних мережах, їх механізмів впливу та наслідків для суспільства. Зроблено висновок, що маніпулятивні матеріали використовують емоційний вплив та перекручення фактів для формування певних поглядів у суспільстві [6].

У статті Красноступ Г.М. досліджено питання правових аспектів саморегулювання у сфері медіа в Україні та його взаємозв'язку з правовими аспектами регулювання та спільного регулювання. Зосереджено увагу на ролі саморегулювання у забезпеченні діяльності суб'єктів у сфері медіа, проілюстровано різницю між поняттями саморегулюванням у сфері медіа та саморегулюванням у сфері журналістики [7, с. 33-42].

На рівні наукових досліджень розкриваються різні аспекти правового регулювання та саморегулювання діяльності сучасних медіа, визначаються їх ключові ознаки та відмінності. Разом з тим, питання співвідношення онлайн-медіа з іншими поширеними засобами поширення інформації потребують подальших ґрунтовних розробок.

Основні положення. Як свідчить статистика сучасні джерела поширення інформації, серед яких онлайн-медіа, користуються перевагою у споживачів порівняно з традиційними телебаченням та пресою. Разом з тим за результатами опитування, проведеного соціологічною групою «Рейтинг», соціальні мережі вважаються основним джерелом дезінформації (53%), далі йдуть месенджери (включаючи Telegram) (35%) та телебачення (32%) [8]. Така недовіра до окремих ресурсів поширення інформації через соціальні мережі та інформаційні ресурси, які не є офіційно засобами масової інформації, обумовлена перш за все відсутністю ефективних механізмів контролю за їх діяльністю та якістю інформаційних продуктів.

Для того, що б визначитись чи є можливим та доцільним поширювати вимоги законодавства про медіа на телеграм-канали, вайбер, соціальні мережі, в першу чергу слід визначити поняття та основні ознаки медіа.

Відповідно до Закону України «Про медіа» медіа (засоби масової інформації – далі ЗМІ) – це засіб поширення масової інформації у будь-якій формі, який періодично чи регулярно виходить у світ під редакційним контролем та постійною назвою як індивідуалізуючою ознакою.

Суттєвими рисами ЗМІ як суб'єктів правової комунікації є: публічність (необмежене, неперсоніфіковане коло споживачів); наявність спеціальних технічних засобів; непряма,



розділена в просторі та часі взаємодія комунікаційних партнерів; непостійний характер аудиторії; переважна односпрямованість впливу від комунікатора до реципієнта [9].

Онлайн-медіа – це один із видів медіа, якому відповідно до закону притаманні такі риси як 1) регулярність поширення інформації; 2) форми прояву інформації; 3) поширення інформації за допомогою мережи Інтернет; 4) наявність власного веб-сайту. Однією із ознак, що відрізняє онлайн – медіа від інших видів засобів масової інформації, яка не закріплена у законі, можна визначити гіперпосилання. У зв'язку із постійною зміною і розвитком інформаційного простору остаточне рішення щодо критеріїв онлайн-медіа приймає Національна рада з питань телебачення і радіомовлення [5, с.108].

Слід відзначити, що поряд з визначеннями медіа та онлайн-медіа в Законі також закріплено визначення платформи спільного доступу до інформації як сервісу, що забезпечує своїм користувачам за їхнім запитом можливість зберігання та поширення користувацької інформації для необмеженого кола осіб, якщо такі зберігання та поширення не є незначною та суто допоміжною функцією іншого сервісу та з об'єктивних і технічних причин не може використовуватися без такого сервісу. При цьому на рівні Закону не визначено, яка інформація є користувацькою, попри те є визначення користувача та користувацького відео. Якщо виходити з визначення користувача як фізичної або юридичної особи, яка використовує, отримує чи споживає медіа-сервіси для задоволення власних інформаційних потреб (без мети отримання прибутку чи ведення відповідної господарської діяльності), користувацька інформація характеризується тим, що створюється не професійним медіа-виробником. Враховуючи, що користувацька інформація розмежовується з масовою інформацією постає питання щодо визначення прав та обов'язків провайдерів платформ спільного доступу до інформації.

Загалом загальнодоступні (відкриті невизначеному колу читачів) інформаційні канали в месенджері «Telegram» у розумінні Закону «Про медіа» відповідають обов'язковим ознакам медіа, оскільки мають назву, редакційний контроль та періодично / регулярно поширюють масову інформацію невизначеному колу читачів. Однак Закон побудовано в такий спосіб, що основні права та обов'язки конкретного медіа визначаються, тільки якщо його можна зарахувати до однієї з категорій, передбачених цим Законом. Телеграм-канали є найбільшчими до категорії «онлайн-медіа», але вони не відповідають лише одній ознаці: поширення таким медіа інформації на власному веб-сайті [10].

З метою визначення правових засад діяльності провайдерів платформ спільного доступу до масової інформації розроблено проект Закону України «Про внесення змін до деяких законів України щодо регулювання діяльності платформ спільного доступу до інформації, через які поширюється масова інформація» № 11115 від 25 березня 2024 р. Як зазначено в Пояснювальній записці до законопроекту платформи спільного доступу до інформації не мають спеціального регулювання, їх провайдери не віднесені до суб'єктів у сфері медіа та не мають жодних обов'язків щодо захисту персональних даних, блокування незаконного контенту, системи комунікації з власниками сторінок/ каналів щодо поширення ними недостовірної інформації. Разом з тим за обсягом використання для отримання новин, платформа спільного доступу до інформації Telegram перевищує YouTube (як найбільш популярну платформу доступу до відео) в 4,5 рази – 72% проти 16% відповідно [11].

В Україні діє понад 33 тисячі активних телеграм-каналів із сумарною кількістю 282,6 млн підписників. При цьому Україна – на шостому місці у світовому списку за кількістю каналів з понад 1 мільйоном підписників. Таких в Україні – 13. Про це свідчать результати дослідження, проведеного українським сервісом Telemetry [12].

Така кількість користувачів телеграм каналів актуалізує питання щодо достовірності інформації, яка поширюється, її якості та потенційного впливу на споживачів інформаційних продуктів, що в свою чергу обумовлює важливість забезпечення можливості проведення перевірки та контролю.

Відповідно до проекту Закону запроваджуються вимоги щодо відкритої політики діяльності провайдерів платформ спільного доступу до масової інформації зокрема щодо:



розміщення умов користування сервісом платформи спільного доступу до інформації на такій платформі та ознайомлення з ними користувачів платформи; оприлюднення в доступному для користувачів місці безпосередньо на платформі спільного доступу до інформації та у всіх пов'язаних з платформою сервісах інформації про власні контактні дані, на які користувачі можуть відправляти скарги на поширювану через платформу масову інформацію, що суперечить законодавству України; повідомлення Національній раді контактних даних представника (ім'я, прізвище, або для юридичних осіб – найменування, а також поштова адреса, електронна адреса, номер контактного телефону) для здійснення комунікації негайно після надання відповідних повноважень, або реєстрації представництва чи юридичної особи; зобов'язання на вимогу Національної ради розкривати структуру власності, а також джерела фінансування та інші [11].

Запровадження механізмів контролю за поширенням інформації через платформи спільного доступу, в тому числі Telegram обумовлено тим, що в переважній більшості такі платформи мають багато спільних рис з медіа, зокрема: поширення масової інформації, широке охоплення користувачів, систематичність оновлення інформації. Разом з тим, на відміну від медіа, це відсутність контролю за якістю інформаційних продуктів, редакторського контролю, механізмів ефективного захисту прав та інтересів користувачів інформаційних продуктів та третіх сторін, чиї права можуть бути порушені внаслідок поширення інформації чи використання, наприклад, результатів творчої діяльності. Крім того, однією з відмінностей Telegram від онлайн-медіа, є те, що інформація в онлайн-медіа поширюється на веб-сайтах, тоді як Telegram офіційно веб-сайтом не визнається.

В цьому аспекті слід навести рішення по справі про захист авторських прав через поширений контент, який порушує права автора на твір у вигляді літературного твору (тексту) на: сторінці у соціальній мережі «Facebook», сторінці у соціальній мережі «Instagram» та Telegram-каналах. При дослідженні джерел поширення контенту було зроблено висновок, що з урахуванням положень ст. 1 ЗУ «Про авторське право і суміжні права» (в якій наведено визначення веб-сайту та веб-сторінки), Telegram-канал не є тим самим, що веб-сайт та веб-сторінка, крім того в технологічному розумінні він не підпадає під вказані поняття. Telegram це програма для обміну повідомленнями, і за своїми характеристиками не може вважатись ні веб-сайтом, ні веб-сторінкою. Telegram – це програма, яка являє собою багатоплатформовий месенджер, що надає опціональні наскрізні зашифровані чати та відео дзвінки, обмін файлами та інші функції. За своєю технологією месенджери схожі до електронної пошти, яка не є веб-сайтом і передає лише пакетні дані між абонентами [13].

Попри те, що Telegram-канал не має всіх істотних ознак онлайн-медіа, набути статус суб'єкта медіа можливо за умови добровільної реєстрації.

Національна рада України з питань телебачення та радіомовлення Серед реєстрантів онлайн-медіа з'явився перший телеграм-канал ГО «Від села до міста», що із с. Софіївської Борщагівки Київської області. Ця громадська організація, крім того, зареєструвала як друковане медіа однойменну газету [14].

Висновки. У сучасному українському інформаційному просторі Telegram поступово перетворився на поширене джерело новин та іншої інформації, значно випереджаючи як традиційні медіа, так і інші цифрові платформи.

Попри це, враховуючи законодавчі вимоги до заснування та діяльності онлайн-медіа, вони виступають джерелом більш перевірених матеріалів, натомість Telegram має більш широке охоплення аудиторії попри відсутність ефективних та дієвих механізмів контролю за достовірністю та якістю інформації.

Враховуючи вплив інформації, яка поширюється через телеграм-канали, та обсяг аудиторії, яка обирає його для отримання новин, важливого значення набуває забезпечення законодавчих шляхів перевірки та обмеження передання завідомо недостовірної інформації.



Список використаних джерел:

1. Про медіа: Закон України 13 грудня 2022 року № 2849-IX. <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text>
2. Apaar Bawa, Ugur Kursuncu, Dilshod Achilov , Valerie L. Shalin, Nitin Agarwal Esra Akbas Telegram as a Battlefield: Kremlin-Related Communications During the Russia-Ukraine Conflict. Proceedings of the Nineteenth International AAAI Conference on Web and Social Media (ICWSM 2025). P. 2361–2370. file:///C:/Users/galin/Downloads/35939-Article%20Text-40007-1-2-20250607%20(1).pdf
3. Медіаспоживання українців: третій рік повномасштабної війни. *Дослідження. Опора*. 2024. <https://www.oporaua.org/viyna/doslidzhennya-mediaspozhyvannya-ukrayinciv-tretyi-rik-povnomasshtabnoyi-viyni-25292>
4. Гаркот А. Онлайн-медіа: поняття та загальна характеристика. *Вісник Львівського університету. Серія юридична*. 2024. Випуск 78. С. 116–124.
5. Зеленко І.П. Особливості онлайн-медіа. *Наукові записки. Серія: Право*. 2023. № 14. С. 104–108.
6. Шевченко В. Різновиди маніпуляцій в онлайн-медіа і соцмережах. *Образ*. 2025. Vol. 1 (47). С. 6–18. [https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.1\(47\)-6-18](https://doi.org/10.21272/Obraz.2025.1(47)-6-18)
7. Красноступ Г.М. Саморегулювання у сфері медіа: правові аспекти. *Інформація і право*. 2024. № 2(49). С. 33–42.
8. Краєвська Т. Telegram став основним джерелом інформації для українців: як щодо дезінформації. 28 жовтня 2024. <https://unn.ua/en/news/telegram-has-become-the-main-source-of-information-for-ukrainians-what-about-disinformation>
9. Макеєва О.М. Засоби масової інформації як суб'єкти правової комунікації. *Юридичний вісник*. 2019. № 1 (50). С. 30–36.
10. Зеленчук В. Телеграм-канали: чи варто реєструватися як медіа? *Інститу масової інформації*. 2023. <https://imi.org.ua/monitorings/telegram-kanaly-chy-var-to-reyestrivatysya-yak-media-i55704>
11. Проект Закону про внесення змін до деяких законів України щодо регулювання діяльності платформ спільного доступу до інформації, через які поширюється масова інформація № 11115 від 25.03.2024 р. <https://itd.rada.gov.ua/billinfo/Bills/Card/43884>
12. Поліковська Ю. Україні на шостому місці у світі за кількістю телеграм-каналів, *Telemetrio. MediaSapiens*. 19.12.2023. <https://ms.detector.media/sotsmerezhi/post/33786/2023-12-19-ukraina-na-shostomu-mists-i-u-sviti-za-kilkistyu-telegram-kanaliv-z-ponad-milyonom-pidpysnykiv-telemetrio/>
13. Постанова Київського апеляційного суду від 07 листопада 2023 року. Справа № 759/8347/2. <https://reyestr.court.gov.ua/Review/115075175>
14. Реєстрація першого телеграм-каналу і затвердження переліку сервісів держави-агресора – про рішення Національної ради від 6 липня. Національна рада з питань телебачення і радіомовлення. 06.07.2023. <https://webportal.nrada.gov.ua/reystratsiya-pershogo-telegram-kanalu-i-zatverdzhennya-pereliku-servisiv-derzhavy-agresora-pro-rishennya-natsionalnoyi-rady-vid-6-lypnya/>

Дата першого надходження рукопису до видання: 25.07.2025

Дата прийнятого до друку рукопису після рецензування: 18.08.2025

Дата публікації: 26.09.2025

