

АДМІНІСТРАТИВНЕ ПРАВО І ПРОЦЕС; ФІНАНСОВЕ ПРАВО; ІНФОРМАЦІЙНЕ ПРАВО

УДК 342.7

DOI <https://doi.org/10.32782/TNU-2707-0581/2026.4/15>

Гаркот А. І.

<https://orcid.org/0009-0006-7316-7348>

Львівський національний університет імені Івана Франка

ОСОБЛИВОСТІ ПРАВОВОГО СТАТУСУ ЗАРЕЄСТРОВАНИХ ТА НЕЗАРЕЄСТРОВАНИХ СУБ'ЄКТІВ У СФЕРІ ОНЛАЙН-МЕДІА

У статті досліджено відмінності у правовому статусі зареєстрованих та незареєстрованих суб'єктів у сфері онлайн-медіа. Окреслено значення добровільної реєстрації суб'єкта у сфері онлайн-медіа за Законом України «Про медіа» та обґрунтовано, що така реєстрація не є обов'язковою передумовою здійснення діяльності у сфері онлайн-медіа, однак істотно впливає на практичний обсяг правових можливостей відповідного суб'єкта. Вказано, що ключовим критерієм належності особи до суб'єктів у сфері онлайн-медіа є здійснення редакційного контролю щодо створення, добору, організації та поширення масової інформації, що загалом узгоджується з європейською логікою визначення медіа через критерій редакційної відповідальності.

Проаналізовано проблему правової визначеності статусу незареєстрованих суб'єктів у сфері онлайн-медіа, зокрема щодо моменту фактичного набуття та припинення такого статусу. Окреслено відмінності у застосуванні заходів реагування до зареєстрованих і незареєстрованих суб'єктів у сфері онлайн-медіа, а також значення реєстрації для участі у механізмах спільного регулювання, підтвердження статусу журналістів, проходження акредитації, отримання державної підтримки та доступу до окремих видів рекламної діяльності.

Зроблено висновок, що чинне медіа-законодавство України фактично передбачає дві паралельні моделі існування суб'єктів у сфері онлайн-медіа: зареєстровану та незареєстровану. Водночас подальше вдосконалення правового регулювання потребує конкретизації критеріїв віднесення осіб до суб'єктів у сфері онлайн-медіа з метою забезпечення правової визначеності, передбачуваності правозастосування та недопущення формального набуття статусу суб'єкта у сфері онлайн-медіа без реальної спрямованості на медійну діяльність.

Ключові слова: онлайн-медіа, суб'єкт у сфері онлайн-медіа, редакційний контроль, медіа-законодавство, Інтернет, інформація, цифрове середовище.

Постановка проблеми. Реформа медіа-законодавства України, завершена прийняттям Закону України «Про медіа» від 13 грудня 2022 року № 2849-IX (далі – Закон), істотно змінила підхід до нормативного регулювання всієї медіасфери. На рівні закону вперше онлайн-медіа було виокремлено як окрему категорію медіа, що дало змогу не лише поширити на них загальні принципи регулювання діяльності медіа, а й встановити спеціальні правила, зумовлені особливостями поширення інформації саме в мережі

Інтернет. Однією з таких особливостей є добровільний характер реєстрації для суб'єктів у сфері онлайн-медіа, який фактично означає, що набуття статусу зареєстрованого суб'єкта не є загальною передумовою здійснення його діяльності, але впливає на правовий статус, порядок взаємодії з регулятором та механізми юридичної відповідальності. Фактично, такий підхід призводить до існування двох паралельних режимів діяльності суб'єктів у сфері онлайн-медіа: зареєстрованих і незареєстрованих [4].



Актуальність дослідження зумовлена необхідністю виокремлення основних відмінностей у правовому статусі зареєстрованих і незареєстрованих суб'єктів у сфері онлайн-медіа на тлі зростання ролі онлайн-медіа у структурі медіаспоживання в Україні.

Аналіз останніх досліджень і публікацій.

Стан наукового опрацювання цієї проблеми перебуває на початковому етапі. Через новизну законодавчого регулювання порівняльний правовий статус зареєстрованих і незареєстрованих суб'єктів у сфері онлайн-медіа досі не був предметом комплексного дослідження. Водночас окремі аспекти правового регулювання діяльності суб'єктів у сфері онлайн-медіа висвітлено у працях таких учених, як М. М. Войнарівський, І. П. Зеленко, В. Троцька, Т. А. Трачук, М. Ю. Андрющенко.

Постановка завдання. Метою цієї статті є окреслення основних відмінностей між зареєстрованими та незареєстрованими суб'єктами у сфері онлайн-медіа як бази для подальшого аналізу ефективності відповідного законодавчого підходу та можливих напрямів удосконалення правового регулювання. Досягнення цієї мети передбачає з'ясування правового значення добровільної реєстрації суб'єктів у сфері онлайн-медіа, визначення її впливу на реалізацію професійних гарантій журналістської діяльності, на участь у спільному регулюванні, на особливості відповідальності та доступ до окремих спеціальних можливостей, передбачених законодавством.

Виклад основного матеріалу. Першим аспектом, який необхідно врахувати під час порівняння правового статусу зареєстрованих і незареєстрованих суб'єктів у сфері онлайн-медіа, є те, що реєстрація не є обов'язковою умовою функціонування як суб'єкта у сфері онлайн-медіа. Закон визначає суб'єкта у сфері онлайн-медіа не через факт внесення відомостей про нього до відповідного реєстру, а через характер його діяльності. Відповідно до частини першої статті 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 [4]. Отже, первинною ознакою такого суб'єкта є саме редакційний контроль, а не формальна реєстрація такого суб'єкта Національною радою. Цей висновок додатково підтверджується положеннями статті 63 Закону, за якими суб'єкти у сфері онлайн-медіа можуть зареєструватися добровільно [4].

Такий підхід загалом узгоджується з європейською логікою визначення медіа через кри-

терій редакційної відповідальності. У Директиві 2010/13/ЄС про аудіовізуальні медіапослуги зазначено, що поняття редакційної відповідальності є основним для визначення ролі постачальника медіапослуги. У цьому ж акті редакційна відповідальність розуміється як здійснення ефективного контролю над добром програм та їх організацією [2]. Подібний підхід закріплено і в Регламенті ЄС 2024/1083 про європейську свободу медіа, який визначає постачальника медіапослуги як особу, що має редакційну відповідальність за вибір контенту медіапослуги та визначає спосіб його організації [8]. Відтак в українському та європейському підходах ключовим є не формальна процедура реєстрації, а наявність реального контролю над змістом, добром та організацією інформації.

У цьому сенсі реєстрація суб'єкта у сфері онлайн-медіа виконує не правоустановчу, а правопідтверджувальну та інформаційну функцію. Вона дозволяє фізичній або юридичній особі офіційно ідентифікувати себе як суб'єкта у сфері онлайн-медіа, зафіксувати власне правове становище та діяти у більш передбачуваному режимі взаємодії з регулятором, іншими суб'єктами та державою.

Водночас добровільність реєстрації зумовлює певну невизначеність правового становища незареєстрованих суб'єктів. Такий суб'єкт може фактично відповідати ознакам онлайн-медіа внаслідок самої діяльності: регулярного поширення масової інформації в мережі Інтернет, наявності постійної назви та здійснення редакційного контролю. Однак за відсутності формального запису до Реєстру суб'єктів у сфері медіа (далі – Реєстр) він не завжди може однозначно визначити, чи поширюються на нього вимоги медіа-законодавства та чи може його діяльність бути оцінена саме як діяльність суб'єкта у сфері онлайн-медіа.

Ця проблема посилюється тим, що Закон поширює свою дію також на суб'єктів у сфері онлайн-медіа, які не були зареєстровані у встановленому порядку. При цьому питання про те, чи є особа, яка поширює інформацію з використанням мережі Інтернет, суб'єктом у сфері онлайн-медіа, має вирішуватися Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення із застосуванням критеріїв, встановлених органом спільного регулювання. Отже, у випадку незареєстрованих суб'єктів у сфері онлайн-медіа правовий статус має оціночний характер: він не є наперед публічно зафіксованим, а визначається через аналіз фактичних ознак діяльності конкретного суб'єкта [4].

Особливо проблемним у зв'язку з цим є питання моменту набуття та припинення такого статусу. Якщо для зареєстрованого суб'єкта існує чітка юридична прив'язка до моменту внесення відомостей до Реєстру та скасування реєстрації, то для незареєстрованого суб'єкта у сфері онлайн-медіа такої формальної межі немає. Наприклад, якщо вебсайт протягом певного часу регулярно поширював масову інформацію, а згодом припинив оновлення або змінив характер діяльності, дискусійним залишається питання, з якого саме моменту відповідна особа перестає вважатися суб'єктом у сфері онлайн-медіа. Так само у разі відновлення активної інформаційної діяльності не завжди очевидним є момент, з якого до такого суб'єкта знову мають застосовуватися спеціальні вимоги медіа-законодавства.

Саме тому одна з ключових відмінностей між зареєстрованими та незареєстрованими суб'єктами у сфері онлайн-медіа полягає у різному рівні правової визначеності. Зареєстрований суб'єкт перебуває у більш прогнозованому правовому режимі, тоді як незареєстрований суб'єкт може фактично відповідати ознакам онлайн-медіа, але не усвідомлювати цього або помилково вважати, що відсутність реєстрації автоматично виводить його діяльність за межі спеціального медіа-регулювання.

У цьому контексті добровільна реєстрація має значення не лише як спосіб отримання додаткових правових можливостей, а й як інструмент забезпечення правової визначеності. Вона дозволяє суб'єкту офіційно зафіксувати власний правовий статус, чіткіше розуміти межі своїх прав та обов'язків і зменшити ризик неоднозначної оцінки своєї діяльності.

Однією з ключових відмінностей у правовому статусі зареєстрованих і незареєстрованих суб'єктів у сфері онлайн-медіа є відповідальність за порушення медіа-законодавства. Як зазначає М. М. Войнарівський, Закон сформував зведений перелік засобів реагування на правопорушення у сфері медіа замість їх розпорошення у попередніх профільних законах. До таких заходів належать, зокрема, припис, штраф, скасування реєстрації, тимчасова заборона поширення онлайн-медіа та заборона поширення онлайн-медіа. При цьому автор обґрунтовано звертає увагу, що поняття «заходи реагування» охоплює різні за правовою природою механізми: припис має превентивно-відновлювальний характер, тоді як інші заходи можуть розглядатися як адміністративно-господарські санкції, оскільки мають майновий або

організаційно-обмежувальний вплив на суб'єкта [1, с. 18].

У межах цієї системи Закон поділяє порушення онлайн-медіа на незначні, значні та грубі. Для зареєстрованих і незареєстрованих суб'єктів наслідки таких порушень не є тотожними. Зокрема, щодо незначних порушень штраф для зареєстрованого суб'єкта у сфері онлайн-медіа може застосовуватися у разі вчинення протягом одного місяця п'яти незначних порушень, за які були винесені приписи і вимоги яких не були виконані. Для незареєстрованого суб'єкта поріг є нижчим – три і більше незначні порушення окремих видів [4].

Більш істотна відмінність проявляється щодо значних порушень. Якщо до зареєстрованого онлайн-медіа протягом одного місяця було застосовано п'ять штрафів за значні порушення, можливим наслідком є скасування його реєстрації. Для незареєстрованого суб'єкта такий захід не може застосовуватися, тому Закон передбачає тимчасову заборону поширення онлайн-медіа строком на чотирнадцять календарних днів. Отже, у першому випадку санкція спрямована на втрату формалізованого статусу, а в другому – на безпосереднє обмеження поширення відповідного онлайн-медіа [4].

Для зареєстрованого суб'єкта заборона поширення онлайн-медіа за рішенням суду можлива у разі четвертого грубого порушення протягом одного місяця, тоді як для незареєстрованого суб'єкта такий наслідок може наставати вже у разі третього грубого порушення за той самий період. Це свідчить, що відсутність реєстрації не звільняє від спеціальної відповідальності у сфері медіа, а в окремих випадках навіть зумовлює суворіший режим реагування.

Окрім цього, Закон регулює ситуацію, коли особу незареєстрованого суб'єкта у сфері онлайн-медіа неможливо встановити. У такому випадку регулятор намагається повідомити суб'єкту про наявність у його діях порушень відповідними приписами, за невиконання яких Національна рада може прийняти рішення про заборону поширення такого онлайн-медіа [4].

З метою стимулювання добровільної реєстрації Закон фактично встановлює для зареєстрованого суб'єкта у сфері онлайн-медіа більш сприятливий режим реагування на допущені ним порушення медіа-законодавства з боку Національної ради. Такий підхід сприяє формуванню офіційного каналу комунікації між суб'єктом у сфері онлайн-медіа та регулятором, а також дозволяє у більшості випадків реагувати на порушення шляхом

застосування приписів або штрафів, не вдаючись до найсуворішого заходу реагування – заборони поширення онлайн-медіа.

Ще однією відмінністю у правовому статусі зареєстрованих і незареєстрованих суб'єктів у сфері онлайн-медіа є можливість участі у механізмах спільного регулювання. Закон передбачає, що членом органу спільного регулювання у певній сфері медіа може бути ліцензіат, реєстрант або об'єднання підприємств – суб'єктів у відповідній сфері медіа [4]. Відповідно, саме зареєстровані онлайн-медіа мають можливість долучатися до роботи органу спільного регулювання у сфері онлайн-медіа, тоді як незареєстровані суб'єкти такої інституційної участі не мають.

Практичне значення цієї участі полягає в першу чергу у можливості впливати на формування спільних правил регулювання діяльності онлайн-медіа. Зокрема, до повноважень органу спільного регулювання належить ухвалення рішень про встановлення критеріїв віднесення осіб до суб'єктів у сфері онлайн-медіа, затвердження кодексів і правил створення та поширення інформації, а також забезпечення механізму надання висновків щодо відповідності поширеної інформації таким кодексам і правилам у випадках, коли Національна рада виявляє ознаки можливого порушення. Це має особливе значення саме для онлайн-медіа, оскільки такі критерії та правила можуть впливати не лише на визначення меж статусу суб'єкта у сфері онлайн-медіа, а й на оцінку його поведінки у конкретних правозастосовних ситуаціях.

Крім того, питання, що перебуває на розгляді Національної ради, може бути передане на експертизу органу спільного регулювання до ухвалення остаточного рішення. Суб'єкт у сфері медіа має право ініціювати таку передачу, якщо питання стосується можливого порушення ним вимог законодавства щодо змісту поширеної інформації та за умови, що він підписав відповідний кодекс або правила. Хоча висновок експертної колегії має рекомендаційний характер, Національна рада повинна врахувати його при прийнятті рішення або відхилити з наведенням причин. Отже, участь у спільному регулюванні надає зареєстрованим суб'єктам онлайн-медіа не лише доступ до формування загальних правил, а й додатковий інструмент участі у практичному застосуванні цих правил.

Інша практична відмінність між зареєстрованими та незареєстрованими суб'єктами у сфері онлайн-медіа проявляється у сфері підтвердження

статусу журналіста та реалізації гарантій журналістської діяльності. Відповідно до Закону України «Про інформацію» журналіст має низку спеціальних професійних гарантій, зокрема право здійснювати записи із застосуванням необхідних технічних засобів, відвідувати відкриті заходи суб'єктів владних повноважень, не розкривати джерело інформації та користуватися іншими гарантіями, передбаченими законом [3]. Водночас ці гарантії пов'язані не лише з формальним існуванням документа, що посвідчує статус журналіста, а насамперед із фактичним здійсненням професійної журналістської діяльності.

У цьому контексті показовою є позиція Верховного Суду, викладена у постанові Касаційного кримінального суду від 19 серпня 2020 року у справі № 214/4970/18. Аналізуючи поняття журналіста для цілей кримінально-правового захисту, Суд зазначив, що визначення, наведене у примітці до статті 345-1 КК України, є ширшим, ніж визначення у спеціальному законодавстві про державну підтримку медіа та соціальний захист журналістів. Верховний Суд наголосив, що в основу такого поняття покладено функціональний аспект професії журналіста, тобто статус журналіста пов'язується саме з відповідною діяльністю [7].

Такий підхід дозволяє зробити висновок, що відсутність реєстрації онлайн-медіа не повинна автоматично ототожнюватися з відсутністю журналістської діяльності або неможливістю захисту особи, яка фактично виконує журналістські функції. Водночас реєстрація суб'єкта у сфері онлайн-медіа має важливе практичне значення, оскільки спрощує зовнішнє підтвердження зв'язку журналіста з відповідним суб'єктом у сфері медіа. Зареєстрований суб'єкт може видати документ, у якому зазначаються його найменування, вид медіа та ідентифікатор у Реєстрі, що полегшує доведення професійної належності журналіста у відносинах із третіми особами, органами державної влади та іншими суб'єктами.

Окремо це проявляється у процедурі акредитації журналістів. Закон України «Про інформацію» передбачає, що акредитація здійснюється з метою створення сприятливих умов для професійної діяльності журналістів, а її відсутність не може бути підставою для відмови у допуску журналіста на відкриті заходи суб'єкта владних повноважень. Водночас подання суб'єкта у сфері медіа для акредитації має містити, зокрема, повне найменування, вид медіа та його ідентифікатор у Реєстрі [3]. Отже, зареєстрований суб'єкт у сфері онлайн-медіа має більш зручний і формалізований меха-

нізм підтвердження статусу своїх журналістів та можливість їх акредитації.

Таким чином, різниця полягає не в повній відсутності професійних гарантій у журналістів незареєстрованих суб'єктів у сфері онлайн-медіа, а в тому, що реєстрація забезпечує значно простіший механізм для їх реалізації та захисту. Такий підхід є виправданим, оскільки відповідні гарантії не можуть поширюватися на необмежену кількість осіб, які в конкретний момент часу здійснюють пошук інформації чи інші, близькі до журналістських функцій, а спрямовані саме на осіб, для яких журналістська діяльність є основною, професійною. Треті особи, наприклад державні органи при здійсненні ними акредитації, не можуть самостійно визначити, чи представляє певна особа незареєстрований суб'єкт у сфері онлайн-медіа та чи має її діяльність професійний журналістський характер. Тому реєстрація суб'єкта у сфері онлайн-медіа у цій ситуації виступає інструментом підтвердження професійного характеру діяльності осіб, які його представляють.

Зареєстрований статус для суб'єкта у сфері онлайн-медіа може створювати й інші практичні переваги, які виходять за межі простішого підтвердження статусу журналістів чи участі у спільному регулюванні. Зокрема, Закон прямо передбачає, що органи державної влади та органи місцевого самоврядування мають право надавати державні гранти й інші види державної підтримки, а також замовляти роботи та послуги виключно у зареєстрованих медіа [4]. Крім того, на практиці зареєстрований статус може сприяти участі в окремих грантових програмах міжнародних організацій, оскільки спрощує ідентифікацію суб'єкта як медіа та підтвердження характеру його діяльності.

Такий підхід забезпечує більшу прозорість використання державних коштів, обмежуючи можливість отримання грантів чи державних замовлень суб'єктами, відповідність яких статусу суб'єкта у сфері онлайн-медіа перевірено Національною радою. Водночас для зареєстрованих суб'єктів можливість отримання грантової або іншої інституційної підтримки створює додаткові джерела фінансування. У цьому аспекті реєстрація може опосередковано сприяти зміцненню редакційної незалежності, оскільки розширює коло легальних і прозорих механізмів фінансування діяльності суб'єкта у сфері онлайн-медіа, що зменшує залежність редакції від окремих приватних спонсорів, рекламодавців чи інших зацікавлених осіб.

Однією з найбільш помітних переваг зареєстрованого статусу стало отримання доступу до розміщення реклами азартних ігор. В оновленій редакції стаття 22-1 Закону України «Про рекламу» встановлює загальну заборону реклами азартних ігор, однак передбачає винятки, серед яких прямо названо розміщення такої реклами у зареєстрованих відповідно до Закону України «Про медіа» онлайн-медіа, призначених для осіб старше 21 року. Відповідно, незареєстрований суб'єкт, навіть якщо він фактично відповідає ознакам онлайн-медіа, не може законно здійснювати таку рекламу [5].

Така зміна мала на меті обмежити безконтрольне поширення реклами азартних ігор у мережі Інтернет, сконцентрувавши її саме в онлайн-медіа, спрямованих на дорослу аудиторію, а процедура реєстрації була необхідною, щоб забезпечити можливість ідентифікації відповідного суб'єкта та перевірки його реальної належності до сфери онлайн-медіа. Водночас такі зміни фактично стали викликом для Національної ради, оскільки кількість суб'єктів, що виявили бажання зареєструватися як суб'єкти у сфері онлайн-медіа, помітно збільшилася, а серед заявників з'явилися також особи, зокрема блогери чи інфлюенсери, зацікавлені не стільки у професійній діяльності як онлайн-медіа, скільки в отриманні доступу до комерційно привабливої реклами азартних ігор [6]. Як зазначає О. М. Цапок, у вітчизняному законодавстві відсутнє чітке правове визначення поняття «блогер», однак таким особам дозволено реєструвати власні облікові записи як медіа; при цьому блогери й інфлюенсери є привабливими суб'єктами для рекламної співпраці з огляду на довіру аудиторії та вплив на її споживчий вибір [9, с. 189]. Це ще раз підкреслює потребу у чітких критеріях віднесення осіб до суб'єктів у сфері онлайн-медіа, оскільки за їх відсутності ускладнюється як діяльність Національної ради щодо оцінки заявників, так і становище самих суб'єктів, які не завжди можуть належно визначити, чи відповідає їхня діяльність ознакам онлайн-медіа.

Висновки. Отже, чинне медіа-законодавство України фактично передбачає дві паралельні моделі існування суб'єктів у сфері онлайн-медіа: зареєстровану та незареєстровану. Відсутність реєстрації не означає автоматичної відсутності статусу онлайн-медіа, якщо відповідна особа фактично здійснює діяльність, що має ознаки онлайн-медіа, насамперед редакційний контроль щодо створення, добору, організації та поширення масової інформації в мережі Інтернет.

Водночас реєстрація істотно змінює практичний зміст правового статусу такого суб'єкта, оскільки забезпечує більшу правову визначеність, спрощує підтвердження статусу журналістів, відкриває доступ до участі у спільному регулюванні, впливає на режим відповідальності та надає окремі додаткові можливості, зокрема у сфері державної підтримки й рекламної діяльності.

Водночас сучасний стан правового регулювання залишає низку дискусійних питань. Насамперед йдеться про недостатню визначеність фактичного моменту набуття та припинення статусу незареєстрованого суб'єкта у сфері онлайн-медіа. Якщо до зареєстрованого суб'єкта у сфері онлайн-медіа відповідні межі пов'язані з внесенням відомостей до Реєстру та скасуванням реєстрації, то для незареєстрованих суб'єктів у сфері онлайн-медіа такі часові рамки залишаються оціночними. Це може створювати ситуації, коли особа не усвідомлює, що її діяльність уже підпадає під вимоги медіа-законодавства, або навпаки – незрозуміло, з якого моменту після припинення чи

зміни характеру діяльності вона перестає вважатися суб'єктом у сфері онлайн-медіа. Відповідно, подальше доопрацювання критеріїв віднесення осіб до суб'єктів у сфері онлайн-медіа є необхідним для забезпечення правової визначеності та передбачуваності правозастосування.

Загальна логіка розвитку правового регулювання свідчить про тенденцію до поступового розширення практичних переваг для зареєстрованих суб'єктів у сфері онлайн-медіа. Такий підхід може розглядатися як спосіб стимулювання добровільної реєстрації, підвищення прозорості медіаринку та спрощення правозастосовної діяльності Національної ради. Водночас розширення таких переваг має супроводжуватися чіткими й недискримінаційними критеріями віднесення осіб до суб'єктів у сфері онлайн-медіа, щоб реєстрація залишалася інструментом правової визначеності та професіоналізації медіасфери, а не механізмом штучного набуття вигідного для здійснення рекламної діяльності статусу без реальної спрямованості на діяльність як суб'єкта у сфері онлайн-медіа.

Список літератури:

1. Войнарівський М. М. Застосування адміністративно-господарських санкцій у сфері медіа. *Наукові праці Національного університету «Одеська юридична академія»*. 2025. DOI: <https://naukovipraci.nuoua.od.ua/arhiv/tom36/5.pdf>
2. Директива 2010/13/ЄС Європейського Парламенту та Ради від 10 березня 2010 року про координацію окремих положень, установлених законами, підзаконними актами чи адміністративними діями держав-членів щодо надання аудіовізуальних медіапослуг. URL: <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32010L0013> (дата звернення: 07.07.2026).
3. Закон України «Про інформацію» від 02.10.1992 № 2657-XII. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2657-12> (дата звернення: 07.07.2026).
4. Закон України «Про медіа» від 13.12.2022 № 2849-IX. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/2849-20#Text> (дата звернення: 07.07.2026).
5. Закон України «Про рекламу» від 03.07.1996 № 270/96-ВР. URL: <https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/270/96-%D0%B2%D1%80#Text> (дата звернення: 07.07.2026).
6. Позиція Національної ради щодо питань реєстрації онлайн-медіа спортивної тематики. Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення: сайт. URL: <https://webportal.nrada.gov.ua/pozytsiya-natsionalnoyi-rady-shhodo-pytan-reyestratsiyi-onlajn-media-sportyvnoyi-tematyky/> (дата звернення: 07.07.2026).
7. Постанова Верховного Суду у складі Касаційного кримінального суду від 19.08.2020 у справі № 214/4970/18, провадження № 51-5467км19. Єдиний державний реєстр судових рішень : сайт. URL: <https://reyestr.court.gov.ua/Review/91089431> (дата звернення: 07.07.2026).
8. Регламент ЄС 2024/1083 Європейського Парламенту та Ради від 11 квітня 2024 року про створення спільної рамки для медіапослуг на внутрішньому ринку та внесення змін до Директиви 2010/13/ЄС. URL: <https://eur-lex.europa.eu/eli/reg/2024/1083/oj/eng> (дата звернення: 07.07.2026).
9. Цапок О. М. Правові норми та відповідальність за розміщення блогерами реклами на платформах спільного доступу. *Вчені записки ТНУ імені В. І. Вернадського. Серія: Філологія. Журналістика*. 2025. Т. 36 (75). № 6. Ч. 2. DOI: https://philol.vernadskyjournals.in.ua/journals/2025/6_2025/part_2/30.pdf

Harkot A. I. SPECIFIC FEATURES OF THE LEGAL STATUS OF REGISTERED AND UNREGISTERED ENTITIES IN THE FIELD OF ONLINE MEDIA

The article examines the differences in the legal status of registered and unregistered entities in the field of online media. The significance of voluntary registration of an entity in the field of online media under the Law of Ukraine “On Media” is outlined, and it is substantiated that such registration is not a mandatory prerequisite for carrying out activities in the field of online media, but it significantly affects the practical scope of legal opportunities available to the relevant entity. It is indicated that the key criterion for attributing a person to entities in the field of online media is the exercise of editorial control over the creation, selection, organization and dissemination of mass information, which generally corresponds to the European approach to defining media through the criterion of editorial responsibility.

The article analyzes the problem of legal certainty of the status of unregistered entities in the field of online media, in particular regarding the moment of actual acquisition and termination of such status. The differences in the application of response measures to registered and unregistered entities in the field of online media are outlined, as well as the significance of registration for participation in co-regulation mechanisms, confirmation of journalists’ status, accreditation, obtaining state support and access to certain types of advertising activity.

It is concluded that the current media legislation of Ukraine effectively provides for two parallel models of existence of entities in the field of online media: registered and unregistered. At the same time, further improvement of legal regulation requires specification of the criteria for attributing persons to entities in the field of online media in order to ensure legal certainty, predictability of law enforcement and prevent the formal acquisition of the status of an entity in the field of online media without a real focus on media activity.

Keywords: online media, entity in the field of online media, registered entity in the field of online media, unregistered entity in the field of online media, editorial control, co-regulation, media legislation.

Дата першого надходження статті до видання: 14.07.2026

Дата прийняття статті до друку після рецензування: 27.07.2026

Дата публікації (оприлюднення) статті: 10.09.2026