

УДК 07:336-044.372(477)"364"(045)  
DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2023.29.300640>

## **ПРОБЛЕМАТИКА ФІНАНСУВАННЯ ЗМІ ПІД ЧАС ВОЄННОГО СТАНУ ТА ШЛЯХИ ЇЇ ВИРІШЕННЯ**

***Вікторія Мірошниченко,***

к. е. н., доцент кафедри нових медіа та медіадизайну  
факультету журналістики, реклами та видавничої справи  
Одеського національного університету імені І. І. Мечникова,  
e-mail: viki.mir1005@gmail.com

Стаття присвячена висвітленню проблематики фінансування медійної галузі під час криз та війн. Вивченню питання, з якими основними труднощами зустрілися Українські засоби масової інформації, після початку повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України. Аналізу фінансових інструментів, які використовуються для виживання та розвитку ЗМІ.

Ключові слова: фінансування засобів масової інформації, воєнні конфлікти, фінансова криза, грантова підтримка, рекламний бюджет, державне фінансування, пільгове кредитування, незалежні ЗМІ, відбудова України.

**Актуальність дослідження. Постановка проблеми та її зв'язок із науковими і практичними завданнями.**

Усі ми розуміємо, що засоби масової інформації є не тільки джерелом інформаційного простору, а й однією з галузей економіки держави. Тому ми, перегорнувши сторінку другого року повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України, не можемо не торкнутися питання: з якими ж фінансовими труднощами зіткнулися наші ЗМІ під час війни, як вони їх долають і які є можливі джерела фінансування зараз, тобто зазирнути в довічне питання, де брати кошти і як вижити медійним підприємствам під час кризи?

**Мета дослідження.**

Метою статті є окреслити проблему фінансування засобів масової інформації під час війни та шляхи вирішення її, які використовуються українськими медіа в повсякденні. Для досягнення даної мети необхідно розглянути зміни у грантовій підтримці засобів масової інформації, проаналізувати підтримку волонтерськими «донатами», розглянути можливість договорів з місцевою владою на висвітлення інформації, як джерело фінансування, розглянути потенційні можливості оплати контенту, проаналізувати Державну підтримку Українських ЗМІ та інше.

### **Аналіз останніх досліджень і публікацій.**

Проблема фінансування ЗМІ під час повномасштабного вторгнення Російської Федерації на територію України, на жаль, ще не знайшла достатнього відображення у наукових дослідженнях. Проте у зв'язку з надзвичайною актуальністю цієї проблеми зверталися передусім власне журналісти, піднімаючи її на журналістських форумах та у своїх матеріалах. Наприклад, на форумі «Сила регіональних медіа», який проводив центр практичної освіти «Накипіло» в листопаді 2023 року, одним з ключових питань була тема: «Як шукати гроші для медіа». Дискусія на цю ж тему відбулася під час конференції, організованої Національним фондом на підтримку демократії (NED), ще в жовтні 2022 року, під гаслом «Зі стійкості до відновлення». Участь у фасилітації брали представники українських ЗМІ: Ольга Руденко (Kyiv Independent), Світлана Остапа (Детектор. Медіа, голова Наглядової ради Суспільного) та Сергій Сидоренко (Європейська Правда) з промовою про фінансування українських медіа [3].

Та й зазирнувши в приклади дослідження відомими науковцями і журналістами питання фінансування засобів масової інформації під час криз та воєн, не можна не звернути увагу на роботи Тіма Вайнера (Tim Weiner) – американського журналіста, автора книги який часто в своїх книгах і інтерв'ю звертає увагу на важливість фінансування незалежних медіа, особливо під час конфліктів та воєн [1]. Емі Гутман (Amy Goodman), американська журналістка та демократична активістка, одна з лідерок групи президентів науково-дослідних університетів у всьому світі, які консультують Генерального секретаря ООН з низки глобальних проблем, включаючи академічну свободу, масову міграцію, міжнародний розвиток та соціальну відповідальність університетів. Яка стала відомою завдяки своєму програмі «Democracy Now!» [2]. Велика кількість українських вчених присвячували свої праці розгляду механізмів подолання кризових явищ в медіа індустрії під час воєн, революцій, пандемій.

### **Виклад основного матеріалу дослідження.**

На жаль, виживати ЗМІ, особливо регіональним, ще до повномасштабного вторгнення РФ було й так нелегко, з різних причин: це й труднощі з фінансуванням, незначний регіональний рекламний ринок, проблеми з кадрами тощо. Війна стала періодом значних випробувань для журналістики, бо після 24 лютого 2022р. багато з медійних підприємств і зовсім опинилися на межі існування. І не тільки з причини того, що вони опинилися в зоні бойових дій або окупації, але й з причини відсутності коштів та порушенню ланцюгів фінансування. «Фінанси є ключовою потребою українських локальних медіа в умовах повномасштабної війни» [4]. Методом проведення особистих інтерв'ю експерти Львівського медіафоруму [4,5] опитали представників 61 українських локальних редакцій. З них 53 виокремили потребу забезпечити фінансову стабільність.

Більш розгорнуте дослідження було проведене наприкінці 2023 року медіа експертом співзасновником видавництва «Човен», координатором Центру комунікаційних досліджень і аналітики Networks, експертом проектів ОБСЄ в Україні Ігорем

Балинським та аналітиком медіа, координатором моніторингових проєктів Центру комунікаційних досліджень і аналітики Networks Зоєю Красовською, яке показало наступні результати.

1. 75% редакцій вказують на вже наявну потребу у додатковому фінансуванні. 25% зазначають, що наразі не мають гострої потреби у фінансовій підтримці, оскільки на цей час їх підтримують засновники, донори чи меценати.
2. 39% опитаних редакцій озвучували бажану фінансову підтримку в діапазоні 30–60 тисяч гривень на місяць, 32% говорили про потребу у фінансовій підтримці у розмірі 70–100 тисяч гривень на місяць, 20% озвучували суми від понад 100 до 200 тисяч гривень, 21% редакцій не звертались за грантовою підтримкою (як і до повномасштабного вторгнення), але виявляють інтерес до такої допомоги.
3. Запит на технічну підтримку. Вона потрібна 64% опитаних.
4. Запити на посилення власної та командної безпеки висловили 43% редакцій з тих, які опитали.
5. 26% опитаних редакцій вказали, що стикалися із безпосередньою фізичною загрозою життю та здоров'ю.
6. 38 % отримували погрози різного роду.
7. 61% зазнали кібератак.
8. Майже 80% частково або всією командою змінили місце перебування, залишивши ті регіони, де тривали чи тривають активні бойові дії. 20% не змінили місця свого перебування.
9. Психологічної підтримки потребують 36% редакцій.
10. Менше третини редакцій вказали, що не мають потреби в додаткових працівниках, а 72% – потребують поповнення команд.

Російське вторгнення фактично зупинило на початку економіку, а, значить, і рекламний ринок. Відповідно, багато медіа підприємств змушені були будувати нові моделі власного фінансування, майже з нуля. Та, навіть, саме існування багатьох ЗМІ, без реклами і економіко-політичної підтримки, які мають багаторічну історію, стало під питанням. Якими ж додатковими джерела фінансування ці 2 роки війни користувалися Українські засоби масової інформації?

По-перше, це грантова підтримка – найпоширеніша модель, яка стала порятунком для багатьох медіа, окремих проєктів або редакції загалом. Грантові підтримки державні і закордонні. Грантові дотації у перші місяці війни убезпечили чимало редакцій від закриття, а також стали рушієм урізноманітнення контенту видань. Бо для гранта потрібен дійсно якісний і актуальний проєкт і контент. Ті, хто зміг не замкнутися у своїй редакції, у своєму містечку, а просив, креативів, говорив за себе на всеукраїнському рівні, дійсно отримували їх .

По-друге, величезний внесок в збереження ЗМІ зіграла підтримка донатами від власної аудиторії, від комерційних установ. Нажаль, поки що не має реєстру донатської підтримки, але, можна сказати, що донатська підтримка, яка була на початку вторгнення, дуже гарно підтримала національні медіа, перш за все, завдяки чому у них з'явилися нові сервіси, особливо електронні, більш якісні інформаційні контенти. Локальним же медіа було значно складніше з донатами і з такою підтримкою. Але для них було ще одно дієве джерело фінансування. Це заключення Договорів з органами місцевої влади на висвітлення їхньої діяльності у місті або регіоні. Але працюючи у такому форматі, важливо було не порушувати журналістських стандартів. Бо, у будь-якому разі, співпраця з органами влади не повинна впливати на редакційну політику медіа. У своїй промові Ірина Савченко, представниця міжнародної організації «Інтерньюз-Нетворк», розповіла: «Після початку війни ми намагалися зробити нашу допомогу якомога швидшою та доступнішою для медійних організацій України. Ми гнучко реагуємо на запити регіональних медіа та швидко модифікуємо наші проекти згідно із запитом наших партнерів» [8]. За словами Ірини Савченко, для того, щоб регіональні медіа не опікувалися великими обсягами бюрократичної роботи, «Інтерньюз-Нетворк» підтримує місцевих журналістів через медійні організації, такі як ІМІ, «Інтерньюз-Україна», Національна асоціація медіа тощо, сайти яких можна всякчас моніторити та брати участь у пропонуваніх ними конкурсах, які фінансуються «Інтерньюзом» [8].

Під час війни в Україні деякі українські медіа можуть отримувати фінансову підтримку від різних міжнародних фондів та організацій, що підтримують свободу преси, розвиток журналістики та інформаційну діяльність. Ось кілька прикладів міжнародних фондів, які можуть видавати і постійно видають гранти українським медіа [6], інформація надана Центром розвитку «Час змін»:

- Міжнародний фонд захисту журналістів (International Press Institute – IPI) – фонд надає гранти для журналістів та медіа організацій, які опинилися під тиском через свою журналістську роботу;
- Фонд Розвитку засобів масової інформації (Media Development Investment Fund – MDIF) – надає фінансову підтримку незалежним медіа компаніям України. Вони можуть надавати гранти на розвиток журналістських проєктів, впровадження нових технологій та інші потреби;
- Міжнародний Фонд захисту журналістів (International Fund for Public Interest Media – IFPIM) – фонд, створений UNESCO, пропонує гранти для медіа проєктів, спрямованих свободи слова та доступу до незалежної інформації;
- Міжнародний Фонд «Відродження» (Renaissance Foundation) – надає гранти на підтримку медіа проєктів, спрямованих на підвищення якості журналістики та зміцнення роль громадянського суспільства. Це лише деякі приклади міжнародних фондів, які можуть надавати гранти українським

медіа під час війни. У 2023 році понад 10 000 українців отримали гранти від держави на старт або розвиток бізнесу, у тому рахунку і частина представників медіа.

Для відповіді на питання «Де брати гроші медійним підприємствам», не можна не згадати про державну програму кредитування малого та середнього бізнесу, а саме, програму «5-7-9». Вона діє ще з 2019 року, була на початку війни на де який час заморожена, але вже з літку 2022р. Активно допомагає у фінансуванні бізнесу, у тому рахунку і медіа галузі. Що головного зараз в неї? З вересня 2023р. по цій програмі підприємства, які знаходилися на окупованих територіях або в зоні бойових дій, мають змогу взяти кошти на поновлення своєї діяльності під 3% річних. А ті медіа, які втратили обладнання, офіси тощо, на відновлення основних фондів можуть отримати кредити і зовсім під 0%. Це дуже потужний державний механізм для відновлення економічної діяльності ЗМІ. «У 2024 році малі та середні бізнеси в Україні зможуть отримати від держави 15 тисяч грантів на розвиток. Крім того, 18 млрд грн з бюджету піде на продовження доступного кредитування підприємств за програмою 5-7-9%» [9].

### **Висновки і перспективи дослідження.**

Отже, втрата 90% рекламного ринку на початку вторгнення, від'їзд частини журналістів за кордон, неможливість виконувати взяті на себе фінансові зобов'язання, втрати офісів і багато інших розчарувань, не зупинили активних, цілеспрямованих фахівців своєї справи в їх бажанні творити! А інструменти, особливо такі, як фінанси, завжди знаходяться, коли є велике бажання та мрія. Так як українська журналістика тільки два роки вирішує питання альтернативного фінансування, то поле для подальших досліджень майже без обмежень і багато фахівців економічної галузі тільки починає зараз заглиблюватися в цю проблематику.

**ЛІТЕРАТУРА:**

1. Вайнер Тім. Одна людина проти світу: трагедія Річарда Ніксона: Масмилан, ISBN 978-1627790833, 2015. 982 с.
2. Виклики 2024: чи підтримають донори медіа Одещини цього року: веб-сайт. URL: <https://imi.org.ua/blogs/vyklyky-2024-chy-pidtrymayut-donory-media-odeshhyny-v-tsomu-rotsi-i58616> (дата звернення: 07.03.2024)
3. Виклики 2024: чи підтримують донори медіа Одещини в цьому році: веб-сайт. URL: <https://informer.od.ua/news/vyklyky-2024-chy-pidtrymayut-donory-media-odeshhyny-v-tsomu-rotsi/> (дата звернення: 07.03.2024)
4. Гранти 2024: веб-сайт. URL: <https://chaszmin.com.ua/granty-2024/> (дата звернення: 07.02.2024)
5. Гранти від держави на старт або розвиток бізнесу : веб-сайт. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/vlasna-sprava-u-2023-rotsi-ponad-10-000-ukraintsiv-otrymaly-hranty-vid-derzhavy-na-start-abo-rozvytok-biznesu> (дата звернення: 07.02.2024)
6. Донорських коштів для медіа стало більше. Але не все так просто: веб-сайт. URL: <https://cs.detector.media/community> (дата звернення: 12.02.2024)
7. Дослідження роботи локальних редакцій в умовах війни : веб-сайт. URL: <https://lvivmediaforum.com> (дата звернення: 21.02.2024)
8. Ковальчук Н. О., Руснак Т. В. Фінансова стійкість вітчизняних підприємств як передумова їх стабільного функціонування. Глобальні та національні проблеми економіки, 2016. 423с.
9. Наступного року уряд виділить 18 млрд на кредити 5-7-9% та 15 тисяч грантів для підприємців : веб-сайт. URL: <https://suspilne.media/631694-nastupnogo-roku-urad-vidilit-18-mlrd-na-krediti-5-7-9-ta-15-tisac-grantiv-dla-pidpriemciv/> (дата звернення: 07.03.2024)
10. Роль незалежних медіа у відбудові України : веб-сайт. URL: <https://www.prostir.ua/2022/10> (дата звернення: 21.02.2024)
11. Що допомагає залучати грантові кошти? : веб-сайт. URL: <https://osvita.nakypilo.ua/yak-shukaty-groshi-dlya-media-granty-j-komertsiya> (дата звернення: 12.02.2024)
12. Identity in Democracy, Princeton University Press, Princeton, N.J., 2003 (Trad. Esp.: La Iddad en Democracia, Буенос-Айрес / Мадрид, редактор Katz S.A., 2008, ISBN 978-84-96859-33-3). 362 с.

UDC 07:336-044.372(477)"364"(045)

DOI: <https://doi.org/10.18524/2308-3255.2023.29.300640>

## **PROBLEMS OF MEDIA FINANCING DURING WAR AND WAYS TO SOLVE THEM**

***Viktorii Miroshnychenko,***

PhD in Economics, Associate Professor

Department of New Media and Media Design

Faculty of Journalism, Advertising, and Publishing

Odesa I. I. Mechnikov National University

e-mail: [viki.mir1005@gmail.com](mailto:viki.mir1005@gmail.com)

The article is devoted to the issue of financing the media industry during crises and wars. The main difficulties faced by the Ukrainian mass media after the beginning of the full-scale invasion of the Russian Federation into the territory of Ukraine are studied. Analyzing the financial instruments used for the survival and development of the media.

We all understand that the media is not only a source of information space, but also one of the sectors of the state's economy. Therefore, as we turn the page of the second year of the full-scale invasion of Ukraine by the Russian Federation, we cannot but address the question: "What financial difficulties did our media face during the war, how did they overcome them, and what are the possible sources of funding now?" That is, to look into the eternal question "Where to get money?" and how can media enterprises survive in times of crisis?

Unfortunately, the problem of media funding during the full-scale invasion of Ukraine by the Russian Federation has not yet been sufficiently addressed in scientific research. However, due to the extreme relevance of this problem, it was primarily addressed by journalists themselves, raising it at journalistic forums and in their materials.

The purpose of the article is to outline the problem of media financing during the war and the ways to solve it that are used by Ukrainian media in everyday life. To achieve this goal, it is necessary to consider changes in grant support for the media, analyze support from volunteer "donors", consider the possibility of contracts with local authorities for coverage as a source of funding, consider potential opportunities for paying for content, analyze state support for Ukrainian media, and more.

Thus, the loss of 90% of the advertising market at the beginning of the invasion, the departure of some journalists abroad, the inability to fulfill their financial obligations, the loss of offices and many other disappointments did not stop active, dedicated professionals in their desire to create! And tools, especially those such as finance, are always available when you have a great desire and a dream. Since Ukrainian journalism has been addressing the issue of alternative financing for two years, the field for further research is almost unlimited, and many economic experts are just now beginning to delve into this issue.

**REFERENCES:**

1. Tim Weiner. *One Man Against the World: The Tragedy of Richard Nixon*: Macmillan, ISBN 978-1627790833, 2015. 982 p.
2. *Identity in Democracy*, Princeton University Press, Princeton, N.J., 2003 (Trad. Esp: *La Iddad en Democracia*, Buenos Aires/Madrid, editor Katz S.A., 2008, ISBN 978-84-96859-33-3). 362 p.
3. Kovalchuk N. O., Rusnak T. V. Financial stability of domestic enterprises as a prerequisite for their stable functioning. *Global and national problems of the economy*, 2016. 423 p.
4. What helps to attract grant funds: website. URL: <https://osvita.nakypilo.ua/yak-shukaty-groshi-dlya-media-granty-j-komertsiya> (accessed: 12.02.2024)
5. Donor funds for the media have increased. But not everything is so simple: website. URL: <https://cs.detector.media/community> (accessed February 12, 2024).
6. The role of independent media in rebuilding Ukraine: website. URL: <https://www.prostir.ua/2022/10> (accessed February 21, 2024).
7. Study of the work of local editorial offices in the conditions of war: website. URL: <https://vivmediaforum.com> (accessed February 21, 2024).
8. Challenges 2024: do donors support media in Odesa region this year: website. URL: <https://informer.od.ua/news/vyklyky-2024-chy-pidtrymayut-donory-media-odeshnyy-v-tsomu-rotsi/> (accessed 07.03.2024).
9. Grants 2024: website. URL: <https://chaszmin.com.ua/granty-2024/> (accessed on February 07, 2024).
10. Grants from the state to start or develop a business: website. URL: <https://www.kmu.gov.ua/news/vlasna-sprava-u-2023-rotsi-ponad-10-000-ukraintsiv-otrymaly-hranyty-vid-derzhavy-na-start-abo-rozvytok-biznesu> (accessed 07.02.2024).
11. Challenges -2024: will donors support media in Odesa region this year: website. URL: <https://imi.org.ua/blogs/vyklyky-2024-chy-pidtrymayut-donory-media-odeshnyy-v-tsomu-rotsi-i58616> (accessed 07.03.2024).
12. Next year, the government will allocate 18 billion for loans of 5-7-9% and 15 thousand grants for entrepreneurs: website. URL: <https://suspilne.media/631694-nastupnogo-roku-urad-vidilit-18-mlrd-na-krediti-5-7-9-ta-15-tisac-grantiv-dla-pidpriemciv/> (accessed 07.03.2024)