

Головна » Аналітика » Точки зору

# Свобода слова в Україні: бізнес, місія чи радянські звички?



15:35 10.06.2026 Ср

🕒 5 хв

Чому медіа мають стати бізнесом, а не бути менторами


**ВОЛОДИМИР КУРЕННОЇ**


Фото: Володимир Куренної (кідд з відео)

 Не витрачай час на шум! Читай тільки суть з РБК-Україна у  [Google](#)

**Фундаментальною цінністю демократичного цивілізованого світу є свобода людини. Одним із різновидів цієї свободи є свобода слова. Це прописні істини для демократій, але Україна на цьому шляху робить лише свої перші кроки. Бо що таке 35 років незалежності країни порівняно зі століттями побудови західної цивілізації?**

Про місію незалежних медіа, виклики для свободи слова в умовах війни та трансформацію українського інформаційного ринку в колонці розповідає заступник генерального директора РБК-Україна **Володимир Куренної**.

Сьогодні Україна обрала свій шлях і буде ліберальну, правову, демократичну державу, йде до європейської інтеграції. Ба більше, сьогодні українці зі зброєю в руках боронять цінності свободи та свою незалежність.

Зокрема й тому, що не хочуть бути Росією, жити як у Росії, бути мовчазними гвинтиками великої, страшної та агресивної держави-орди.

Ми не можемо сказати, що вже побудували ефективну систему свободи слова. Так, є певні проблеми. Тим паче у воєнний час, коли на законну військову цензуру накладається самоцензура авторів, змушених проходити між Сциллою та Харибдою.

Сциллою – сказати правду й створити сенсаційну новину, та Харибдою – бажанням не нашкодити своєму війську, своїм захисникам, своїй державі, яка воює з агресором. Ця складна колізія завжди існує під час війни. Той, хто це заперече, – сліпець або лукавить.

Але навіть у таких умовах завдання зберегти базову цінність – свободу слова – завжди актуальне. Суспільство вільних людей хоче і має на це конституційне, а насправді природне від народження право – на свободу слова. Єдине питання – як цим користуватися.

І тут уже все залежить від зрілості суспільства, від його дорослості та відповідальності. Зараз, буквально на марші, ми починаємо розуміти ці істини, відрізнати бажання хайпу від справжньої свободи слова.

## За яких умов свобода слова може функціонувати ефективно?

Відповідь дуже проста: за умови, що "агенти" свободи слова, тобто засоби масової інформації та медіа, є незалежними. Незалежними від кого?

Насамперед, від влади. А також від політиків та інших інституцій, які хочуть впливати на суспільство не заради інформування, а з якихось інших мотивів.

Тоді поставимо ще одне питання: як медіа можуть бути незалежними? І тут немає нічого складного – медіа будуть незалежними тоді, коли стануть прибутковими, коли залежатимуть тільки від читача чи слухача.

Безпосередньо або через рекламодавців. Іншого рецепта не існує. Все інше – лукавство. Бо хто платить, той і замовляє музику.

У нас поки що недосконала правова база існування інформаційного ринку. Немає законодавчих норм щодо взаємодії засновників із творцями, тобто авторами. Є питання і щодо авторського права.

Існують проблеми у тлумаченні деяких норм щодо інформації як такої. Рано чи пізно законодавець зробить свою роботу. Бо суспільство цього хоче і буде вимагати.

## Відповідальність медіаспільноти

Але чи тільки законодавці й політики винні у проблемах? Відповідь – ні. Частину відповідальності повинні взяти на себе медіа, журналісти, редактори та видавці. Бо, як показує практика, деякі учасники ринку досі живуть у старих парадигмах і кліше.

Зручно писати те і так, як вам диктує олігарх-власник, який сплачує зарплату та використовує своє ЗМІ для досягнення бізнесових цілей чи впливу на владу та її рішення.

Так само виглядає ситуація і з тими, хто звик жити виключно за рахунок грантів якихось інституцій – українських чи міжнародних. Вони не заробляють, бо гроші на зарплату будуть у будь-якому разі – конкурентоспроможний ти чи ні. Хтось їх дістане з "тумбочки" і дасть у конверті або ж навіть "по-білому".

У таких умовах в Україні де-факто склалася медійна система, де існують два типи ЗМІ:

- Медіа-бізнеси:** прибуткові компанії, які працюють на ринку виключно як медіа, заробляють на рекламі й утримують себе самі.
- Дотаційні проекти:** ті, хто де-факто не є бізнесом, бо отримують кошти не з ринку інформації.

Майбутнє за першими. І це невідворотно. Якщо, звісно, ми хочемо мати справжню свободу слова.

## Головна місія

Ще один аспект, про який необхідно сказати, – наша місія. Яка місія медіа? Навчати? Ні! Агітувати за щось? Ні! Пропагувати щось? Теж ні!

## Головна і єдина місія медіа – інформувати.


Розповідати про факти, події та тенденції, пропонувати, а не нав'язувати свою аналітику й своє бачення. В Україні, на жаль, склалася ситуація, коли медіа стають менторами, пропагандистами та агітаторами.

Вони не довіряють інтелекту свого читача чи слухача, не вважають його здатним самому розібратися й зробити висновки. Вони намагаються "продати"виключно свою ідеологічну, політичну чи філософську візію як єдино правильну.

А це ми вже проходили. В похмурі радянські часи.

Звісно, мова не йде про авторські програми, колонки чи творчі студії. Мова про інформацію та її подачу.

Відмова від повчань та менторства – головний тренд інформаційного ринку та запорука свободи слова. Сьогодні у людини є безліч можливостей споживати інформаційні продукти. Дайте їй вудку. А рибу вона спіймає сама.

 **Не пропустіть головне! Підпишіться на наші оновлення в Google!**

Або читайте нас там, де вам зручно!


**Більше по темі:**
[РБК-Україна](#) [Україна](#)

Реклама

## НОВИНИ

Новини України  
Війна в Україні  
Економіка  
Світ  
Надзвичайні події

## ПОЛІТИКА

Контакти  
Команда  
Вакансії в РБК-Україна

## БІЗНЕС

Економіка  
Фінанси  
Авто  
Tech  
Енергетика  
Біла економіка

## АНАЛІТИКА

Статті  
Інтерв'ю  
Точка зору

## ЖИТТЯ

Гроші  
Зміна  
Освіта  
Суспільство

## РОЗВАГИ

Шоу бізнес  
Поради  
Гороскопи  
Свята  
Цікаве  
Спорт

## LIFESTYLE

Психологія  
Їжа  
Подорожі  
Здорове життя  
Мода та краса