

Додаток 13  
до протоколу засідання  
Наглядової ради АТ «НСТУ»  
від 30 серпня 2022 року № 72

**СХВАЛЕНО**  
протокол засідання  
Наглядової ради АТ «НСТУ»  
від 30 серпня 2022 № 72

**Голова Наглядової ради**

**Світлана ОСТАПА**

**КОНЦЕПЦІЯ**  
**регіонального мовлення АТ «НСТУ» на 2022–2025 роки**  
**(нова редакція)**

## **Передмова**

Повномасштабне вторгнення РФ на територію України, яке розпочалося 24 лютого 2022 року, не могло не змінити роботу філій АТ «НСТУ». Так, філія АТ «НСТУ» «Львівська РД» перетворилася на бек-офіс всієї компанії, а «Закарпатська РД» стала резервним центром мовлення. Суспільне втратило можливості мовити з території тимчасово окупованого Донбасу та Херсону, змушене було на деякий час релокувати команду філії АТ «НСТУ» «Чернігівська РД», а у філії АТ «НСТУ» «Харківська РД» оптимізувати виробництво через масштабні пошкодження житлового фонду міста. Частина працівників АТ «НСТУ» змінила своє місце проживання, працює віддалено та продовжує виробництво контенту. Інша частина залишилася в «гарячих точках», щодня ризикуючи власним життям задля отримання оперативної інформації. Деякі працівники опинилися в окупації. Найважливішим напрямом діяльності компанії на всіх платформах стало оперативне та незаангажоване інформування різноманітних верств населення щодо ситуації в країні. Ранок 24 лютого 2022 року став вирішальним для розкриття потенціалу та можливостей регіональної мережі Суспільного.

Згідно з Концепцією регіонального мовлення АТ «НСТУ» на 2022–2025 роки, схваленою рішенням Наглядової ради АТ «НСТУ» від 23.12.2021 № 66, та Маркетинговою стратегією та позиціонування міжрегіональної платформи Суспільного мовника, затвердженою рішенням правління АТ «НСТУ» від 21.12.2020 № 225, філії у своєму розвитку визначають для себе такі пріоритети: збільшення кількості локального інформаційного контенту; створення майданчиків для локальних дискусій; виготовлення локальних розслідувань; нарощення можливостей для виробництва контенту локальними кріейторами; вихід на гіперлокальні аудиторії; оновлення лінійки закупних документальних циклів.

Нова реальність перевела діяльність філій АТ «НСТУ» в турборежим, пришвидшивши одні зміни на противагу іншим, менш важливим. Зокрема, виробництво інформаційного контенту в регіонах збільшилося від однієї години на добу до восьми, а співпраця зі сторонніми виробниками, переможцями мистецьких конкурсів, призупинилася. В умовах, коли Суспільне має не тільки диверсифікувати виробничі ризики, а й відстояти власну редакційну незалежність, Концепція регіонального мовлення потребує уточнень з урахуванням нових контекстів.

### **Воєнний та післявоєнний контент регіонального Суспільного мовлення**

Руйнація соціальної інфраструктури та інституцій, що забезпечують функціонування та розвиток кожного громадянина України, спричинила масштабні міграційні процеси та призвела до підвищення рівня вразливості та

невизначеності за власне майбутнє. Увага споживачів контенту перемістилася з лінійних медіаплатформ на діджитал, що завдало нищівного удару українському медіаринку. Як найближчий до аудиторії мовник у системі медіаактивів Суспільного в умовах релокації талантів, життів та потенціалів регіональні філії залишають за собою монополію на виробництво якісних локальних новин, а також обов'язок надавати інформацію про життя в інших регіонах і країні загалом. Виробництво інформаційного мультиплатформного контенту під час та після завершення активних воєнних дій є основою для розбудови довіри навколо Суспільного як місцевих, так і вимушено переселених осіб. Основне завдання регіонального мовлення – надавати можливість аудиторії бути обізнаним у тому, що відбувається в новому місці проживання, і не втрачати зв'язок з малою батьківщиною.

Лінійне регіональне телевізійне мовлення потребує кардинальних змін. До 24 лютого 2022 року інформаційний контент в ефірі регіональних телеканалів концентрувався в ранковий та вечірній прайми, а вже з 25 лютого 2022 року регіональні філії перейшли в тестовому режимі практично на цілодобове інформаційне мовлення. Попередній прогноз виробництва свідчить про те, що ресурсів регіональної мережі в новому форматі роботи вистачить щонайменше на 12 годин інформаційного телевізійного контенту щодобудня. Однак для подальшої трансформації телевізійної сітки і збільшення мовлення, зокрема у вихідні, необхідно об'єднати людські та технічні ресурси філій навколо центрів телевізійного виробництва. Це також дасть змогу створювати широкі майданчики для суспільно важливих дискусій, розповідати історії мешканців громад та разом протистояти російській дезінформації, стереотипам та стигматизації. Філії Суспільного потребують подальшої фізичної та інтелектуальної децентралізації, що фактично відбулося завдяки переміщенню управлінської та редакторської команд між столицею та регіонами країни.

### **Диверсифікація виробничих ризиків Суспільного мовлення**

В умовах постійних загроз національній безпеці України розбудова резервних центрів мовлення АТ «НСТУ» поза межами столиці на базі власних приміщень філій є логічним кроком для збереження спроможності компанії продукувати контент майже в будь-якій ситуації. Диверсифікація виробничих ризиків надасть Суспільному нові можливості, зокрема: підвищить конкурентоспроможність регіонального контенту, сприятиме комплексному оновленню матеріально-технічної бази філій, застрахує Суспільне від втрати мовлення в разі втрати зв'язку між підрозділами, приведе регіональну телевізійну сітку у відповідність до потреб аудиторії та маркетингової стратегії.

Для безперебійного виробництва мультиплатформного контенту АТ «НСТУ» потребує розбудови мінімум 6 регіональних центрів виробництва (хабів), включно з бек-офісом компанії та резервним центром мовлення. У

процесі розбудови регіональних центрів мають бути враховані демографічні та безпекові чинники. Кожен регіональний центр продукуватиме мінімум 4 години телевізійного контенту, годину радійного контенту та в середньому годину контенту для діджитал-платформи. За регіональними центрами буде закріплено команди, що відповідатимуть за виробництво локального та гіперлокального інформаційного контенту. З метою концентрації працівників компанії в центрах виробництва Суспільне розробить систему релокації та створить умови для якісної роботи працівників. На базі хабів будуть утворені продюсерські центри для співпраці з локальними продакшн-компаніями. Пріоритети виробництва із залученням аутсорсингу відповідно до маркетингової стратегії – локальні журналістські розслідування, документалістика, публіцистичні та аналітичні проекти, що розповідають про особливості регіону та життя його мешканців.

### **Дискусійна та розслідувальна журналістика**

Єдиним незаангажованим майданчиком для суспільно-політичних дискусій на рівні регіонів є філії Суспільного. Регіональні команди спроможні організувати та проводити незалежні дебати на політичні та соціальні теми, завдяки чому мешканці всієї країни мають змогу отримати інформацію для прийняття важливих у житті рішень. Основним завданням Суспільного в цьому напрямі є розвиток аналітичних та дискусійних форматів, що враховує формування якісного пулу експертів, активніше залучення аудиторії до створення контенту та відслідковування впливів і змін, які відбуваються після обговорень. Суспільний мовник буде і надалі забезпечувати незалежність роботи редакторських команд на місцях, моніторити дотримання журналістських стандартів та надавати можливості для навчання. Окрему увагу Суспільний мовник буде приділяти співпраці з локальними командами журналістів-розслідувачів, найкращі з яких за результатами мистецьких конкурсів будуть отримувати від Суспільного фінансову та редакторську підтримку.

### **Проектне виробництво і залучення аутсорсингу**

Найбільша підтримка локальних виробників контенту в системі регіонального мовлення здійснюється через брендоутворювальний проєкт «Створюй із Суспільним», який за своєю формою та змістом є мистецьким конкурсом і відбувається один раз на рік в усіх регіонах країни. Завдяки цьому проєкту за 3 роки було реалізовано понад 60 ідей телевізійних програм із загальним бюджетом виробництва понад 40 млн грн. Оголошенню конкурсу передують інформаційна й освітня кампанії, які допомагають локальним кріейторам відшліфувати свої ідеї та правильно оформити всю документацію. Учасникам, які подали цікаві та унікальні ідеї, але не володіють інструментами для їх втілення, надається можливість розробити свої пропозиції за підтримки експертів Суспільного мовника. Упродовж виробництва продюсери Суспільного

надають редакторську підтримку, що дає змогу досягти кращої якості контенту для аудиторії. Локальні проєкти є популярними для телевізійної аудиторії та переважно збільшують частку перегляду регіонального мовлення. Особливу увагу буде приділено розміщенню цих проєктів на діджитал-платформах.

Залучення аутсорсингу для виробництва на замовлення філій або часткового виробництва в рамках радійного мовлення також сприяє фінансовій стабільності локальних кріейторів, що дає їм змогу зосередитися на розвитку контенту та якості послуг.

Залучення аутсорсингу можливе для виробництва:

- тематичних проєктів;
- спортивних трансляцій;
- документалістики;
- музичних та культурно-просвітницьких трансляцій.

Найкращі проєкти отримують змогу бути в ефірі загальнонаціональних телевізійних каналів відповідно до стратегії розвитку платформи телебачення.

### **Гіперлокальне мовлення**

Повномасштабна війна продемонструвала, наскільки важливим є «наскрізне проникнення» журналістів Суспільного на рівень громад. Так, журналісти гіперлокальної мережі, яка в рамках пілоту була втілена за рахунок міжнародної підтримки в Сумській, Чернігівській та Харківській областях, зробили можливим продукування різноманітного контенту навіть в умовах окупації. Гіперлокальна мережа на рівні кожного району України буде розбудовуватися через інформаторів та журналістів громад.

Інформатори громад – це мешканці громад, які пройшли загальний навчальний курс від Академії суспільного мовлення, володіють навичками перевірки інформації, можуть надавати інформацію про локальні події та проблемні ситуації відповідному регіональному мовнику (у тому числі у форматі стрімінгу з місця подій), здійснювати організаційну підтримку Суспільного мовника під час виїзних студій у вказаному регіоні. Інформатори громад працюють на волонтерських засадах, мають сталий зв'язок з найближчою філією Суспільного мовника, збирають та верифікують інформацію, що генерується місцевими мешканцями, отримують персоніфіковану розсилку та брендovanу продукцію Суспільного.

Журналісти громад – це мешканці громад, які пройшли навчальний курс від Академії суспільного мовлення та мають достатньо знань і навичок для самостійного виробництва матеріалів для всіх платформ регіонального суспільного мовлення. Журналісти громад працюють з філіями Суспільного на

договірних засадах з метою отримання фінансової винагороди за роботу, яка відповідає стандартам Суспільного мовника. Журналісти громад отримують всю необхідну підтримку для створення своїх матеріалів, включно з редакторським та продюсерським супроводом.

### **Регіональне радіомовлення**

Стратегічні напрями розвитку радіомовлення в системі АТ «НСТУ» викладено в стратегії радіоплатформи. Окрема увага в цьому документі приділяється регіональній радіомережі, що охоплює обласні центри України. Виробництво регіонального радіоконтенту здійснюється штатними працівниками філій Суспільного.

Стратегічним фокусом розвитку регіональної радіомережі є зростання рівня вагомості та впливу журналістів на порядок денний регіонів. Досягнення стратегічної цілі буде здійснено через виконання таких завдань:

- реалізація великих проєктів, пов'язаних з гострими суспільно-політичними та соціально відповідальними темами;
- міжплатформна взаємодія;
- розширення кола амбасадорів суспільно важливих тем через репутацію журналістів в обласному центрі та в усьому регіоні.

### **Завдання регіональних діджитал-команд**

Основним завданням регіональних команд є розвиток регіональних сторінок у соцмережах та на YouTube, завоювання довіри локальної аудиторії. Робота над локальним контентом для регіональних команд передбачає три основні фокуси: адаптація проєктів інших платформ, виробництво власних (окремі спецпроєкти, трансляції, подкасти, інстаграм-інтерактиви тощо) та менторство сторонніх виробників контенту у створенні проєктів для соцмереж. Стратегічні напрями розвитку цифрових платформ Суспільного мовника визначено в стратегії цифрових платформ.

### **Засади розвитку регіонального мовлення**

Незаангажоване висвітлення політичних, економічних та соціальних явищ, дотримання стандартів журналістики, відсутність тиску та цензури, гідна оплата праці – основи редакційної незалежності Суспільного, що не викликає сумнівів в основних стейкхолдерів. Поза тим, важелем впливу на компанію залишаються нестабільність і непрогнозованість фінансування, що наприкінці кожного року ставлять під сумнів сам факт існування Суспільного мовника. Для сталого розвитку компанії критично необхідно розширювати горизонт планування, вибудовувати нові відносини з аудиторіями та спільнотами, покращувати якість

контенту, шукати нові формати соціально відповідального контенту, налагоджувати взаємодію зі стейкхолдерами і розвивати горизонтальні зв'язки всередині компанії. Довіра та впізнаваність є ключовими орієнтирами для збільшення кількості людей, які обирають Суспільне.

### **Критерії якості контенту**

Основні критерії якості контенту Суспільного мовника визначені Редакційним статутом АТ «НСТУ», Редакційними засадами інформаційного мовлення АТ «НСТУ», внутрішніми політиками та рекомендаціями. Крім того, Суспільне взяло на себе зобов'язання в рамках бюджетного фінансування здійснювати адаптацію інформаційного та суспільно вагомого контенту для людей з інвалідністю. Якщо в перші роки реформи ключовою вимогою були зміни змісту контенту, то зараз Суспільне може дозволити собі вимагати істотного поліпшення форми контенту. Технічне оновлення філій, залучення аутсорсингу, можливість спостерігати за вподобаннями аудиторії через фокус-групи та дослідження відкриває нові інструменти для поліпшення якості регіональних продуктів. Серед критеріїв оцінки якості проєктів регіонального мовлення будуть введені показники перегляду продукту на різних платформах, збільшення кількості заходів, пов'язаних з офлайновою промоцією та показами, а також запити від інших організацій на придбання прав показу на контент регіонального виробництва.

### **Суспільне для тимчасово окупованих територій та світу**

З розширенням російської агресії АТ «НСТУ» втратило можливість повноцінно виготовляти локальний контент для медіаактивів Суспільне Херсон, Суспільне Донбас та Суспільне Крим. Розповсюдження контенту українського виробництва на тимчасово окуповані території засобами телевізійного мовлення в нових умовах має низку труднощів. Паралельна розбудова державних телеканалів з російською мовою ефіру, які використовують класичні прийоми контрпропаганди і задовольняють основні інформаційні потреби аудиторії, що не розуміє державної мови, з урахуванням секвестру бюджету АТ «НСТУ», ставить під питання доцільність використання одразу двох некодованих супутникових ліцензій регіонального мовлення. Сумнівним також є вимірювання результативності витрат компанії на продукування контенту, що не відповідає засадам Суспільного і базується на узагальнених прогнозах. Відтак всі медіаактиви Суспільного, що мовлять про тимчасово окуповані території, мають стати в лійку інформаційного мовлення згідно з маркетинговою стратегією.

Водночас у зв'язку з масовим виїздом громадян України за кордон через агресію РФ Суспільне також відчуває на собі відповідальність за створення

унікальної платформи для українців у всьому світі, які мають бажання залишатися в українському порядку денному, перебуваючи за кордоном. Тому Суспільне має використати супутникове мовлення для діалогу з вимушеними переселенцями за кордоном і створити платформу, яка інформуватиме про події в Україні, зберігатиме традиції українського та корінних народів України, а також надаватиме можливість чути українську мову чи мови корінних народів України за кордоном.

**Головний продюсер  
регіонального мовлення  
дирекції регіонального мовлення**

**Марія ФРЕЙ**