

**КОНЦЕПЦІЯ ДИТЯЧОГО ТА ПІДЛІТКОВОГО МОВЛЕННЯ  
НАЦІОНАЛЬНОЇ СУСПІЛЬНОЇ ТЕЛЕРАДІОКОМПАНІЇ  
УКРАЇНИ  
ВЕРЕСЕНЬ 2020**

**ЗМІСТ**

**Про документ**

**I. Суспільне мовлення для дітей і підлітків в Україні та Європі в 2020 році**

- Дитяче та підліткове мовлення на Суспільному
- Дитяче та підліткове мовлення провідних суспільних мовників Європи

**II. Місія, цілі та завдання дитячого та підліткового суспільного мовлення в Україні**

- Місія (унікальна роль Суспільного на національному і регіональному рівні)
- Цілі та завдання

**III. Ціннісна рамка**

- Цінності Суспільного
- Європейські демократичні цінності
- Гуманістичні цінності

**IV. Аудиторії та їхні потреби**

- Розподіл аудиторій за віком і відповідні вікові потреби
- Врахування потреб національних меншин
- Врахування потреб дітей та підлітків з особливими потребами

**V. Контент**

- Формати та їхні пріоритети за платформами
- Рамка індикаторів довіри до продуктів

**VI. Ризики та способи їхнього подолання**

**VII. Висновки та рекомендації**

**Додатки:**

- Додаток 1. Особливості дитячого та підліткового мовлення провідних суспільних мовників Європи.
- Додаток 2. Сильні риси характеру та чесноти за К. Пітерсоном та М. Селігманом
- Додаток 3. В. Бриндза. Дитяче мовлення 2018-2020. Нарис концепції

## ПРО ДОКУМЕНТ

Документ пропонує концепцію дитячого та підліткового мовлення для АТ НСТУ. Концепція визначає засадничі принципи і напрямки роботи з дитячою та підлітковою аудиторією Суспільного мовника.

Концепція спирається на Закон України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України», місію Суспільного, затверджену Наглядовою радою НСТУ, Загальну декларацію прав людини, Конвенцію про права дитини, Договір про Європейський Союз та низку документів, присвячених розвитку, вихованню та освіті дітей в сучасному світі.

Концепція ґрунтується на аналізі поточного стану дитячого та підліткового мовлення в ПАТ НСТУ, вивченні відповідного іноземного досвіду, а також цілей Суспільного мовника в Україні, соціальних очікувань від нього і викликів, які стоять перед ним і всією країною.

Документ побудований як цілісний проект, в якому концепція дитячого та підліткового мовлення АТ НСТУ розкривається від задекларованих місії і цілей через потреби відповідних аудиторій, типи контенту і подолання можливих ризиків до висновків і рекомендацій. Водночас це рамковий документ, який для своєї практичної реалізації передбачає подальшу деталізацію. Зокрема, наступним кроком розбудови дитячого та підліткового мовлення ПАТ НСТУ має стати створення плану реалізації цієї Концепції.

## I. СУСПІЛЬНЕ МОВЛЕННЯ ДЛЯ ДІТЕЙ ТА ПІДЛІТКІВ В УКРАЇНІ ТА ЄВРОПІ В 2020 РОЦІ

Дитяче і підліткове мовлення на Суспільному

### **1. Законодавча база**

В Законі «Про суспільне телебачення і радіомовлення України» прописане зобов'язання суспільного мовлення виробляти програми для дітей (п.4, ст.4 Закону): «сприяння якнайповнішому задоволенню інформаційних,

культурних та освітніх потреб населення України, у тому числі шляхом створення та поширення економічних, історично-документальних, культурно-мистецьких, навчально-пізнавальних, розважальних, спортивних програм, програм для дітей та підлітків, людей з обмеженими фізичними можливостями, національних меншин, інших соціальних груп».

## **2. Ліцензійні умови**

Ліцензійні зобов'язання НСТУ в частині дитячого мовлення (згідно додатків до ліцензій):

- UA: ПЕРШИЙ — 26 хв на добу
- UA: КУЛЬТУРА — 1 год 30 хв на добу
- UA: КРИМ — 1 год 55 хв на добу
- Регіональні телеканали — 1 год 23 хв
- Радіо Культура — 10 хвилин на добу

## **3. Наявні стратегія, планування, організаційна структура**

Стратегії дитячого та підліткового мовлення наразі не існує, її розробка запланована на 2021 рік. Так само на наступний рік запланована розробка відповідної маркетингової стратегії. Наразі дані наявних вікових групах всіх існуючих медіа платформ НСТУ демонструють, що дитяча та підліткова аудиторія на них практично відсутня.

Відповідно станом на сьогодні в компанії не існує ані окремого департаменту, що опікувався би дитячим та підлітковим мовленням, ані синергії та узгодженості роботи в цьому напрямку між існуючими підрозділами та медіа активами. Відсутність спільного бачення та єдиного центру керівництва погіршує дистриб'юцію наявних продуктів для дітей та підлітків, які вже існують.

## **4. Наявні конкуренти серед вітчизняних мовників: перспективні напрямки розвитку**

Рівень конкуренції за дитячу та підліткову аудиторію в українському медіа просторі дуже відрізняється. Найбільш висока конкуренція спостерігається в сегменті мовлення для дітей. Одразу кілька телеканалів - Піксель tv, ПлюсПлюс, Nickelodeon - спеціалізуються на дитячій аудиторії і вже посідають впевнені позиції в цьому сегменті. Водночас жоден актив НСТУ не асоціюється з дитячим контентом в уявленні відповідної аудиторії (переважно батьківської).

В той самий час, в сегменті підліткового мовлення не спостерігається помітної конкуренції - переважно через певну особливість цієї аудиторії та складність роботи з нею. Така ситуація є вікном можливостей для НСТУ і, ймовірно, може бути індикатором для визначення основного напрямку роботи або підставою для формування списку першочергових цілей при подальшій розробці стратегії дитячого та підліткового мовлення.

Дитяче та підліткове мовлення провідних суспільних мовників Європи

Огляд мовлення для дітей та підлітків суспільних мовників провідних країн Європи: BBC (Великобританія), ARD та ZDF (Німеччина), RAI (Італія), дозволив виділити такі загальні риси (докладніше див. **додаток 1**):

1. Всі перелічені суспільні мовники мають окремі редакції для мовлення для дітей та підлітків («дитячі» та «підліткові» редакції можуть навіть виступати під іншими брендами, відмінними від бренду «материнських» компаній.
2. Всі перелічені суспільні мовники мають дві окремі редакції: для дитячого мовлення та мовлення для підлітків. Кожна з редакцій має окрему сітку мовлення, програми тощо, а також свою окрему інтернет-платформу.
3. Кожна редакція кожного з перелічених суспільних мовників виробляє власний оригінальний контент для своєї аудиторії. Це стосується як дитячої, так і підліткової редакцій.
4. Більшість підліткових редакцій з перелічених суспільних мовників мають окрему програму новин для цієї аудиторії, ведучі якої - відповідного віку та прийнятної для підлітків стилю одягу та поведінки.
5. Якщо контент дитячих редакцій (до 6 років) у суспільних мовників різних країн є здебільшого подібним (мультфільми, дитячі шоу, анімаційні серіали), то **редакції, що реалізують мовлення для підлітків, в кожного мовника мають своє фокусування і виразно відрізняються – згідно цілей та завдань, які кожен мовник вважає ключовими для виховання в молодій генерації своєї країни.**

Наприклад, в Children`s BBC (Великобританія) увага сфокусована на просуванні цінностей сучасного суспільства: толерантності, емпатії, увазі до емоційного стану людини, психологічному комфорту тощо. Німецькі публічно-правові канали ARD і ZDF фокусуються на коректному та ідеологічно збалансованому висвітленні сучасних

соціально-політичних новин та подій з історії країни. Дитяче і підліткове мовлення італійської державної телерадіокорпорації RAI фокусується на освіті, популяризації науки і культури загалом та італійської культурної спадщини та сучасних культурних діячів зокрема.

## II. МІСІЯ, ЦІЛІ ТА ЗАВДАННЯ ДИТЯЧОГО ТА ПІДЛІТКОВОГО СУСПІЛЬНОГО МОВЛЕННЯ В УКРАЇНІ

Місія (унікальна роль Суспільного на національному і регіональному рівні)

Місія суспільного мовника - слугувати суспільству і бути мовником для всіх соціальних та вікових категорій і верств суспільства.

В стратегії НСТУ на 2020-2022 роки серед цілей компанії значиться:

«...зацікавлює дитячу та молодіжну аудиторію, створюючи привабливий контент, який водночас спрямований на формування їхніх цінностей, їхнього особистого розвитку, медіаграмотності та критичного мислення, на формування їхньої спроможності взаємодіяти між собою та навколишнім світом, який допомагає їм знайти відповіді на складні питання їхнього віку».

Аналіз контенту для дітей і підлітків провідних суспільних мовників Європи показав, що кожен з них, враховуючи загальну рамку, спрямовану на розвиток і виховання дитячої та підліткової аудиторії, має свою унікальну, специфічну для кожної країни місію, що відбиває уявлення про необхідні якості громадян суспільства майбутнього цих країн.

З урахуванням загальної місії Суспільного та його стратегічних цілей, а також беручи до уваги завдання та виклики, які стоятимуть перед наступною генерацією українського суспільства, можна сформулювати унікальну місію дитячого та підліткового мовлення Суспільного на національному і регіональному рівні.

### **Місія:**

**виховання щасливого та професійно успішного проактивного громадянина, який здатний дбати про свою країну і бажає працювати над її розбудовою, маючи необхідні для цього цінності, навички та вміння.**

**За допомогою суспільного мовника впродовж дорослішання дитини крок за кроком формується здатність людини самотійно подбати про**

**себе та навколишній простір відповідно до вікових можливостей: від допомоги собі (діти) через допомогу друзям і оточенню (підлітки), до допомоги своїй громаді і згодом – країні (молодь).**

Цілі та завдання

Реалізації місії дитячого та підліткового мовлення Суспільного, що зазначена вище, передбачає реалізацію таких цілей:

**Ціль 1. Створити суспільний запит на розвиток проактивного молодого покоління, метою якого стане подальша розбудова європейської України.**

Завдання до цілі 1:

- надавати позитивні приклади соціальної активності та героїв для наслідування; вирощувати нових героїв за допомогою інтерактивних форматів;
- формувати і підсилювати інтерес молоді до суспільно-політичного життя країни, зокрема, створити службу новин для дітей і підлітків.

**Ціль 2. Надати дітям і підліткам необхідні знання та навички, що потрібні для успішного життя і самореалізації в сучасному світі.**

Завдання до цілі 2:

- навчати практичних навичок, необхідних для повсякденного життя;
- пропагувати наукову картину світу: інформація про розвиток науки, відкриття, видатних вчених минулого і сучасного, зокрема українських;
- прищеплювати естетичну культуру: створювати продукти, що розповідають про культуру і мистецтво, а також видатних творчих діячів сучасного і минулого - зокрема українських;
- плекати культуру тіла: інформувати про здорове харчування, гігієну та спорт, зміни та розвиток тіла під час дорослішання;
- розвивати вміння вчитись: освіта, самоосвіта, розуміння системи освіти і як нею користуватись, принцип освіти впродовж життя.

**Ціль 3. Прищеплювати дітям і підліткам цінності та чесноти, що необхідні для щасливого життя і саморозвитку людини 3-го тисячоліття.**

Завдання до цілі 3:

- пропагувати і впроваджувати європейські соціальні норми, спираючись на постулати Договору про Європейський Союз;
- демонструвати і пояснювати сучасні культурні норми

- давати зразки цивілізованих етичних норм та популяризувати їх.

**Ціль 4. Створити систему з залучення лояльної аудиторії суспільного мовника наступних поколінь, заохочуючи їх, починаючи з дитячих та підліткових форматів, що просякнуті наскрізною рамкою та тематикою Суспільного.**

Завдання до цілі 4:

- створити окрему цілісну інфраструктуру дитячого та підліткового мовлення, наповнену наскрізними форматами, темами та стилістикою, відповідно до вікових особливостей, що відповідає загальній матриці Суспільного;
- збудувати як мінімум дзеркало мовника в діджитал форматі і соцмережах, а як максимум – створити унікальний діджитал-контент, який приваблюватиме дитячу і підліткову аудиторію.

Розуміння цілей та завдань дитячого та підліткового мовлення має допомогти у визначенні пріоритетних тем при розробці відповідних форматів і продуктів, а також спростити і зробити більш свідомим добір тематики, профілю героїв, образу ведучих, способу подачі матеріалу.

### III. ЦІННІСНА РАМКА

#### Суспільне мовлення для дітей та підлітків як невід’ємна частина загальної стратегії АТ НСТУ

Місія суспільного мовника - слугувати суспільству і бути мовником для всіх соціальних та вікових категорій і верств суспільства. Зі стратегії НСТУ:

«Захищати свободи в Україні. Надавати суспільству достовірну та збалансовану інформацію про Україну та світ, налагоджувати громадський діалог задля зміцнення суспільної довіри, розвитку громадянської відповідальності, української мови та культури, особистості та українського народу».

#### Суспільне мовлення для дітей та підлітків як частина процесу інтеграції України в Євросоюз

З огляду на те, що одним з орієнтирів для України є інтеграція в європейський ментальний простір, для визначення ключових суспільних цінностей, які має формувати у своїй аудиторії дитяче та підліткове

мовлення Суспільного, автори концепції пропонують спиратися на Договір про Європейський Союз, зокрема, на статтю 2 Договору:

«Цінностями, на яких ґрунтується Союз, є повага до людської гідності, свободи, демократії, рівності, верховенства закону та поваги до прав людини, включно з правами осіб, що належать до нацменшин. Ці цінності є загальними для спільноти країн-членів, що характеризується плюралізмом, недискримінацією, терпимістю, справедливістю, солідарністю й рівністю між жінками і чоловіками».

### **Суспільне мовлення для дітей та підлітків як флагман впровадження гуманістичних цінностей в українському суспільстві**

Термін «гуманістичні цінності» є парасольковим: це поняття включає широкий спектр питань - від принципу гуманізму, який є одним з основоположних принципів права, до сучасного напрямку в освіті та вихованні дітей і молоді, основою якого є увага до особистості дитини і всебічний розвиток її чеснот та талантів. Сьогодні гуманістичні цінності є наріжним каменем безлічі сучасних освітніх та виховних концепцій, що спрямовані на формування щасливої, професійно реалізованої та соціально активної людини. Серед тих, які варто взяти до уваги в роботі суспільного мовника для дітей та підлітків - наукові праці з психології розвитку дитини, дослідження про ключові риси характеру та чесноти тощо (див. додаток 2).

### **Суспільне мовлення для дітей і підлітків як платформа для виховання громадянської свідомості та патріотизму**

Агресія Російської Федерації, окупація частини української території та бойові дії в частині Донецької та Луганської областей вимагають коректного висвітлення на Суспільному, в тому числі для дитячої та підліткової аудиторії. Тема війни, її наслідків, переживання травматизації потребують окремого опрацювання і адаптації для дитячої аудиторії із залученням відповідних фахівців для розробки форматів і продуктів.

## **IV. АУДИТОРІЇ ТА ЇХНІ ПОТРЕБИ**

### **Розподіл аудиторій за віком і відповідні вікові потреби**

При описі аудиторій враховувалися кілька визначальних аспектів:



1. Аудиторія дитячого мовлення за типом є дуже вимогливою і сегментованою, при цьому Суспільне має зовсім мало годин ефірного мовлення, передбаченого для дітей.
2. Ключова аудиторія Суспільного є дорослою, тому найбільший виклик - залучити на «дорослі» за суспільною уявою канал та онлайн платформу дітей.
3. Залучити дітей на «дорослий» канал за наявності доступних повністю дитячих каналів можливо лише одним способом - пропонуючи унікальний контент, до якого будуть лояльні і дорослі - головні споживачі каналу.
4. Створити унікальний контент можна лише, чітко розуміючи потреби аудиторії і потрапляючи в її очікування.
5. Головне завдання для роботи з дорослою аудиторією в рамках розвитку дитячого мовлення - надати їй необхідні знання і пояснення, що відбувається з їхніми дітьми в різні вікові періоди, інформувати про потреби дітей та способи взаємодії.

Виходячи з вищесказаного, пропонується така сегментація аудиторій (докладніше див. **додаток 3**):

<p><b>Діти 3-5 років</b> Для дітей цього віку завдання дитячого мовлення - сконструювати безпечний простір, в якому вони бачитимуть позитивні приклади поведінки. Приклади мають бути посильними для вікової групи - режим дня, доведення до кінця розпочатих справ (скласти іграшки тощо), розвиток емпатії, розуміння власних емоцій та навчання їх конструктивно висловлювати.</p>	<p><b>Батьки дітей 3-5 років (чи будь-які дорослі, що опікуються дітьми відповідного віку</b> Розуміння потреб дітей вказаної вікової групи. Зрозуміти, що відбувається з дітьми і як з ними взаємодіяти. вже в цьому віці важливо давати дитині можливість</p>	<p><b>Тематика, особливості, безпекова рамка</b> Виклики фізичної безпеки - пізнання дитиною гострого, гарячого, висоти, води тощо) та соціальної безпеки (взаємодія з іншими дітьми, взаємодія з незнайомцями тощо).  тематика самостійності, дружби, розуміння емоцій, відносини з іншими членами родини, любов до тварин та цікавість до довкілля, знайомство з мистецтвами та науковими відкриттями. Тематика Супергероїв - приклади цінностей, наполегливості, впевненості у собі, вміння приходити на допомогу і приймати допомогу інших. Створення відчуття співучасті в пригодах героїв. обов'язкове завершення на позитивних емоціях.</p>
---	---	--

	<p>стикатися з наслідками своїх дій (звісно, пам'ятаючи базові правила безпеки), як обирати посильні і відповідні віку завдання для дитини, які обирати книги, відеопродукти активності для спільної діяльності з дитиною.</p>	<p>Контур безпеки - особливо ретельний підбір зображень, переважно закруглені форми, кольорова гама і форма наближені до реальних, стилістична спрощеність. Відсутність різких звукових переходів, відсутність деформування тілесності (казкові перетворення - дуже обережно). Будь-які події (зображення) мають бути посильними для сприйняття віковою групою. Якщо дитина (герой) потрапляє у складні обставини, вони мають бути посильними, або поруч має з'явитися дорослий (у випадках, непосильних для самостійного переживання дітьми вікової групи). Демонстрація правильних дій: не кажемо "не переходь дорогу на червоне світло", а кажемо "переходь дорогу на зелене".</p> <p>Тема власних кордонів ("моя іграшка").</p>
<p><b>Діти 6-9 років</b> Етап молодшого шкільного віку - період більшої усвідомленої самостійності і набуття здатності справлятися з більшою кількістю викликів (складніших ситуацій). Дитина може і прагне пізнавати складніші феномени і процеси, а також, коли дитина активно прагне співтворити, розвивати і адаптовувати під свої потреби інформаційний продукт, який вона споживає.</p>	<p><b>Батьки дітей 6-9 років</b> Розуміння потреб дітей вказаної вікової групи, прагнення самостійності і щире прагнення взаємодії з дорослими (саме в цьому віці діти намагаються допомагати дорослим, але часто стикаються з ігноруванням чи відмовою, бо</p>	<p>Продовження і удосконалення тематики супергероїв Оскільки в цьому віці діти емоційно можуть впоратися з більшою кількістю переживань (випробувань) - ускладнюється перелік сюжетів. На відміну від попереднього віку (3-5) дитина вже може сама без дорослого впоратися з більшою кількістю ситуацій (вибратися з підвалу, лісу тощо), організувати інших тощо. Але все ще важливо - героїв все ще не можна залишати дитину (героя) в стані невизначеності. Тематика дружби розширюється - потрапляння в новий колектив, розуміння і прийняття інакшості, конструктивне залагодження конфліктів тощо.</p>

<p>В цьому віці діти більшою мірою здатні не лише усвідомлювати свої емоції, але й краще розуміти емоції інших людей</p> <p>Рамка безпеки розширюється поняттями більшої взаємодії з навколишнім світом - безпека на вулиці, в транспорті, в інтернеті.</p>	<p>вони ще не такі вправні і взаємодія буває ускладненою).</p>	<p>Навички самообслуговування</p> <p>Контур безпеки - поведінка на вулиці, в громадському транспорті, безпека в інтернеті, що таке булінг, чому важливо його вчасно розпізнавати і не замовчувати - як відносно себе, так і відносно інших.</p> <p>В цьому віці діти вже більшою мірою здатні засвоювати інструкції - покрокові поради, як діяти в тих чи інших обставинах.</p>
<p><b>Діти 10-12 років</b> передпідлітковий вік - вік переходу від дитинства до юнацтва в різних дітей протікає по-різному. Хтось прагне швидше стати дорослим, хтось боїться розлучатися з дитинством. Діти потребують усвідомлення і пояснень, що з ними відбувається, підтримки з боку дорослих, що зміни, які відбуваються всередині них - це нормально. В цьому віці діти вже здатні краще піклуватися про себе і про навколишнє - допомагати батькам, піклуватися про молодших братів чи сестер чи домашніх тварин, сортувати сміття і брати участь у перших</p>	<p><b>Батьки 10-12 років</b> Розуміння потреб дітей вказаної вікової групи, робота з власною авторитетністю, власною самооцінкою, знання про особливості криз, створення сімейних ритуалів, які допоможуть пережити підлітковий вік.</p>	<p>Тема самотності - чому відбуваються зміни в тілі, чому часто змінюються емоції, чому виникає потяг ризикувати. Тема авторитетності дорослих, дружби, ідентифікації "хто я і чим відрізняюсь".</p> <p>Герої - не дорослі, але ті, хто виглядають на кілька років доросліше (не вік батьків)</p> <p>Тема грошей - чим я можу заробити тема впливу - що я можу зробити корисного, важливого.</p> <p>Дітям цієї вікової категорії важливо швидко бачити результат своїх зусиль - наприклад, як щось зробити своїми руками (з обов'язковим посильним готовим продуктом наприкінці).</p> <p>Відносини - дружба, любов, закоханість. Актуалізується тема екосвідомості та здорового способу життя.</p> <p>Навички самообслуговування</p> <p>Контур безпеки - тема гігієни в умовах дорослішання. Роз'яснення, що набуття певних навичок - запорука безпеки.</p>

<p>волонтерських проектах.</p>		<p>Розвиток критичного мислення. Як казати “ні” і пробудувати свої кордони</p>
<p><b>Підлітки 13-15 та 16-18 років</b> Ці дві аудиторії розглянуті разом, оскільки тематика і особливості однакові, відмінність лише в глибині і окремих аспектах. Період сепарації від батьків і усвідомлення себе окремими особистостями, самоідентифікації та самовизначення. Потреба в соціальному спілкуванні, друзі, визнанні серед ровесників. Активний пошук авторитетів поза межами сім’ї. Вимогливість до навколишнього світу.</p>	<p><b>Батьки підлітків 13-18 років</b> потребують усвідомлення, що відбувається з дітьми і побудови безконфліктної взаємодії з підлітками.  Тема сепарації, допомоги визначення смислу життя, в чому допомогти дитині, щоб вона обходилась без вас.</p>	<p>Особливої важливості набуває тональність спілкування - з підлітками не можна розмовляти, як з дітьми, вони сприймають це як загравання. Тональність спілкування ведучих чи героїв програм має бути на рівних, або ж з позиції авторитетного (але не авторитарного) ментора.</p> <p>Підлітки потребують допомоги в пошуку відповідей на запитання: “Хто я?”, “Чи нормальний я?”, “Чи нормально відрізнитися від інших?”, “Яку професію обрати?”, “Як реагувати на хейтерів”, “Як сказати ні”, “Як протистояти дорослим (як впоратися з їхньою могутністю, не втративши їхньої турботи)?”, а також великої кількості відповідей на питання, пов’язані з глобальною темою самотності.</p> <p>Тематика відносин розширюється - дружба, приязнь, любов, закоханість, сексуальність</p> <p>Творчий потенціал - розкриття різних граней потенціалу,</p> <p>Тема зовнішності, моди, здорового способу життя.</p> <p>Як досягти успіху - поради під авторитетів</p> <p>ЕКОсвідомість</p> <p>Контур безпеки - чимало процесів відбуваються в середині підлітків у зв’язку з пошуком відповідей</p>

		<p>та питання, наведені вище. у взаємодії з зовнішнім світом набуває актуальності тема безпеки в інтернеті і відповідно розвитку критичного мислення - як розпізнавати фейки, як уникнути кібербулінгу, безпека цифрового сліду тощо.</p> <p>Робота з тривогою, профілактика депресій, здоровий спосіб життя, навчання рефлексії, профілактика залежностей</p>
--	--	--

### **Врахування потреб національних меншин**

Згідно Концепції мовлення з тематики національних меншин НСТУ, завданнями суспільного мовника в цьому напрямку є:

- інформувати на регіональному рівні мовами нацменшин про події в регіоні, країні та світі, українською — про події пов'язані з життям нацменшин на регіональному та загальнонаціональному рівні;
- створювати майданчик для діалогу на суспільно-політичні теми із залученням представників нацменшин, як невід'ємної частини українського суспільства;
- допомагати формуванню відкритого громадянського суспільства;
- підтримувати повагу до культурного різноманіття;
- провадити просвітницьку діяльність;
- оберігати культурну спадщину нацменшин;
- пропагувати засади недискримінації за етнічною ознакою;
- сприяти збереженню й використанню мов національних меншин;
- підтримувати міжкультурне порозуміння та соціальну інтеграцію всіх членів суспільства.

В контексті дитячого і підліткового мовлення вважаємо необхідним доповнити цей перелік наступними завданнями:

- показувати національну і культурну різноманітність України як перевагу і сильну рису суспільства і держави;
- враховувати, що представники національних меншин мають бути серед наскрізних героїв і ведучих програм для дітей та підлітків;
- сприяти вивченню державної мови представниками національних меншин - розробка відповідних продуктів для цифрової платформи;

- в місцях компактного проживання національних меншин - надавати підтримку регіональним мовникам з розробки продуктів для дітей та підлітків з меншин, які б демонстрували переваги знання державної мови і повноцінної інтеграції в українське суспільство;
- шукати і використовувати в якості героїв чи ведучих програм успішних представників меншин, які досягли успіху в Україні;
- Платформи UA: ДОНБАС і UA: КРИМ потребують окремої концепції для роботи з дітьми та підлітками, яка сприятиме реалізації державної політики із приваблення молодих людей з окупованих та тимчасово непідконтрольних територій до українського інформаційного та культурного простору, інформуватиме про можливості навчання і роботи, показуватиме перспективу самореалізації в Україні.

### **Врахування потреб дітей та підлітків з особливими потребами**

Діти та підлітки з особливими потребами мають більшість тих же інтересів і турбот, що і інші їхні однолітки. Головна проблема і виклик, досі не подоланий з радянських часів - зробити людей з особливими потребами видимими, сприяти їх соціалізації, навчити людей толерантно ставитись до всіх членів громади і суспільства.

Тому важливо, щоб при розробці форматів і програм серед героїв анімації чи фільмів, серед ведучих та учасників програм були представлені діти і підлітки з особливими потребами. Це необхідно не лише останнім, щоб не відчувати себе вигнанцями, це потрібно також здоровим дітям і дорослим - інклюзивне середовище робить комфортним перебування всіх, допомагає краще зрозуміти потреби в тому числі і здорових людей.

При розробці цифрових продуктів важливо подбати про версії для людей з проблемами слуху і зору. Ця діяльність можлива у співпраці зі спеціалізованими благодійними організаціями (наприклад, ГО «Відчуй» [www.vidchui.org](http://www.vidchui.org) )

З 2018-го року в Україні впроваджується широка інклюзія в освітній сфері - інформування про її особливості, права і можливості сімей, в яких є діти з особливими потребами, роз'яснення їхніх прав також має стати важливою функцією суспільного мовника.

## V. КОНТЕНТ

### Формати та їхні пріоритети за платформами

Спираючись на вивчений міжнародний досвід суспільних мовників, пропонується наступні пріоритети впровадження дитячого контенту:

<b>ВІК</b>	<b>ТЕЛЕБАЧЕННЯ</b>	<b>РАДІО</b>	<b>ЦИФРОВА ПЛАТФОРМА</b>
3-5 років	анімація	казки	анімація, подкасти
6-9 років	анімація, ігрові шоу, програми (шоу) з наскрізними героями, пізнавальні програми, серіали	радіо - подкасти художніх творів для відповідного віку, радіопрограми пізнавального характеру, музичні програми	анімація, ігрові шоу, програми (шоу) з наскрізними героями, пізнавальні програми, серіали, он-лайн ігри, навчальний контент (узгоджений зі шкільною програмою)
10-12 років	програми (шоу) з наскрізними героями, серіали, ігрові шоу (змагання), пізнавальні програми з ведучими віку аудиторії, анімація	радіопрограми пізнавального характеру, музичні програми, подкасти художніх творів для відповідного віку радіо - подкасти художніх творів для відповідного віку, радіопрограми пізнавального характеру,	програми (шоу) з наскрізними героями, серіали, ігрові шоу (змагання), пізнавальні програми з ведучими віку аудиторії, анімація он-лайн ігри, навчальний контент (узгоджений зі

		музичні програми	шкільною програмою)
13-18 років	серіали, художні фільми, документальні фільми (в тч документальні ігрові, що включають реконструкцію подій), спеціалізовані підліткові випуски новин, ток-шоу та інші програми з ведучими віку аудиторії	інтерактивні радіошоу, конкурси, програми з ведучими відповідного віку, радіоінтерв'ю, подкасти художніх творів для відповідного віку	спеціалізовані випуски новин, ток-шоу та інші програми з ведучими віку аудиторії, серіали, художні фільми, он-лайн ігри, навчальний контент (узгоджений зі шкільною програмою)

### **Рамка індикаторів довіри до продуктів**

Інструментом моніторингу і коригування програмної політики в сфері дитячого і підліткового мовлення мають бути традиційні телевимірювання і соціологічні інструменти - кількісні та якісні.

Кількісні - включення запитань про дитяче та підліткове мовлення в омнібуси великих соціологічних досліджень - вимірювання знання, впізнаваності, популярності, довіри до обраних продуктів.

Якісні - проведення фокус-груп з представників цільових аудиторій, бажано як перед запуском продуктів, так і через певний час після запуску. Важливе залучення дослідницьких організацій та модераторів, які мають досвід роботи з дітьми та підлітками.

Критерії для вивчення - актуальність тематики для цільової аудиторії, релевантність формату, візуальна привабливість, особистість та якості ведучого (ведучої), прийнятність обраного хронометражу та часового слоту (для ефірних форматів).



## VI. РИЗИКИ ТА СПОСОБИ ЇХНЬОГО ПОДОЛАННЯ

РИЗИКИ	СПОСОБИ ПОДОЛАННЯ
Недофінансування всупереч Закону України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України».	Чітка розстановка пріоритетів, співпраця з донорами, урядовими (УКФ) та неурядовими і міжнародними організаціями (ЮНІСЕФ, МФВ тощо), до чийх програмних цілей входить робота з дітьми та підлітками.
Неефективне використання технічних і кадрових ресурсів.	Перегляд наявних ресурсів, визначення пріоритетів, робота за попередньо затвердженим планом.
Відсутність дитячої аудиторії на платформах НСТУ.	Робота з дорослими (батьками) з метою зацікавити, продемонструвати цінність і корисність дитячого та підліткового контенту як для самостійного перегляду дітьми, так і для спільного перегляду. Контент має допомагати дорослим глядачам знайти відповіді на запитання, які виникають у взаємодії з дітьми.
Порівняно незначний обсяг часу для дитячого і підліткового контенту на телебаченні і радіо згідно ліцензійних умов.	Розбудова спеціалізованих інтернет-порталів, як і не обмежені часовими рамками, створення для них окремого контенту для дітей та підлітків.
Відсутність суспільного запиту на дитячий і підлітковий контент НСТУ.	Формування у відповідній аудиторії потреби в якісному дитячому та підлітковий контенті. Комунікаційна робота з аудиторією та стейкхолдерами НСТУ з метою створити громадський запит і зафіксувати важливість створення дитячого і підліткового контенту як частини місії суспільного мовлення. Акцент на унікальності тем, які обирають для висвітлення: вони мають відповідати запитам вікових аудиторій і мати цінність для перегляду.

Потенційна зміна Наглядової Ради та Правління.	Опора на відповідні суспільні інститути, зокрема громадські організації, що сприяють розбудові демократичного суспільства, задля збереження керівництвом ПАТ НСТУ визначених місії, цілей та завдань.
--	---

## VII. ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

Наявне виконання ліцензійних умов робить дитячий і підлітковий контент не пріоритетним на телебаченні і частково пріоритетним на радіо, де функціонує окремий молодіжний канал «Промінь». В той же час цей контент може стати в пріоритеті на цифрових платформах. Тому першочерговими завданнями НСТУ на 2021 рік вбачається:

### **1. Створення плану реалізації Концепції дитячого і підліткового мовлення НСТУ.**

Він має базуватися на цій Концепції, додатково містити перелік управлінських кроків, форматів і продуктів, а також календарне планування і бюджет.

### **2. Створення окремої редакції дитячого та підліткового мовлення.**

Завдання редакції - створення власних продуктів, підпорядкованих унікальній місії та меті дитячого та підліткового мовлення Суспільного, запропонованих в цій Концепції і детально описаних в Стратегії. Зважаючи на досліджений світовий досвід, редакція має містити щонайменше 2 відділи, які окремо працюватимуть над продуктами для молодшої та старшої вікової групи. В штаті (або на постійному зовнішньому контракті) редакції обов'язково має бути щонайменше один дитячий психолог, кваліфікований у віковій психології, який має бути залучений на всіх етапах виробництва - від розробки ідеї до випуску продукту.

### **3. Створення дитячої цифрової платформи суспільного мовлення.**

Враховуючи особливості молодого покоління, яке практично не дивиться телевизор, цифрова платформа буде головним каналом для дитячої аудиторії. Синергія між різними носіями могла б вирівняти ситуацію, дозволивши всім платформам НСТУ позиціонувати себе як такі, що мають потужний дитячий та підлітковий контент.

Варто зазначити, що вже сьогодні в активі НСТУ є два детально розроблених проекти:

- Suspilne.kids - мультимедійна, інтерактивна платформа для дітей кількох вікових категорій: від 1 до 3 років, 4-6 років, та 7-9 років, а також їхніх батьків та бабусь і дідусів.
- «Скрол» - цифрова платформа з контентом для підлітків (учні 10-11 класів).

Реалізація одного з цих проєктів може бути розпочата в 2021, залежно від наявності фінансування.

#### **4. Розширення позиціонування Суспільного і використання в цьому можливостей Українського радіо.**

Одне із завдань дитячого та підліткового мовлення Суспільного - позиціонування його як мовника для цієї аудиторії. Історично склалося, що Українське радіо володіє унікальними матеріально-технічними та кадровими можливостями для позаефірної активності. Ці активи разом з особливим міжнародним статусом НСТУ як суспільного мовника створили унікальний проєкт “Я віртуоз”, який може стати одним з локомотивів зміни позиціонування Суспільного і початку асоціювання мовника з дитячою аудиторією.

#### **5. Посилення співпраці різних активів і платформ НСТУ задля реалізації дитячого і підліткового мовлення.**

При розробці плану реалізації цієї Концепції важливо залучити і використати сильні сторони кожного з активів НСТУ. Враховуючи розуміння, що молоде покоління надає перевагу онлайн платформам та інструментам, важливо не покладати всю відповідальність за впровадження концепції на цифровий департамент НСТУ, а організувати співпрацю, за якої буде можливим вироблення відео та аудіоконтенту телевізійними та радійними підрозділами для дистрибуції на цифрових платформах.

#### **6. Адвокаційна робота з Кабінетом міністрів та Верховною Радою з метою виконання законодавства щодо фінансування НСТУ, в тому числі виділення бюджету на створення дитячого та підліткового мовлення.**