

Програма розвитку НСТУ

*Претендентки на посаду
голови правління НСТУ
Сакада Л.М.*

Найсильнішою стороною НСТУ є потужний медіа-ресурс, яким не може похвалитися жодне комерційне ТБ:

- загальнонаціональні телеканали (“Суспільне ТБ”, “UA:Культура”)
- 24 регіональні канали UA: Регіон
- “Українське радіо”, радіо “Промінь”, радіо “Культура”
// до ювілею Лесі Українки з’явилося “Радіо: Леся”, яке мені особливо запало в душу//
- Сайт suspilne.media
- Будинок звукозапису
- Заслужений академічний симфонічний оркестр
- Академічна хорова капела
- Великий дитячий хор
- Тріо бандуристів

А найслабкіша сторона НСТУ в тому, що мало хто суспільстві знає про таку українську медіа-імперію, її потенціал та історію.

Вважаю за необхідне розробити і запропонувати стратегію популяризації Суспільного, щоб за наступні 4 роки “кожна бабця й її онуки знали”, що оркестр українського радіо був створений раніше за оркестр британського BBC! В 1929 році.

Аналізуючи конкурентне середовище, порівнявши рейтинги з комерційними каналами, стає очевидним, що поборотися за глядача в царині інформаційного мовлення, або постановочних талант-шоу, або кіновиробництві на даному етапі розвитку Суспільне не зможе. Але в змозі

запропонувати неординарні формати і цим привернути глядацьку увагу і повагу до суспільного мовника.

Найрейтинговішими програмами Суспільного є трансляції спортивних змагань, Олімпійських ігор та Євробачення. І це треба використати для популяризації суспільного мовника - зробити яскраві, дотепні міжпрограмні ролики. *На кшталт, розмовляє на футбольному матчі британець з українцем, хвалиться своїм BBC, а продвинутий українець каже, що в Україні оркестр на радіо з'явився раніше, ніж на BBC!*

Суспільне має запропонувати суспільно-важливі проєкти. Наприклад, зробити щорічним **бал для тих, хто отримав найвищі бали за ЗНО**, щоб країна знала своїх героїв, а в суспільстві панував культ знань.

Особливою перлиною Суспільного мають стати дебати. Національні дебати. Пропоную новий для українського глядача, та й не тільки українського, формат. **Політичні дебати у супроводі симфонічного оркестру і хору!** Оркестр і хор має стати співведучими проєкту. Вони гармонізують атмосферу в студії, налаштовують дискусію на “високу ноту”, у разі, якщо політики виходять з берегів – влаштовують какофонію і призупиняють дискусію, запропонували музичну паузу.

В умовах несталого державного фінансування, суспільний мовник не може запропонувати глядачеві випробувані рейтингові високо бюджетні проєкти, альтернативою може стати формат “зроби Україну своєю командою”.

В якості експерименту пропоную в ювілейний рік 150-річчя від дня народження Лесі Українки запуснути проєкт **“Лесине морозиво”**. Взявши до уваги той біографічний факт, що улюбленим десертом поетеси було ожинове морозиво, запропонувати глядачеві відродити рецепт і запуснути серійне виробництво.

Щоб глядач інтерактивним голосуванням керував усім процесом - від ідея до втілення: визначав рецептуру, дизайн креманки або упаковки, фабричне або крафтове

виробництво, ознайомився з правилами ціноутворення і проголосував за морозиво класу “люкс” чи “економ варіант”?...

Щоб створений “поетичний десерт” глядачами UA:Суспільне мовлення став солодкою візитівкою України і обов’язковим смаколикком для школярів та студентів. Щоб “Лесиним морозивом” 1-го Вересня смакували першачки, а випускники зустрічали з ним схід сонця...

Новаторство цього проекту в тому, що глядач стане учасником реального стартапу, вперше побачить весь процес запуску нової продукції, відчує себе маркетологом, бізнесменом і благодійником... Суспільне запропонує з кожної проданої пачки “Лесиного морозива” певний відсоток на розвиток мовника.

Цей проект може стати лакмусовим папірцем, своєрідним тестом, чи готові українці розглянути можливість пожертв на Суспільне?

Звичайно, поки НСТУ фінансується державою, не можна вважати, що Україна має незалежний самодостатній суспільний мовник... Серед альтернативних джерел фінансування можна запропонувати українцям у кращі часи розглянути можливість замінити “податок на війну” “податком на культуру”.

За даними Держказначейства військовий збір становив:

2014-го 2 млрд 523 млн грн.

2015-го 9 млрд. 153 млн грн.

2016-го 11 млрд. 457 млн грн.

2017-го 15 млрд. 67 млн грн.

2018-го 18 млрд. 723 млн грн.

2019-го 12 млрд. 603 млн

Всього 70 млрд грн.

На моє глибоке переконання, найбільшим надбанням українців є культура, відповідно і канал “UA:Культура”. Саме він і має стати флагманом НСТУ!

До того ж цей канал поза всякою конкуренцією, адже комерційне ТБ фактично відмовилося від новин культури, вважає культуру мало рейтинговим явищем і тому ігнорує цей феномен.

І саме той факт, що Суспільне покликане сприяти розвитку культурного капіталу українців і забезпечувати задоволення культурних потреб суспільства виправдовує узаконення “податку на культуру”, або впровадження абонентської плати за Суспільне.

Щодо бачення розподілу повноважень між членами правління. Вважаю, що мають бути відповідальні за юридичний напрям, фінансовий, творчий, інформаційний. Всього – 4.

Найбільше очікування від результатів роботи на посаді голови правління за 4 роки - щоб **“Суспільне ТБ - частина Тебе”** стало брендом, про який знають і ретроградна бабця, яка пореєється на городі й продвинутий український ІТ-фахівець, який збирається полетіти на Марс в кораблі Ілона Маска.