

СХВАЛЕНО
Протоколом засідання
Наглядової ради АТ «НСТУ»
від 24 листопада 2020 року № 47

**КОНЦЕПЦІЯ ДИТЯЧОГО ТА ПІДЛІТКОВОГО МОВЛЕННЯ
акціонерного товариства
«Національна суспільна телерадіокомпанія України»
2020**

ЗМІСТ

Про документ

I. Суспільне мовлення для дітей і підлітків в Україні та Європі у 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 мовлення на національному і регіональному рівні)
- Цілі та завдання

III. Ціннісна рамка

- Суспільне мовлення для дітей та підлітків як невіддільна частина загальної місії та стратегії НСТУ
- Суспільне мовлення для дітей та підлітків як частина процесу інтеграції України до Євросоюзу
- Суспільне мовлення для дітей та підлітків як флагман впровадження гуманістичних цінностей в українському суспільстві
- Суспільне мовлення для дітей і підлітків як платформа для виховання громадянської свідомості та патріотизму

IV. Аудиторії та їхні потреби

- Розподіл аудиторій за віком і відповідні вікові потреби
- Врахування потреб національних меншин

- Врахування потреб дітей та підлітків з інвалідністю

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 акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (далі – НСТУ, Суспільне мовлення). Концепція визначає засадничі принципи і напрями роботи з дитячою та підлітковою аудиторіями Суспільного мовлення.

Концепція спирається на Закон України «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України», місію Суспільного мовлення, 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 у сучасному світі.

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

Документ побудований як цілісний проєкт, в якому концепція дитячого та підліткового мовлення НСТУ розкривається від задекларованих місії та 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 НСТУ має стати створення плану реалізації цієї Концепції.

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

Дитяче та підліткове мовлення на Суспільному

1. Законодавча база

У Законі України «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 (відповідно до 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 на добу;
- Радіо «Культура» – 10 хв на добу.

Ліцензії містять окремі зобов'язання щодо науково-просвітницького, розважального та інших жанрів мовлення, у межах яких може транслюватися контент для молодіжної аудиторії.

3. Наявні стратегія, планування, організаційна структура

Стратегії дитячого та підліткового мовлення НСТУ наразі не існує, її розроблення заплановано на 2021 рік. Так само на наступний рік заплановано розроблення відповідної маркетингової стратегії. Наразі дані щодо наявних вікових груп усіх існуючих медіаплатформ НСТУ демонструють, що дитяча та підліткова аудиторії на них практично відсутні.

Відповідно, станом на сьогодні в компанії не існує ані окремого структурного підрозділу, що опікувався би дитячим та підлітковим мовленням, ані синергії та узгодженості роботи в цьому напрямі між наявними підрозділами та медіаактивами. Відсутність спільного бачення та єдиного центру керівництва погіршує дистрибуцію наявних продуктів для дітей та підлітків, які вже існують.

4. Наявні конкуренти серед вітчизняних мовників: перспективні напрями розвитку

Рівень конкуренції за дитячу та підліткову аудиторії в українському медіапросторі 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).

У той самий час у 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 переліку першочергових цілей при подальшому розробленні 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), дає змогу виділити такі загальні риси (докладніше див. додаток 1):

1. Усі перелічені суспільні мовники мають окремі редакції мовлення для дітей та підлітків («дитячі» та «підліткові» редакції можуть навіть виступати під іншими брендами, що відрізняються від бренду «материнських» компаній.

2. Усі 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 з прийнятним для підлітків стилем 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, у кожного мовника мають своє фокусування і виразно відрізняються – відповідно до цілей та завдань, які кожен мовник вважає ключовими для виховання в молодій генерації своєї країни.

Наприклад, у 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 й сучасних культурних діячах зокрема.

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

Місія (унікальна роль Суспільного мовлення на національному і регіональному рівні)

Місія 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». Таким чином, Суспільне мовлення та його контент мають слугувати суспільству і задовольняти потреби всіх соціальних та вікових категорій і верств суспільства.

У Стратегії НСТУ на 2020–2022 роки серед цілей компанії зазначено: «...**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 загальні межі, спрямовані 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 мовлення 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 мовлення 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 мовлення 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, а згодом – країні (молодь).

Цілі та завдання

Реалізація місії дитячого та підліткового мовлення НСТУ, 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 вчитися: освіта, самоосвіта, розуміння системи освіти і як нею користуватися, 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 із залучення лояльної аудиторії Суспільного мовлення наступних поколінь, заохочуючи їх, починаючи з дитячих та підліткових форматів, що вписані у загальну рамку та пронизані наскрізною тематикою Суспільного мовлення.

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 мовлення;

– збудувати як мінімум дзеркало мовника в діджитал-форматі та соцмережах, а як максимум – створити унікальний діджитал-контент, який приваблюватиме дитячу і підліткову аудиторію.

Розуміння цілей і завдань дитячого та підліткового мовлення має допомогти у визначенні пріоритетних тем при розробленні 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 невіддільна частина загальної місії та стратегії НСТУ

Місія українського Суспільного мовника, затверджена Наглядовою радою 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».

Таким чином, Суспільне мовлення та його контент мають слугувати суспільству і задовольняти потреби всіх соціальних та вікових категорій і верств суспільства.

Суспільне мовлення для дітей та підлітків як частина процесу інтеграції України до Євросоюзу

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 своєї аудиторії дитяче та підліткове мовлення НСТУ, у питанні цінностей Суспільне мовлення спиратиметься на Договір про Європейський Союз, зокрема, на статтю 2 Договору:

«Союз засновано на цінностях поваги до людської гідності, свободи, демократії, рівності, верховенства права та поваги до прав людини, зокрема осіб, що належать до меншин. Ці цінності є спільними для всіх держав-членів у суспільстві, де панує плюралізм, недискримінація, толерантність, правосуддя, солідарність та рівність жінок і чоловіків».¹

¹ Повний текст Договору про Європейський Союз на сайті Верховної Ради України за посиланням: https://zakon.rada.gov.ua/laws/show/994_b06#n2

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 та всебічний розвиток її чеснот і талентів. 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 на території Донецької та Луганської областей потребують коректного висвітлення на платформах Суспільного мовлення, у тому числі для дитячої та підліткової аудиторії. Тема війни, її наслідків, переживання травматизації потребують окремого опрацювання й адаптації для дитячої аудиторії із залученням відповідних фахівців для розроблення форматів і продуктів.

IV. АУДИТОРІЇ ТА ЇХНІ ПОТРЕБИ

Розподіл аудиторій за віком і відповідні вікові потреби

Під час опису аудиторій враховувалися кілька визначальних аспектів:

1. Аудиторія дитячого мовлення за типом є дуже вимогливою і сегментованою, при цьому НСТУ має зовсім мало годин ефірного мовлення, передбаченого для дітей.
2. Ключова аудиторія Суспільного мовлення є дорослою, тому найбільший виклик – залучити на «дорослі» за суспільною увагою канали та онлайн-платформи дітей.
3. Залучити дітей на «дорослі» телеканали за наявності доступних повністю дитячих телеканалів можливо лише одним способом – пропонуючи унікальний контент, до якого будуть лояльні й дорослі – головні споживачі телеканалів.
4. Створити унікальний контент можна, лише чітко розуміючи потреби аудиторії і виправдовуючи її очікування.
5. Головне завдання для роботи з дорослою аудиторією в межах 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.

Зважаючи на вищенаведене, запропоновано таку сегментацію аудиторій (докладніше див. додаток 3):

<p>Діти 3–5 років. 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 уміння їх конструктивно висловлювати.</p>	<p>Батьки дітей 3–5 років (чи будь-які дорослі, які опікуються дітьми відповідного віку). Розуміння потреб дітей вказаної вікової групи. Зрозуміти, що відбувається з дітьми і як з ними взаємодіяти. Уже в цьому віці важливо давати дитині можливість стикатися з наслідками своїх дій (звісно, пам’ятаючи базові правила безпеки), як обирати посильні та відповідні віку завдання для дитини, які обирати книги, відеопродукти активності для спільної діяльності з дитиною.</p>	<p>Тематика, особливості, безпекова рамка: Виклики фізичної безпеки – пізнання дитиною гострого, гарячого, висоти, води тощо) та соціальної безпеки (взаємодія з іншими дітьми, взаємодія з незнайомцями тощо).</p> <p>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>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>Діти 6–9 років. Етап молодшого шкільного віку – період більш усвідомленої самостійності і набуття здатності справлятися з більшою кількістю викликів (складніших ситуацій). Дитина може і прагне пізнавати складніші феномени і процеси, а також активно прагне співтворити, розвивати і адаптовувати під свої потреби інформаційний продукт, який вона споживає.</p> <p>У 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>Батьки дітей 6–9 років. Розуміння потреб дітей вказаної вікової групи, прагнення самостійності та щире прагнення взаємодії з дорослими (саме в цьому віці діти намагаються допомагати дорослим, але часто стикаються з ігноруванням чи відмовою, бо вони ще не такі вправні, і взаємодія буває ускладненою).</p>	<p>Тематика, особливості, безпекова рамка: Продовження й 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 років) дитина вже може сама без дорослого впоратися з більшою кількістю ситуацій (вибратися з підвалу, лісу тощо), організувати інших тощо. Проте важливо пам'ятати, що дитину (героя) все ще не можна залишати в стані невизначеності. Тематика дружби розширюється – потрапляння в новий колектив, розуміння і прийняття інакшості, конструктивне залагодження конфліктів тощо.</p> <p>Навички самообслуговування.</p> <p>Контур безпеки – поведінка на вулиці, у громадському транспорті, безпека в інтернеті, що таке булінг, чому важливо його вчасно розпізнавати і не замовчувати – як стосовно себе, так і стосовно інших.</p> <p>У цьому віці діти вже більшою мірою здатні засвоювати інструкції – покрокові поради, як діяти в тих чи інших обставинах.</p>
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>Діти 10–12 років. 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. У цьому віці діти вже здатні краще піклуватися про себе і про навколишнє – допомагати батькам, піклуватися про молодших братів чи сестер, про домашніх тварин, сортувати сміття і брати участь у перших волонтерських проектах.</p>	<p>Батьки дітей 10–12 років. 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>Тематика, особливості, безпекова рамка: 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>Стосунки – дружба, любов, закоханість. Актуалізується тема екосвідомості та здорового способу життя. Навички самообслуговування.</p> <p>Контур безпеки – тема гігієни в умовах дорослішання. Роз’яснення, що набуття певних навичок – запорука безпеки. Розвиток критичного мислення. Як казати «ні» і вибудовувати власні кордони.</p>
-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

<p>Підлітки 13–15 та 16–18 років. Ці дві аудиторії розглянуті разом, оскільки тематика й особливості однакові, відмінність лише в глибині і окремих аспектах.</p> <p>Період сепарації від батьків і усвідомлення себе окремими особистостями, самоідентифікації та самовизначення. Потреба в соціальному спілкуванні, друзях, визнанні серед ровесників. Активний пошук авторитетів поза межами сім'ї. Вимогливість до навколишнього світу.</p>	<p>Батьки підлітків 13–18 років.</p> <p>Потребують усвідомлення, що відбувається з дітьми і побудови безконфліктної взаємодії з підлітками.</p> <p>Тема сепарації, допомоги визначення смислу життя, у чому допомогти дитині, щоб вона обходилась без вас.</p>	<p>Тематика, особливості, безпекова рамка:</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 відрізнятись 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. Тематика відносин розширюється – дружба, приятельство, 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 відбувається всередині підлітків у зв'язку з пошуком відповідей та питання, наведені вище. У взаємодії із 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 з Концепцією мовлення з тематики національних меншин НСТУ завданнями Суспільного мовлення в цьому напрямі 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.

У контексті дитячого та підліткового мовлення є доцільним доповнити цей перелік такими завданнями:

- висвітлювати 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 – розроблення відповідних продуктів для цифрової платформи;
- у місцях компактного проживання національних меншин – надавати підтримку регіональним мовникам з розроблення продуктів для дітей та підлітків з національних спільнот, які б демонстрували переваги знання державної мови і повноцінної інтеграції в українське суспільство;
- шукати і залучати як 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 інвалідністю

Діти та підлітки з інвалідністю мають більшість тих же інтересів і турбот, що й їхні однолітки. Головна проблема і виклик, досі не подоланий з радянських часів, – зробити людей з інвалідністю видимими, сприяти їхній соціалізації, навчити людей толерантно ставитися до всіх членів громади і суспільства.

Тому важливо, щоб при розробленні форматів і програм серед героїв анімації чи фільмів, серед ведучих та учасників програм були представлені діти і підлітки з інвалідністю. 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, у тому числі й здорових людей.

При розробленні цифрових продуктів важливо подбати про версії для людей з вадами слуху і зору. Ця діяльність можлива у співпраці зі спеціалізованими благодійними організаціями (наприклад, ГО «Відчуй» 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 інвалідністю, роз'яснення їхніх прав також має стати важливою функцією Суспільного мовлення.

V. КОНТЕНТ

Формати та їхні пріоритети за платформами

Спираючись на вивчений міжнародний досвід суспільних мовників, пропонуються такі пріоритети впровадження дитячого контенту:

Вік	Телебачення	Радіо	Цифрова платформа
3–5 років	Анімація	Казки	Анімація, подкасти
6–9 років	Анімація; ігрові шоу; програми (шоу) з наскрізними героями, пізнавальні програми; серіали.	Радіоподкасти художніх творів для відповідного віку; радіопрограми пізнавального характеру; музичні програми.	Анімація; ігрові шоу; програми (шоу) з наскрізними героями, пізнавальні програми; серіали; онлайн-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; радіоподкасти художніх творів для відповідного віку, радіопрограми пізнавального характеру; музичні програми.	Програми (шоу) з наскрізними героями, серіали; ігрові шоу (змагання), пізнавальні програми з ведучими віку аудиторії; анімація; онлайн-ігри, навчальний контент (узгоджений зі шкільною програмою).
13–18 років	Серіали, художні фільми, документальні фільми (у тому числі 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; онлайн-ігри, навчальний контент (узгоджений зі шкільною програмою).

Рамка індикаторів довіри до продуктів

Інструментом моніторингу і коригування програмної політики у сфері дитячого та 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 з вимірювання знання, впізнаваності, популярності, довіри до обраних продуктів.

Якісні – проведення досліджень 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, а також міжнародними організаціями (ЮНІСЕФ, МФВ тощо), до програмних цілей яких включено роботу 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 під час взаємодії з дітьми
Порівняно незначний обсяг часу для дитячого і підліткового контенту на телебаченні і радіо згідно з ліцензійними умовами	Розбудова спеціалізованих інтернет-порталів, які не обмежені часовими рамками, створення для них окремого контенту для дітей та підлітків
Відсутність суспільного запиту на дитячий і підлітковий контент НСТУ	Формування у відповідної аудиторії потреби в якісному дитячому та підлітковому 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 НСТУ визначених місії, цілей та завдань
-----------------------------------------------	--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

VII. ВИСНОВКИ ТА РЕКОМЕНДАЦІЇ

За наявного виконання ліцензійних умов дитячий і підлітковий контент є неперіоритетним на телебаченні та частково пріоритетним на радіо, де функціонує окремий молодіжний канал «Радіо «Промінь». Водночас цей контент може стати у пріоритеті на цифрових платформах. Тому першочерговими завданнями НСТУ на 2021 рік вбачаються:

1. Створення плану реалізації Концепції дитячого і підліткового мовлення НСТУ. План 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 і підліткового мовлення НСТУ, запропонованих у цій Концепції і детально описаних у Стратегії. Зважаючи на досліджений світовий досвід, редакція має містити щонайменше 2 відділи, які окремо працюватимуть над продуктами для молодшої та старшої вікових груп. У штаті (або на постійному зовнішньому контракті) редакції обов’язково має бути щонайменше один дитячий психолог, кваліфікований у віковій психології, залучення якого необхідне на всіх етапах виробництва – від розроблення ідеї до випуску продукту.

3. Створення дитячих цифрових платформ Суспільного мовлення. Враховуючи особливості молодого покоління, яке практично не дивиться лінійне телебачення, цифрова платформа буде головним каналом для дитячої аудиторії. Синергія між різними носіями могла би вирівняти ситуацію, надавши можливість всім платформам НСТУ позиціонувати себе як такі, що мають потужний дитячий та підлітковий контент.

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

– 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, бабусь і дідусів.

– «Скрол» – цифрова платформа з контентом для підлітків (учні 10–11 класів).

Реалізація одного з цих проектів може бути розпочата у 2021 році, залежно від наявності фінансування.

4. Розширення позиціонування НСТУ, зокрема шляхом використання можливостей Українського радіо. Одне із завдань дитячого та підліткового мовлення НСТУ – 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 НСТУ і початку асоціювання мовника з дитячою аудиторією.

5. Посилення співпраці між різними медіаактивами і платформами НСТУ задля реалізації дитячого та підліткового мовлення. При розробленні плану реалізації цієї Концепції важливо залучити і використати сильні сторони кожного з медіаактивів НСТУ. Розуміючи, що молоде покоління надає перевагу онлайн-платформам та інструментам, важливо не покладати всю відповідальність за впровадження концепції на дирекцію цифрових платформ НСТУ, а організувати співпрацю, за якої буде можливим вироблення відео- та аудіоконтенту телевізійними та радійними підрозділами для дистрибуції засобами цифрових платформ.

6. Посилення співпраці з провідними українськими молодіжними організаціями, а також міжнародними молодіжними організаціями, представленими в Україні. Наглядова рада НСТУ в близькій перспективі розгляне можливість утворення дорадчого органу, до складу якого увійдуть представники провідних українських молодіжних організацій, зокрема таких, що мають мережі представництв у регіонах України, а також представники міжнародних молодіжних організацій, що здійснюють свою діяльність в Україні, та інші стейкхолдери у сфері молодіжної політики. Такий орган допоможе Суспільному мовленню отримувати регулярний зворотний зв'язок щодо роботи з дитячою та підлітковою аудиторіями від представників молодіжних об'єднань, налагодити інституційні зв'язки НСТУ зі стейкхолдерами у сфері молодіжної політики, а також залучати молодіжні об'єднання до участі та популяризації ключових подій Суспільного мовлення для дитячої та підліткової аудиторій, таких як Дитячий пісенний конкурс Євробачення, Всеукраїнський радіодиктант національної єдності, конкурс «Євробачення юних музикантів», конкурс «Я – віртуоз» та інші, що сприятиме підвищенню уваги та залученості аудиторії до подій мовника.

7. Розгляд доцільності виробництва спеціалізованого контенту для молодіжної аудиторії, старшої за 18 років. У перші роки втілення цієї концепції буде зроблено акцент на роботу з дитячою та підлітковою аудиторіями як такими, що мають виразні потреби, які може задовольнити НСТУ. У перспективі компанія розгляне доцільність виробництва окремого контенту для молодіжної аудиторії, старшої за 18 років, визначивши її потреби та аналогічний досвід інших суспільних мовників.

8. Адвокаційна робота з Кабінетом Міністрів України та Верховною Радою України з метою виконання наявних гарантій фінансування НСТУ, а також зміцнення таких гарантій. Зусилля НСТУ, серед іншого, спрямовуватимуться на адвокацію запровадження більш захищеної моделі фінансування НСТУ та адвокацію виділення фінансування з метою створення дитячого та підліткового контенту.

Голова Наглядової ради

С.В. ОСТАПА

Секретар Наглядової ради

В.В. МІСЬКИЙ