

Концепція регіонального мовлення

ПАТ «НСТУ» на 2020 – 2021 роки

У 2018 – 2019 роках функціонування регіональних підрозділів ПАТ «НСТУ» обумовлювалося структурною та контентною реформами. Серед показників успішності трансформації регіонального мовлення, які були визначені на початку реформи, варто назвати виконання таких пунктів:

усі філії отримали лого «UA:» як свідчення дотримання принципів та стандартів Суспільного мовлення щодо надання аудиторії неупередженої та збалансованої інформації;

відбулась універсалізація програмних концепцій мовників відповідно до мети та завдань регіонального мовлення;

було налагоджено взаємодію із загальнонаціональними мовниками: спільна робота під час виборів та спеціальних подій;

запущено у виробництво експериментальні проєкти: виїзні студії, спеціальні проєкти із залученням ПТС, спільні міжрегіональні тематичні проєкти;

налагоджено систему відкритих відборів проєктів з подальшим стороннім виробництвом;

розроблено та впроваджено систему моніторингу якості регіонального контенту відповідно до напрямів та платформ мовлення;

опрацьовано та запущено зведене оцінювання ефективності роботи структурних підрозділів;

проведено перші дослідження аудиторії щодо особливостей медіаспоживання в регіонах.

З об'єктивних причин, серед яких недофінансування Суспільного мовника, не було запущено єдину трафік-систему для програмування та обліку контенту та не було оновлено технічний стан ефірних апаратних (вдалося оновити лише в 8 філіях завдяки підтримці міжнародних партнерів).

Станом на 2019 рік регіональне мовлення має таку структуру:

23 регіональних телеканали, у тому числі платформи, що забезпечують мовлення мовами національних меншин (UA: Закарпаття, UA: Одеса, UA: Буковина), та об'єднаний телеканал Донецької та Луганської областей, що мовить на підконтрольні та тимчасово окуповані території (UA: Донбас);

супутниковий телеканал міжнародного мовлення UA: КРИМ (мовлення визначається окремою концепцією з урахуванням задоволення інформаційних потреб корінних народів Криму);

регіональне радіомовлення, що здійснюється в межах загальнонаціонального радіоканалу Суспільного мовника УР-1 у відповідних часових проміжках та згідно з Концепцією радіомовлення ПАТ «НСТУ» (з урахуванням особливостей радіоплатформ «Ужгород» і «Тиса» у філії

«Закарпатська регіональна дирекція» та «Пульс» і «Голос Донбасу» у філії ПАТ «НСТУ» «UA: Донбас»);

діджитал-мовлення, що здійснюється в рамках концепції «digital first» і забезпечується через офіційні сайти філій, співпрацю на новинному сайті, уніфікацію найменувань та візуального супроводу матеріалів, які розміщуються відповідно до контент-плану для регіональних сторінок.

Аналіз виробничих планів філій за 2018 – 2019 роки показав:

перевиконання виробництва суспільно-політичного мовлення;
фактичне невиконання планів щодо виробництва ранкових новинних блоків;

стабільний недобір розважального та просвітницького мовлення;
перевищення запланованого спецмовлення: виїзні студії, спецпроекти із залученням ПТС;

перенавантаження штатних працівників через розірваний виробничий цикл у будні та додаткове навантаження у вихідні дні;

поточний відтік кадрів через неконкурентну заробітну плату.

Планування обсягів виробництва контенту філіями Суспільного мовника в майбутньому має враховувати як попередній досвід, так і пріоритети розвитку ПАТ «НСТУ» в цілому і базуватися на даних досліджень особливостей регіонального медіаспоживання, що були проведені в Рівненській, Львівській, Івано-Франківській, Харківській, Сумській, Дніпропетровській, Миколаївській областях у 2019 році.

Згідно з даними зазначених досліджень основними мотивами телеперегляду для жителів області є:

1. бути в курсі місцевих та світових новин;
2. відволіктися від життєвих проблем;
3. розваги.

Регіональні медіа сприймаються аудиторією як канали про важливі події регіону, рідше – як джерело розваг чи позитиву. Здебільшого глядачі приділяють телеперегляду від однієї до двох годин у будні, зі зростанням телеперегляду у вихідні – до 4 годин. Регіональні канали глядачі переглядають зазвичай 2-3 рази на тиждень і рідше. Радіо має менше охоплення і використовується для прослуховування або новин, або музики.

Згідно зі стратегією розширення регіонального мовлення у загальнонаціональному радіоефірі, регіональні радіоредакції вироблятимуть власний контент для локальної аудиторії та спільно з командами УР-1, УР-2 та УР-3 - контент для загальнонаціональної аудиторії. Планується збільшення регіонального мовлення в ефірі національних станцій на 5-10 відсотків.

Все більше значення для українського глядача має картинка, яку вони бачать на екранах. Очевидно, що досягнення високої якості зображення, яке б дало змогу регіональним мовникам конкурувати навіть на локальному медіаринку, повністю залежить від можливості оснащення кожного регіонального офісу сучасним обладнанням, а в межах 23-х повноцінних

телеканалів – це сотні мільйонів коштів платників податків. Разом з тим відбувається поступовий перехід на споживання медіаінформації через діджитал-платформи, тому телевізійне мовлення, що є більш дорогим у виробництві, має максимально зосередити свої ресурси для виконання найважливіших завдань.

Підсумовуючи вищесказане, наступний етап трансформації регіонального мовлення, що почнеться у 2020 році і буде логічно завершений у 2021 році, зосереджуватиметься на:

- 1) налагодженні ефективного використання виробничих потужностей та зміні способів доставки сигналу;
- 2) організаційній перебудові та переході на проєктний менеджмент;
- 3) підвищенні легітимності філій серед регіональних спільнот.

За умови виконання попередніх етапів з кінця 2020 року стануть можливими регулярно дослідження аудиторії регіонального мовлення і відповідне програмування контенту.

1. Налагодження ефективного використання виробничих потужностей та зміна способів доставки сигналу

Керуючись принципами ефективного розподілу ресурсів та максимального використання потенціалу філій, Суспільне мовлення України планує створення системи накопичення та розповсюдження контенту, що стане основою для роботи мережі регіональних телеканалів. Суспільні мовники світу поступово впроваджували систему єдиної міжрегіональної платформи, витрачаючи на дослідження та реорганізацію десятки років. На жаль, враховуючи суспільний запит на «швидкі та прості зміни», тиск та складнощі бюрократичних процедур, Суспільне мовлення не має ані часу, ані можливості надалі існувати в старій парадигмі. Запуск системи централізованого накопичення та розповсюдження контенту (далі - міжрегіональна платформа) дасть змогу Суспільному змінити підхід до виробництва та програмування, налагодити якісну доставку сигналу, відшукати та завоювати свою унікальну аудиторію і зосередити всі свої зусилля на найбільш значущому контенті. Регіональні студії в кожному регіоні країни продукуватимуть унікальний інформаційно-аналітичний контент в межах регіональних блоків. Основу стороннього виробництва складатимуть просвітницькі програми, що вироблені сторонніми продакшнами на замовлення Суспільного і відповідають редакційним політикам в регіонах та присвячені регіонам. Закупівлі відбуватимуться централізовано та стосуватимуться якісного розважального контенту. Окрім цього, важливим етапом буде створення міжрегіональної програми, основним завданням якої буде об'єднання країни з урахуванням її різноманіття, та єдиного загальнонаціонального проєкту, що виходитиме в ефір на загальнонаціональних мовниках.

Міжрегіональна платформа Суспільного мовлення – це цілодобово функціонуюча система зберігання і розповсюдження контенту та основним виробництвом у регіонах країни. Це платформа нових облич і проєктів, які

будуть націлені на досягнення мети та завдань Суспільного мовлення України. Це платформа історій про життя сусідів, пошуку рішень соціальних проблем, можливість побувати в унікальних куточках країни і дізнатися про них те, що знають лише місцеві мешканці. Це платформа про традиції українців та інших національних спільнот, які проживають компактно та дисперсно на території країни. Це – голос, думки та проблеми локальних громад.

Серед позитивних моментів, що відкривають перспективи для розвитку міжрегіональної платформи саме в такому форматі, можна перерахувати такі дані досліджень:

- довіра до регіональних інформаційно-аналітичних програм;
- близькість регіонального мовлення за тоном спілкування та наповненням до регіонального глядача;
- джерело інформації про соціально-політичні проблеми регіону для регіональної аудиторії є здебільшого телебачення, потім – інтернет та радіо;
- зростаюча лояльність аудиторії до форматів, що не входять до традиційного маскультового розуміння, – пошук та розповідь унікальних історій звичайних людей.

Міжрегіональну платформу буде опрацьовано відповідно до оновленого бренда Суспільного мовлення з власним дизайнерським рішенням.

Створення технічної системи і розбудова на її основі міжрегіональної платформи Суспільного мовлення потребує чіткого позиціонування з визначенням цільової аудиторії та основних правил взаємодії з нею. Команди філій мають направити свої ресурси на створення тісних та якісних зв'язків з місцевими громадами, лідерами суспільної думки, науковцями та митцями, представниками місцевої влади тощо. Міжрегіональна платформа у своєму базовому виробництві має забезпечувати потреби не лише мешканців обласних центрів, а й охоплювати потреби мешканців областей.

Аудиторія телебачення (загалом):

в Україні відбувається старіння нації: на 2028 рік прогнозована частка населення віком 45+ буде близько 50 %, вклад у телеперегляд аудиторії 45+ становитиме 68 %. Саме ця аудиторія найбільше витрачає час на телебачення;

основною платформою для телеперегляду в містах 50+ є аналоговий кабель, а в населених пунктах 50– – супутник. Після відключення аналогового мовлення збільшилася частка глядачів цифрового ефіру незалежно від типу населеного пункту;

єдиний канал з ТОП-10 на українському телеринку, який демонструє постійне зростання, є канал «Україна». Найпопулярніші жанри на українському телебаченні – художні фільми, серіали українського виробництва та розважальні програми;

починаючи з 2014 року, загальний телеперегляд стабільно знижується. У середньому українці дивляться телевізор 3 години 59 хвилин на добу, пік переглядів телебачення припадає на вечірній час.

Аудиторія регіонального мовлення

Регіональне мовлення може дозволити собі з точки зору жанрового розподілу залишатися мовником загального спрямування. Програмування буде здійснено відповідно до ритму життя регіонів, а програмне наповнення відрізнятиметься різноманіттям форматів та симбіозом локального і національного виробництва.

Потенційно міжрегіональна платформа має найширшу аудиторію (за типами глядачів) з-поміж усіх платформ Суспільного мовлення. Об'єднана цільова аудиторія телемовлення – це громадяни України віком від 4 років, які живуть у містах з населенням 50+ та 50–. Попри цей факт, необхідно визначити основну аудиторію (ядро) та дотичну аудиторію, яка буде стабільно залучати до перегляду більше глядачів.

Ядро цільової аудиторії

Переважаю – жінки 55+, менше – чоловіки 55+ (з поступовим омолодженням до 45+) у населених пунктах 50–.

Статистичні дані: розподіл населення України за статтю: з 2007 по 2018 рік жіночого населення – стабільно на 8 % більше. Середня тривалість життя українців у 2018 році становила: обидві статі – 71,76 року, чоловіки – 66,69 року, жінки – 76,72 року. Кількість сільського населення зменшується, але кількість міського – не зростає. Це може свідчити про проблеми життя на селі, які залишаються непоміченими для загальнонаціональної аудиторії. Станом на 2018 рік стабільно зростає кількість жінок, які народжують після 40 років, зменшується кількість дітей, народжених жінками віком 20 – 29 років.

Психосоціальний портрет ядра цільової аудиторії:

- жінка 50 – 70 років;
- із середнім особистим доходом 3 175 грн;
- з низьким рівнем матеріального стану сім'ї;
- 53 % – непрацюючі (з них 42 % – непрацюючі пенсіонерки);
- рівень задоволеності роботою серед 45 % працюючих сягає 23 %;
- на запитання «Чим займалися впродовж тижня?» 69 % відповіли, що переглядали телевізор;
- пережила розпад СРСР, 3 революції;
- нарікає на відсутність стабільності;
- підсвідомо розділяє елементи тоталітарного режиму;
- мріє, щоб її діти/онуки жили краще;

- сподівається на справедливість;
- мало, але тяжко заробляє (обмежує себе у всьому, але відкладає гроші дітям та онукам);
- новий час для неї є незрозумілим та загрозовим (не довіряє комерційним / державним структурам);
- майже не читає (легкі романи, місцеві газети);
- цікавиться, як склалося життя її однокласників/однокласниць (студентів з потоку, чи живі вчителі/викладачі);
- майже не подорожує;
- довіряє сім'ї та родичам, важлива думка сусідів (захід і центр), не спілкується із сусідами (схід та південь);
- вірить у Бога;
- вдова або «керує» чоловіком;
- складні теми: російсько-українська війна, інституції, політика, смерть, гендер.

Прагнення до стабільності, гармонії та спокійного розвитку подій об'єднує ядро цільової аудиторії незалежно від регіону проживання.

Дотична (потенційна) аудиторія

Дотична аудиторія не є прямим споживачем контенту – вона «приходить» на контент лише за рекомендацією основної аудиторії або, навпаки, «приводить» нову аудиторію на контент, але сама його не споживає. До потенційної аудиторії можна віднести:

- дітей 0+, які є рідними людьми (нащадками) ядра цільової аудиторії;
- молодих людей 20 – 35+, які піклуються про своїх батьків, але проживають окремо.

Також до дотичної аудиторії можна зарахувати аудиторію співпраці. Завдяки унікальній можливості Суспільного мовника створювати контент на замовлення в сторонніх продакшенів міжрегіональна платформа залучить до перегляду конкретних локальних проєктів велику кількість глядачів.

Мотиви телеперегляду (дослідження особливостей регіонального медіаспоживання):

- допомагає бути в курсі українських та світових новин – 74%;
- допомагає відволіктися від життєвих проблем – 35%;
- дає можливість розважитися – 32%;
- дає нову цікаву інформацію про історію, світ, природу – 22%;
- допомагає розібратися в стосунках з людьми – 14%;

- дає багато корисних порад у сфері побуту, кулінарії, вибору товарів та послуг – 14%;
- розширює знання про культуру, мистецтво – 13%.

Принципи програмування

Програмування міжрегіональної платформи потребує дотримання відповідності потребам визначеної цільової аудиторії, актуальності та оперативності мовлення, а також розуміння сумісності з програмуванням інших телеканалів Суспільного мовника. Підхід, який буде застосовано для програмування міжрегіональної платформи, базується на унікальності та доповнюваності регіонального мовлення до загальнонаціонального.

Основним продуктом міжрегіональної платформи стануть унікальні регіональні блоки – прямиоефірний інформаційно-аналітичний контент філій, метою якого є вчасне подання збалансованої інформації про місцеві події для громади регіону. В рамках цих 23 регіональних блоків плануються унікальні випуски новин, а також актуальні інтерв'ю, широкі обговорення або дебатні студії (як політичні, так і соціальні). Цей регіональний блок має виходити у вечірньому праймі в будні з урахуванням ритму життя регіонів.

Більшим за об'ємом та складнішим у реалізації є міжрегіональний блок інформаційно-розважального та просвітницького мовлення, який буде розроблятися спільно між філіями з єдиним виробничим та координаційним центром. Цей блок має демонструвати зв'язок між регіонами і стати майданчиком для різноманітних включень та історій мешканців з віддалених куточків країни. У цьому блоці мають бути представлені міжрегіональні новини та гостьові студії, а також забезпечено сталість рубрик, що за часом та наповненням відповідатимуть потребам аудиторії.

В основу поточного програмування також буде покладено можливість видавати в ефір наскрізні національні новини, трансляції суспільно-важливих загальнонаціональних подій в рамках глобальних проєктів Суспільного мовника, проведення спільних ефірів та спортивних трансляцій.

Вихідні дні відрізнятимуться від поточного програмування наповненням ефірів культурно-просвітницького спрямування, а також якісним закупним контентом. Сітка мовлення поза регіональними блоками буде насичена пізнавальними та розважальними проєктами українського і закордонного виробництва: художні фільми, телесеріали, документальні цикли про Україну та світ – ці закупівлі будуть здійснюватися централізовано. Натомість, проєкти, що виготовлятимуться на замовлення регіональних офісів Суспільного в сторонніх продакшенів, будуть урізноманітнювати міжрегіональну платформу тим унікальним контентом, який не можуть собі дозволити загальнонаціональні мовники.

Окрім закупних проєктів, вихідні дні на міжрегіональній платформі доповнять тематичні проєкти, які будуть відзняті в різних регіонах країни за допомогою пересувних телевізійних станцій. Це дасть змогу аудиторії побувати

на виставах, послухати та порівняти гру оркестрів /музичних гуртів різних областей, не виїжджаючи за межі рідного регіону.

Принципи виробництва контенту:

1) локальне виробництво: локальним проблемам – локальні рішення

Щодня в будні 23 регіональних блоки відповідно до концепції регіонального мовлення: інформаційна година – новини без маніпуляцій, журналістика пошуку рішень, аналітичні інтерв'ю, дискусійні майданчики під час місцевих виборів, можливість незалежно та неупереджено говорити про локальну політику, соціальні проблеми та своєчасно висвітлювати найважливіші реформи, зокрема завершення реформи децентралізації.

Основні вимоги до цього блоку: дотримання стандартів інформаційного мовлення, якісний аудіовізуальний супровід, сталий внутрішній моніторинг та навчання працівників у кращих світових і вітчизняних фахівців.

2) міжрегіональне виробництво: об'єднання зусиль для поліпшення якості контенту

Щодня в будні 23 філії об'єднують зусилля для створення міжрегіонального інформаційно-просвітницького ток-шоу. Основні вимоги до цього блоку: контроль за дотриманням редакційного статуту, взаємозамінність та взаємодоповнення творчих одиниць по всій країні, взаємодія та кооперація для виготовлення найкращого контенту для глядача.

3) загальнонаціональне виробництво: проблеми та досягнення мешканців регіонів на загальнонаціональному каналі

Щодня в будні регіональні філії включаються в єдиний денний ефір Суспільного телебачення, що дає можливість оперативно підняти проблему, яка не вирішується, на рівень вище, поставити запитання мешканців регіону вищому керівництву і контролювати обіцянки високопосадовців.

4) локальне виробництво в сторонніх продакшенів:

Розвиток маленьких медіакомпаній, які в майбутньому будуть конкурувати з національними монополістами на медіаринку.

Щодня в будні окремих слот для програм стороннього виробництва на замовлення регіональних офісів Суспільного. Ці програми будуть виготовлятися під редакційним супроводом Суспільного, що дасть можливість розповсюджувати принципи якісної журналістської роботи і серед тих, хто не працює в штаті регіональних офісів.

5) унікальне виробництво: обрані регіональні офіси – для всіх регіональних філій

Переформатування програм про національні меншини, які наразі виходять лише в деяких регіонах, на програми, що будуть цікаві та доступні всім мешканцям країни. Відрядження регіональних кореспондентів редакцій

національного мовлення в місця дисперсного проживання своїх же національних спільнот з метою розробки та зйомки нових історій.

Враховуючи принципи виробництва та програмування міжрегіональної платформи, можна дійти висновку, що на сьогодні в Україні не існує телеканалів, які б співпадали за форматом, тематикою та розгалуженістю виробничих центрів із запропонованою міжрегіональною платформою Суспільного мовлення.

2. Організаційна перебудова та перехід на проєктний менеджмент

Структурно та організаційно кожен регіональний офіс має стати єдиною кросплатформною командою зі зменшенням вертикального підпорядкування центральному офісу та наданням більшої автономізації в поточних процесах.

В основу організації роботи регіональних офісів покладено принцип функціонального розподілу – кожен підрозділ матиме свої права та обов'язки, а також безпосереднього керівника. Разом з тим керівники платформ центрального офісу залишають за собою функції консультування та моніторингу, визначення пріоритетів розвитку платформ, надання рекомендацій щодо взаємодії між підрозділами та розроблення концепцій нових програм.

В умовах функціональної організаційної структури від правильності та раціональності прийняття рішень одноосібним керівником залежатиме доля всього регіонального офісу. Перевагою такої роботи є зниження споживання ресурсів, поліпшення взаємодії та координації відділів, високий рівень контролю. Забезпечення дотримання прав журналістів та запобігання цензурі на локальному рівні досягатимуться завдяки ефективній роботі редакційної ради, а також можливості керівників платформ центрального офісу здійснювати контролюючі та навчальні заходи. Обрання керівника регіонального офісу буде здійснено на конкурсних засадах.

Адміністративно-управлінський блок відповідатиме за:

- оперативне керування регіональним офісом;
- формулювання, планування, здійснення та координацію всіх видів діяльності;
- організацію виробничо-господарської та фінансової діяльності відповідно до чинного законодавства.

Блок виробництва та розміщення контенту відповідатиме за:

- створення, управління та розміщення контенту для всіх платформ;
- взаємодію зі сторонніми продакшенами;
- зовнішні та внутрішні комунікації.

Блок забезпечення мовлення відповідатиме за:

- контроль якості ефірного сигналу;
- забезпечення своєчасності виходу ефірних продуктів;

- організацію роботи студійних комплексів;
- перевірку контенту на відповідність вимогам.

Поступовий перехід на проєктний менеджмент стає можливим завдяки впровадженню сталих відборів творчих проєктів відповідно до конкурсних умов і дає змогу скоротити витрати на зарплатні фонди регіональних офісів. Перевагами проєктного менеджменту є можливість планування роботи з максимальною пластичністю прийняття рішень відповідно до нових обставин, контроль та вимірювання показників ефективності роботи, чітке розуміння старту та завершення проєкту.

Задля зменшення витрат на утримання штатних працівників буде запроваджено поступовий перехід на проєктний менеджмент, де один обраний штатний працівник виконує функцію керівника проєкту, а все виробництво відбувається поза межами штату.

3. Підвищення лояльності та довіри до регіональних філій Суспільного серед регіональних спільнот

Важливим етапом у роботі регіонального мовлення у 2020 – 2021 роках стануть позаєфірні заходи, мета яких налагодити взаємодію з регіональними спільнотами та отримати оцінку щодо лояльності та довіри локальної аудиторії.

Дискусії та обговорення локальних проблем, визначення пріоритетних напрямів розвитку регіону, опитування аудиторії, яка споживає контент через інтернет, мають стати регулярними комунікаційними процесами в кожному регіональному офісі.

Концепція подібних заходів буде розроблена спільно з фахівцями з комунікацій ПАТ «НСТУ», враховуючи пропозиції керівників регіональних офісів.

Особливості мовлення деяких платформ в межах міжрегіональної платформи

UA: ДОНБАС

Російсько-українська війна та тимчасова окупація окремих територій у Донецькій та Луганській областях зумовлює свої особливості у роботі географічно найближчого до конфлікту телеканалу UA: ДОНБАС. Аудиторія платформи розділена кордоном невизнаних псевдореспублік, підпадає під потужний вплив російської пропаганди, виснажена тривалістю бойових дій та невизначеністю власного майбутнього.

За таких обставин Суспільне мовлення має направити максимум своїх зусиль на те, аби демонструвати мешканцям окупованих територій реальний стан справ в Україні. Регіональний офіс UA: ДОНБАС не буде використовувати пропагандистські методи у своїй повсякденній роботі, натомість має стати центром незалежної журналістики для менших регіональних медіа, які потерпають від комерційної залежності та впливу власників, місцевих чиновників чи політиків загальнонаціонального рівня. Постійна взаємодія з

розгалуженою мережею власних корпунктів на лінії зіткнення, якісні аналітичні ток-шоу, що запобігають паніці, розроблення власних та закупівля сторонніх документальних матеріалів про життя на Донбасі до 2013 року і після – все це має стати скелетним продуктом цього підрозділу. Тісна взаємодія з іншими регіонами в межах міжрегіональної платформи доповнить та змінить уявлення місцевих мешканців про український народ.

Завдяки підтримці міжнародних партнерів UA: ДОНБАС оснащено сучасною технікою для виробництва мультиплатформного контенту. Такої потужної переваги не мають ані інші регіональні офіси Суспільного, ані локальні продакшени. Тому філія UA: ДОНБАС має перетворитися на відкритий продакшн-хаб з виробництва якісного контенту, має стати центром навчання місцевого населення навичкам критичного мислення, місцем взаємодії проактивних лідерів задля проведення заходів, направлених на реалізацію місії Суспільного мовлення України.

Платформи з редакціями мовлення національних меншин

Особливості мовлення платформ UA: Закарпаття, UA: Буковина, UA: Одеса та UA: Житомир визначені в Концепції мовлення з тематики національних меншин ПАТ «НСТУ». Основні зміни стосуватимуться поліпшення якості програм про національні меншини з метою розміщення їх на міжрегіональній платформі та запуску додаткових проєктів про інші національні меншини на замовлення у сторонніх виробників. Програми мовами національних спільнот будуть розміщені в межах унікальних регіональних блоків.

Показники успішності трансформації регіонального мовлення у 2020 – 2021 роках:

забезпечення функціонування системи накопичення та розповсюдження контенту;

переорієнтація власного виробництва відповідно до принципів міжрегіональної платформи;

підвищення окладів працівникам до ринкових;

проведення відкритого відбору проєктів;

налагодження тісних зв'язків з локальними громадами;

робота з мережею корпунктів по країні;

з 2021 року вимірювання та детальне дослідження аудиторії (подальша трансформація під потреби аудиторії).

**Генеральний продюсер напряму
дирекції регіонального мовлення**

М. ФРЕЙ