

ШІ-СТРАТЕГІЯ

Суспільного мовлення

Червень 2026 року

ЯК МИ БАЧИМО ШІ?

Виклик

Штучний інтелект (ШІ) стрімко змінює те, як аудиторія споживає новини. Замість оригінальних журналістських матеріалів аудиторія все частіше читає стислі огляди, які згенерував ШІ. До того ж системи ШІ використовують журналістський контент без жодної згадки авторів. Це знижує видимість та охоплення надійних медіа.

Можливості

Водночас ШІ-інструменти створюють нові можливості. Якщо використовувати ці інструменти відповідально, вони допоможуть покращити створення та поширення контенту, а також залучити нову аудиторію. Завдяки ШІ наша журналістика може стати актуальнішою, ніж будь-коли.



Суспільне прагне стати світовим прикладом того, як ШІ не шкодить журналістиці суспільного інтересу, а, навпаки, посилює її.

Наші цілі

Наша ШІ-стратегія спрямована на зміцнення надійної журналістики за допомогою трьох основних напрямів:

- 1. Оптимізація роботи:** використання інструментів ШІ для збільшення ефективності команд та досягнення кращих результатів.
- 2. Взаємодія з аудиторією:** використання ШІ в наших продуктах, щоб зробити надійну журналістику більш актуальною та полегшити її пошук.
- 3. Зміцнення медіасередовища:** створення партнерств для формування політик й стандартів з метою захисту і розвитку незалежних медіа в Україні.

Про цей документ

У цій стратегії викладено пріоритети, заходи та робочі процеси Суспільного у сфері ШІ на найближчі два роки (липень 2026 року – червень 2028 року).

Вона слугує орієнтиром для керівництва Суспільного та нової ШІ-команди, а також має на меті надати національним і міжнародним партнерам Суспільного загальне уявлення про наші трансформаційні процеси.

ШІ-стратегія Суспільного



1. ВНУТРІШНІ ІНСТРУМЕНТИ

Оптимізація роботи

ВНУТРІШНІ ІНСТРУМЕНТИ

МЕТА

Звільнення часу для більш важливої роботи. Ми працюємо під значним тиском в умовах війни. Рутинні завдання забирають час, який можна було б витратити на якісну журналістику. Наша мета — покращити повсякденну роботу так, щоб це було практично, відповідально й дійсно корисно для команд. Це допоможе нам вирішувати щоденні проблеми швидше і якісніше, створюючи більше цінності за допомогою наявних ресурсів.

Розширення можливостей команд завдяки ШІ-програмуванню. Ми робимо ставку на те, що кодування за допомогою ШІ (agentic coding) може суттєво знизити бар'єр для розробки програмного забезпечення. Це дозволить працівникам самостійно створювати продукти, які полегшують вирішення виробничих задач. За підтримки інженерної команди та інфраструктури Суспільного такий підхід дозволить швидко створювати та масштабувати інструменти для вирішення реальних проблем — починаючи з редакції новин.



Чому ми починаємо з редакції новин?

- ✓ Надійні новини є основою місії Суспільного, передусім у воєнний час.
- ✓ Конкурентна перевага Суспільного полягає саме в новинах, а не в розважальному контенті.
- ✓ Інформаційне мовлення має чітку структуру, яка охоплює центральні та регіональні команди, що робить його найкращим середовищем для тестування трансформації у сфері ШІ.



А як щодо команд, які не займаються виробництвом контенту?

Кожен департамент — маркетинг, HR, адміністрація тощо — матиме завдання пріоритизувати варіанти застосування ШІ для своїх команд. Працівники Суспільного вже запропонували такі ідеї:

- чатботи для тех. підтримки та навігації політиками;
- фіксація підсумків зустрічей та підготовка брифів;
- адаптація нових працівників та підготовка інструкцій.

ІНДИКАТОРИ УСПІХУ

Як через два роки ми зрозуміємо, що це спрацювало?

- **Відчутна користь для кожної команди.** Команди повідомляють про явні покращення – наприклад, економію часу, коштів або зусиль під час виконання ключових завдань; усунення конкретних проблем; підвищення якості або збільшення масштабів роботи.

ПРІОРИТЕТ

Критерії відбору інструментів ШІ. Існує величезний попит на інновації: у квітні 2026 року в ході опитування серед усього персоналу 290 працівників подали свої ідеї щодо інструментів ШІ. Однак перш ніж вкладати ресурси в будь-який новий інструмент ШІ, його буде оцінено за такими ключовими критеріями:

СТРУКТУРА ПРІОРИТИЗАЦІЇ



ЦІННІСТЬ ДЛЯ АУДИТОРІЇ

Чи підвищує цей інструмент якість або доступність нашого контенту?



ЗДІЙСНЕННІСТЬ

Чи можемо ми розробити його з наявними ресурсами?



ЦІННІСТЬ ДЛЯ КОМАНДИ

Чи заощадить він час, кошти або зусилля? Чи допоможе нам зробити більше?



ЧАС ДЛЯ ТЕСТУВАННЯ

Чи можна швидко розробити прототип (протягом 2–3 тижнів)?



МАСШТАБОВНІСТЬ

Чи можна масштабувати його для інших команд або зовнішніх медіапартнерів?



СТІЙКІСТЬ ДО РИЗИКІВ

Чи можна мінімізувати етичні, редакційні, безпекові та репутаційні ризики?

ПРОЦЕС РОЗРОБКИ

Будь-який новий внутрішній ШІ-інструмент створюватиметься за чітким стандартизованим процесом. Він покликаний заохочувати експерименти і водночас знижувати ризики, забезпечуючи командам безпечне середовище для тестування ідей, швидкого створення прототипів та їх перетворення на ефективні інструменти. Цей процес зображено нижче:

ПЕРША ФАЗА: ІДЕЯ



ДРУГА ФАЗА: ПРОТОТИП



ТРЕТЯ ФАЗА: ВИРОБНИЦТВО



2. ПРОДУКТИ, ОРІЄНТОВАНІ НА АУДИТОРІЮ

Взаємодія з користувачами

ПРОДУКТИ, ОРІЄНТОВАНІ НА АУДИТОРІЮ

МЕТА

Залишитись видимими в епоху штучного інтелекту. ШІ змінює те, як аудиторія знаходить і споживає інформацію. Люди дедалі частіше дізнаються про новини через створені ШІ стислі огляди та алгоритмічні стрічки платформ, а не переходять безпосередньо до оригінальних журналістських матеріалів. Замість того, щоб чинити опір цій зміні, Суспільне докладатиме зусиль, щоб його журналістські матеріали залишалися видимими, точно відображалися та належним чином атрибутувалися на ШІ-платформах та в ШІ-асистентах.

Побудувати більш тісний зв'язок з аудиторією. Ми використовуватимемо ШІ, щоб краще розуміти вподобання кожного. Це дозволить зміцнити наш зв'язок із користувачами, роблячи контент максимально релевантним для потреб людей. ШІ допоможе нам персоналізувати контент і зробити його більш інклюзивним та доступним. Це дасть нам змогу стати якісним інформаційним сервісом для кожного громадянина і громадянки України відповідно до їхніх потреб та інтересів.



Що ми не робимо в рамках стратегії зараз

Ми відкладаємо на майбутнє продукти, які безпосередньо видають аудиторії згенеровані ШІ результати. Це зумовлено двома занепокоєннями:

- ризик того, що помилки або галюцинації ШІ можуть підірвати довіру аудиторії;
- ризик неконтрольованого зростання витрат на токени ШІ у разі, якщо інструмент для широкого загалу або чатбот стане дуже популярним.

Публічні ШІ-продукти впроваджуватимуться вибірково – лише після ретельного тестування та з чіткими запобіжниками.

ІНДИКАТОРИ УСПІХУ

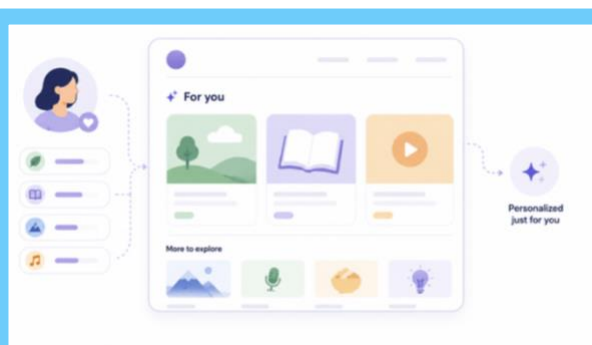
Як через два роки ми зможемо зрозуміти, що підхід спрацював?

- **Лояльність та зростання аудиторії:** збільшення трафіку та кількості підписників.
- **Попит на ШІ-продукти:** аудиторія активно користується новими функціями на базі ШІ, як-от персоналізовані стрічки новин або асистенти.
- **Глибша редакційна аналітика:** ми можемо краще розуміти потреби нашої аудиторії та виявляти теми чи спільноти, яким не приділяється достатньо уваги.
- **Покращення доступності та інклюзивності:** різні аудиторії отримують кращий доступ до контенту завдяки локалізації, субтитрам, перекладу та стислим оглядам.

ПРИКЛАДИ ПРОДУКТІВ

I. РЕЛЕВАНТНІСТЬ

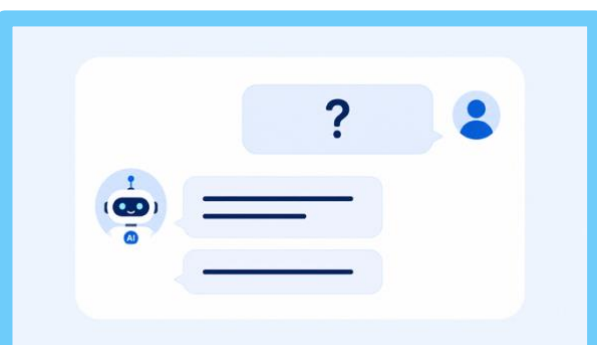
Зараз Суспільне адаптує контент під широкі сегменти аудиторії. ШІ може допомогти нам взаємодіяти з людьми не просто як із групами користувачів, а як з окремими особистостями — зважаючи на їхні унікальні інтереси, звички, геолокацію та потреби. Ми розроблятимемо продукти, які допоможуть аудиторії отримувати більш релевантний контент, а редакціям — точну аналітику щодо запитів користувачів. Два головні продукти на перший рік:



Система рекомендацій контенту

Система персоналізації, яка:

- рекомендує контент на основі інтересів, місцезнаходження, мови та поведінки людей;
- забезпечує роботу персоналізованих домашніх стрічок новин, новинних розсилок та push-повідомлень;
- допомагає редакціям краще розуміти аудиторію та знаходити теми для нових матеріалів.



«Запитай Суспільне»

Розмовний ШІ-агент, який:

- дає змогу ставити запитання про новини текстом або голосом;
- формує відповіді на основі перевірених журналістських матеріалів Суспільного;
- рекомендує релевантний контент;
- допомагає редакціям зрозуміти, що шукає аудиторія, чого їй бракує або що їй незрозуміло.

Крім того, у CMS буде інтегровано низку ШІ-інструментів, які допоможуть редакторам і журналістам створювати більш змістовний та привабливий для аудиторії контент. Наприклад:

- **Створення контексту.** «Живий інформаційний шар», що об'єднує архівні матеріали та бібліотеку довідкової інформації Суспільного, який дає змогу журналістам швидше перевіряти факти та готувати матеріали, а також допомагає їм створювати більш змістовний контент для аудиторії.
- **Персоналізована стрічка новин.** Конструктор стрічки новин, що дає змогу кожній редакції створювати нову стрічку на основі внутрішніх та зовнішніх джерел.
- **Інструмент візуалізації даних.** Інтегрований набір інструментів, що допомагає редакторам створювати інтерактивні діаграми, карти та інфографіку на основі складних масивів даних.

II. ВИДИМІСТЬ КОНТЕНТУ

Ми розроблятимемо продукти, які допоможуть Суспільному залишатися видимим у середовищі, де ШІ виступає посередником. Наш контент має бути легко виявленим не лише людьми, а й платформами, рекомендаційними системами та ШІ-асистентами, які формують те, що бачить користувач. Наша мета — щоб Суспільне стало надійним інформаційним джерелом, на яке покладаються ШІ-системи.

Два пріоритетні продукти:



Набір інструментів для інтеграції контенту у ШІ-агентів

Створення інфраструктури, яка допомагає ШІ-системам виявляти наш контент шляхом:

- забезпечення можливості зчитування контенту ШІ за допомогою структурованих метаданих та відкритих стандартів;
- надання єдиної точки інтеграції (MCP-сервера) для основних ШІ-платформ та асистентів;
- відкриття архівів Суспільного за допомогою API та доступу до структурованих даних.



Стандарт автентичності C2PA

Додавання перевірених метаданих про походження до всіх фото-, відео- та аудіоматеріалів Суспільного, щоб аудиторія та платформи могли легко відрізнити їх від зманіпульованого чи штучно згенерованого контенту.

3. ПАРТНЕРСТВА

Зміцнення медіасередовища

ПАРТНЕРСТВА

МЕТА

Ми прагнемо, щоб Суспільне стало авторитетним лідером у формуванні підходів до того, як ШІ може підтримувати, а не підривати журналістику суспільного інтересу. Для цього нам потрібно вирішити три важливі виклики:

- **Неузгодженість дій медіа.** Усі українські медіа стикаються з подібними труднощами, пов'язаними з ШІ, а саме зниженням видимості та доходів. Однак їм бракує спільних стандартів та узгоджених позицій, щоб посилити свій колективний вплив на державу і Big Tech.
- **Несформована державна політика щодо ШІ.** Уряд України розробляє політику щодо ШІ та цифрову інфраструктуру, проте інтереси медіа представлені недостатньо.
- **Протидія дезінформації за допомогою ШІ.** ШІ робить дезінформацію швидшою, дешевшою та важчою для виявлення. ШІ-платформи зацікавлені у підвищенні якості і точності своїх відповідей. Це створює підґрунтя для співпраці у сфері верифікації, надійних джерел та протидії дезінформації.



Чому ми прагнемо стати лідерами у сфері ШІ?

Як національний суспільний мовник ми посідаємо особливе місце, що накладає на нас особливу відповідальність.

Суспільне мовлення:

- ✓ не є комерційним;
- ✓ має високу довіру аудиторії;
- ✓ має суспільну легітимність та є відносно нейтральним;
- ✓ представлене в усіх регіонах України;
- ✓ має міжнародні зв'язки.

ІНДИКАТОРИ УСПІХУ

Як через два роки ми зможемо зрозуміти, що це спрацювало?

- **Національні партнерства:** збільшення кількості партнерів, які приєдналися до нашого національного альянсу з питань ШІ.
- **Вплив на політику:** докази того, що рекомендації Суспільного враховуються під час обговорень політики та розробки законодавства у сфері ШІ.
- **Заходи з протидії дезінформації:** ефективні підходи, розроблені та реалізовані спільно з ключовими партнерами з ШІ-платформ, урядом та/або медіа.

ЗАХОДИ

I. ПОСИЛЕННЯ КОЛЕКТИВНОГО ВПЛИВУ МЕДІА

Суспільне відіграватиме ключову роль у координації діяльності медіа у сфері ШІ — як на національному рівні через Альянс медіа з питань штучного інтелекту в Україні, так і на міжнародному рівні через Європейську мовну спілку (ЄМС):

	АЛЬЯНС МЕДІА З ПИТАНЬ ШТУЧНОГО ІНТЕЛЕКТУ В УКРАЇНІ Про Альянс: за ініціативою Суспільного у квітні 2026 року було створено Альянс медіа з питань штучного інтелекту в Україні міжгалузеву платформу для медіа, OTT-платформ, телекомунікаційних компаній та хмарних провайдерів. Її метою є визначення спільних принципів використання ШІ, захист інтелектуальної власності, протидія дезінформації, вплив на нормативно-правове регулювання та створення спільної технологічної інфраструктури. Напрями співпраці у сфері ШІ: ▪ узгодження підходів до використання контенту для навчання моделей; ▪ розробка механізмів верифікації та нанесення водяних знаків; ▪ обмін інформацією про випадки дезінформації; ▪ розробка спільної позиції щодо регуляторної політики; ▪ підтримка програм перепідготовки. Бачення: Суспільне прагне перетворити Альянс на ефективний інструмент, що посилить колективний вплив та переговорні позиції українських медіа, тим самим покращуючи умови діяльності медіа по всій країні.
	ЄВРОПЕЙСЬКА МОВНА СПІЛКА Про ЄМС: Суспільне вже багато років є активним членом ЄМС. Напрями співпраці у сфері ШІ: ▪ представництво в органах, комітетах та на форумах ЄМС; ▪ обмін міжнародним передовим досвідом та знаннями щодо нових підходів і технологічних інновацій; ▪ міжнародні адвокаційні ініціативи, як-от кампанія «Facts In, Facts Out», яка закликає ШІ-розробників гарантувати, що ШІ-системи не спотворюють новини. Бачення: співпраця Суспільного з ЄМС набуде більш стратегічного характеру, що передбачатиме кращу внутрішню координацію щодо пріоритетних цілей та сильніше представництво української експертизи на міжнародному рівні.

II. ЦІЛЕСПРЯМОВАНА ВЗАЄМОДІЯ ЩОДО ПОЛІТИКИ

Суспільне зміцнюватиме медіасередовище через цілеспрямований діалог з урядом та законодавцями за двома напрямками:

	ПРЕДСТАВЛЕННЯ ІНТЕРЕСІВ МЕДІА Суспільне забезпечить врахування інтересів медіа в національній політиці щодо ШІ, законодавстві та цифровій інфраструктурі. Це стосується правил щодо використання журналістського контенту, доступу до даних, зазначення авторства, прозорості та відповідального використання ШІ.
	ПІДТРИМАННЯ ЄВРОІНТЕГРАЦІЇ Суспільне сприятиме приведенню України у відповідність до європейських стандартів у сфері ШІ, забезпечуючи належне врахування інтересів медіа та журналістики суспільного інтересу на шляху України до тіснішої інтеграції з Актом ЄС про ШІ та пов'язаними з ним механізмами.

Суспільне визначить пріоритети політики, узгодить їх з Альянсом медіа з питань штучного інтелекту в Україні та співпрацюватиме з надійними партнерами для їх реалізації шляхом проведення відповідних обговорень, зокрема з Міністерством цифрової трансформації (МЦТ).

III. ПАРТНЕРСТВА ДЛЯ БОРОТЬБИ З ДЕЗІНФОРМАЦІЄЮ

Суспільне розвиватиме ключові партнерства для зміцнення інформаційної цілісності:

	ПАРТНЕРСТВА З ТЕХНОГІГАНТАМИ Незважаючи на те, що вплив України на світові платформи невеликий, боротьба з дезінформацією є сферою загального інтересу. Суспільне прагнути налагодити співпрацю з провідними технологічними платформами щодо статусу надійного джерела, верифікації контенту та покращення точності відповідей, згенерованих ШІ.
	ПАРТНЕРСТВО З УРЯДОМ Суспільне співпрацюватиме з урядом щодо ініціатив із протидії дезінформації. Така співпраця може охоплювати створення національної великої мовної моделі України, підтримання механізмів захисту від поширювачів дезінформації або розробку ініціатив для підвищення ШІ-грамотності. Суспільне розглядатиме можливості співпраці з Центром протидії дезінформації (ЦПД).
	ПАРТНЕРСТВО З ГРОМАДЯНСЬКИМ СУСПІЛЬСТВОМ Громадянське суспільство відіграє ключову роль у боротьбі з дезінформацією в Україні. Суспільне співпрацюватиме з громадськими організаціями, щоб обмінюватися досвідом і посилювати стійкість аудиторії до дезінформації.

ДОДАТКИ

Управління та ШІ-грамотність

ШІ-команда

Для координації реалізації стратегії Суспільне створило окрему ШІ-команду. Вона буде сприяти розробці нових ШІ-інструментів і робочих процесів, координуватиме їх впровадження та розвиток політики й партнерств.

Наразі команда складається з шести основних членів (див. орган. структуру нижче):

- **директор(-ка) департаменту інновацій та ШІ**, відповідальний(-а) за ШІ-стратегію, модель управління та загальну реалізацію;
- **заступник(-ця) директора(-ки) департаменту інновацій та ШІ**, відповідальний(-а) за перетворення стратегії на результативні проєкти;
- **3 аналітики**, які координують, підтримують і супроводжують ШІ-проєкти;
- **1 провідний(-а) DevOps-спеціаліст(-ка)**, відповідальний(-а) за управління технічною інфраструктурою, безпекою та розгортанням.

Надалі команда розширюватиметься, зокрема завдяки юридичній та комунікаційній підтримці, а також залученню зовнішніх експертів за потреби.

ШІ-грамотність та впровадження на Суспільному

Опитування працівників, проведене у квітні 2026 року (509 респондентів), показало високу відкритість до інновацій та ШІ: 75% команди позитивно ставляться до ШІ, а більшість уже експериментує з цими інструментами у щоденній роботі.

Водночас головними перешкодами є сумніви щодо точності й надійності ШІ, брак навчання та те, що ШІ-інструменти ще не інтегровані в повсякденні робочі процеси.

Для відповідального впровадження ШІ кожен працівник Суспільного має розуміти:

- що таке ШІ та як він може допомогти у його роботі;
- які інструменти й сценарії використання дозволені, які є ризики та обмеження;
- куди звертатися за допомогою та порадами.

Суспільне розробить структуровану програму з ШІ-грамотності, яка включатиме:

1. **Обов'язкове базове навчання:** усі працівники та працівниці мають пройти курс із ШІ. Він охоплюватиме ШІ-принципи Суспільного мовлення, основні кейси використання, обмеження та знайомство з внутрішніми ШІ-інструментами компанії. Після завершення видається сертифікат.
2. **Внутрішній ШІ-хаб:** ШІ-команда підтримуватиме ресурсний хаб із допоміжними матеріалами, як-от відповідями на поширені запитання, рекомендаціями щодо промптів, внутрішніх ШІ-інструментів, а також механізмами підтримки.
3. **Щомісячні відкриті форуми та розсилки новин:** ШІ-команда випускатиме розсилку та проводитиме регулярні демонстрації нових інструментів і здобутого досвіду. Працівники зможуть ставити запитання та обговорювати проблеми.
4. **Мережа «амбасадорів ШІ» (AI Multipliers):** у кожному департаменті, підрозділі чи регіональному хабі буде визначено «амбасадора(-ку) ШІ» — учасника або учасницю команди з високим рівнем ШІ-грамотності та ініціативності. Вони стануть містком між ШІ-командою та своїми підрозділами: допомагатимуть колегам на місцях, передаватимуть запити про виклики до ШІ-команди та поширюватимуть найкращі практики.

СТРУКТУРА УПРАВЛІННЯ У СФЕРІ ШІ

КОНТРОЛЬ

ПРАВЛІННЯ

ВИКОНАННЯ

ШІ-КОМАНДА

**Директор(-ка) департаменту
ШІ та інновацій**

**Заступник(-ця)
директора(-ки)**

Аналітики
(х3)

Провідний(-а)
DevOps-
спеціаліст(-ка)

Юрист(-ка)
з питань ШІ

Менеджер(-ка)
з комунікацій
у сфері ШІ

Підтримка

Idei

ВПРОВАДЖЕННЯ

АМБАСАДОРИ ШІ

у кожному департаменті та регіоні



Новини



Аудіо-
візуальні
проекти



Дослідження



Людські
ресурси



...

ШІ-принципи Суспільного

ЯК МИ ВИКОРИСТОВУЄМО ШІ

- 1. Кінцева відповідальність належить людині.** ШІ може допомагати нам у роботі, але фінальна відповідальність завжди залишається за людиною. За кожним матеріалом, створеним або підготовленим за допомогою ШІ, має стояти відповідальний журналіст, редактор або інший працівник.
- 2. Прозорість.** Якщо ШІ використовувався під час виробництва контенту, аудиторія має бути поінформована про це там, де це доречно. Ми ніколи не вводимо людей в оману щодо того, чи був матеріал створений, змінений, озвучений або підготовлений за допомогою ШІ.
- 3. Збереження довіри до новин.** Ми не публікуємо тексти новин, відео чи зображення, створені за допомогою ШІ, за винятком випадків, коли метою є демонстрація або пояснення контенту, створеного ШІ. ШІ може використовуватися для перекладу, аналізу чи ілюстрації, але не повинен спотворювати зміст або вводити в оману.
- 4. Люди на першому місці.** ШІ-інструменти повинні допомагати командам Суспільного, а не замінювати їх. Креативність, професійний досвід та рішення журналістів, редакторів, продюсерів, дизайнерів, відеографів та інших працівників залишаються в основі роботи Суспільного мовлення.
- 5. Захист даних про аудиторію.** Якщо Суспільне збирає або використовує дані про аудиторію, люди повинні знати, які саме дані збираються та як вони використовуються. Персональні дані мають захищатися відповідно до вимог законодавства.
- 6. Дотримання авторських прав та прав інтелектуальної власності.** Під час використання ШІ-інструментів Суспільне зобов'язане дотримуватися авторських та суміжних прав. Будь-яке використання контенту або інтелектуальної власності Суспільного для навчання ШІ має відповідати законодавству та бути належним чином санкціонованим.
- 7. Уникнення шкідливого або ризикованого ШІ.** Ми не використовуємо ШІ-інструменти, які порушують редакційні стандарти, становлять загрозу безпеці даних, сприяють маніпуляціям, створюють упередженість або інформаційні бульбашки або підривають довіру суспільства. Інструменти проходять оцінку перед впровадженням та переглядаються при зміні стандартів.
- 8. Дотримання українських та європейських стандартів.** Суспільне дотримуватиметься українського законодавства та впроваджуватиме нові європейські та світові стандарти у сфері ШІ, зокрема підходи до регулювання ШІ, що ґрунтуються на оцінці ризиків, а також принципи прозорості, сертифікації та відповідального використання.

Над стратегією працювала **Sophia Krauel** у тісній співпраці з Дмитром Хільченком та Марі Лазоренко.

Велика вдячність усім, хто допомагав створювати цей документ, ділився ідеями та баченням. Особливе дякую за участь у стратесіях та/або інтерв'ю, рецензуванні тексту команді Суспільного — Марії Фрей, Христині Гаврилюк, Миколі Чернотицькому, Ангеліні Карякіній, Кирилу Єсіну, Анастасії Коріновській, Дмитру Шоломко, Світлані Остапі, Вадиму Міському, команді DW Akademie — Надії Мантуло, Helene Champagne, Julius Endert, а також Laura Ellis (BBC), Muge Ozkaptan і Ользі Седовій (BBC Media Action), Liz Corbin (EBU), Jasper Steinlein (Deutsche Welle), Ezra Eeman (NPO), Minna Mustakallio (Yle), а також усім працівникам та працівницям Суспільного, які долучилися до опитування й поділилися своїми пропозиціями.

Цей документ став можливим лише завдяки вашій відкритості та спільному прагненню розвивати Суспільне мовлення.

ДИСКЛЕЙМЕР

Цей документ був створений за фінансової підтримки Європейського Союзу. Його вміст є виключною відповідальністю АТ «НСТУ» (Суспільного мовлення) та за жодних обставин не може розглядатись як такий, що відображає позицію Європейського Союзу.