

СУСПІЛЬНІ МЕДІА: ІСТОТНІ ПИТАННЯ ПОЛІТИКИ

Аналітична записка

2025

DOI: 10.70719/respol.2025.64



Зміст

Вступ: цілі та методологія	4
Резюме	7
Розділ 1. Огляд підсектору «Суспільні медіа АТ “НСТУ”»	9
1.1 Загальний опис стану підсектору	9
1.1.1 Стисла історія створення суспільного мовника в Україні	9
1.1.2 Суспільне мовлення в Україні сьогодні	12
1.1.3 Споживання контенту на платформах суспільного мовлення у 2024 році	14
1.1.4 Проєкти Суспільного, що здобули визнання у 2024 році	19
1.1.5 Дотримання стандартів та довіра до контенту суспільного мовлення у 2024 році	19
1.1.6 Суспільне мовлення в умовах повномасштабної війни	20
1.2 Медійні та інші активи суспільного мовлення	22
1.3 Аналіз основних стейкхолдерів	24
1.3.1 УРЯД та ЦОВВ	24
1.3.2 Верховна Рада України	29
1.3.3 Регулятор	31
1.3.4 Культурні організації, заклади та установи	31
1.3.5 Профільні громадські організації	34
1.4 Аналіз фінансових моделей суспільного мовлення	40

1.4.1 Існуючі у світі моделі фінансування суспільного мовника.....	40
1.4.2 Чинний закон і проблема фінансування НСТУ.....	43
1.4.3 Можливі рішення для суспільного мовлення в Україні.....	45
1.5 Євроінтеграція і суспільне мовлення.....	47
1.5.1 Можливі рішення для суспільного мовлення в Україні.....	47
1.6 Огляд наявних інструментів політики щодо роботи суспільного мовлення.....	52
1.7 Сценарії розвитку суспільного.....	55
Розділ 2. Істотні питання політики.....	57
2.1 Спроби влади впливати на суспільне мовлення.....	57
2.2 Ненадійна модель фінансування суспільного мовлення.....	58
2.3 Кадрова проблема.....	60
2.4 Упередженість політичних середовищ щодо суспільного мовлення.....	62
2.5 Безпека працівників в умовах війни.....	62
2.6 Руйнування інфраструктури.....	63
2.7 Повільна цифрова трансформація.....	64
Перелік істотних питань політики.....	65

Вступ

Цілі та методологія

Ця аналітична записка розроблена в рамках проєкту [RES-POL](#) (Rapid Expert Support for Culture and Media Policies in Ukraine), що здійснює «Центр “Регіональний розвиток”» **Агенції економічного розвитку** [PPV](#) за фінансової підтримки Європейського Союзу.

Проєкт RES-POL має на меті посилити функціональну спроможність [Міністерства культури та стратегічних комунікацій](#) і його відомств (Українського інституту книги, Українського культурного фонду, Державного агентства України з питань мистецтв та мистецької освіти й Українського інституту національної пам’яті).

Тривалість проєкту RES-POL – від січня 2024 до липня 2025 року.

У фокусі проєкту RES-POL – чотири сектори (**Мистецтво та культура, Культурна спадщина, Креативні індустрії та Медіа**) і понад 20 секторів (індустрій та видів мистецької діяльності). Окремо RES-POL розглядає **10 істотних питань** розвитку культури (конкурентна оплата праці, ефективність державних підприємств у сфері культури, фінансування креативних індустрій, моделі фінансування культурних послуг, громади та культурна спадщина, інтеграція з ЄС та культурна політика тощо).

Методологія проєкту передбачає:

- Визначити істотні питання політики в секторах та підсекторах та описати їх в аналітичних записках і базових звітах;
- Проаналізувати 10 істотних питань розвитку культури у фокусі проєкту та описати їх у базових звітах;
- Напрацювати й описати у стратегічних брифах пропозиції політик щодо істотних питань секторів та 10 істотних питань розвитку культури;
- Розробити секторальні стратегії і операційні програми для секторів у фокусі проєкту та дорожні карти їх втілення;
- Випрацювати зміни до кількох нормативно-правових актів та / або розробити концепції пілотних проєктів, щоби впровадити створені у проєкті політики;

- Проаналізувати європейський досвід планування та впровадження політик, оцінити деякі політики у сфері культури в Україні й інституційної спроможності відомств у сфері управління Міністерства культури та стратегічних комунікацій.

Проект RES-POL активно залучає заінтересовані сторони на всіх етапах розроблення політик. Інформація про напрацювання проекту доступна на сторінці [RES-POL у Facebook](#).

Мета цієї аналітичної записки – визначити істотні питання політики підсектору «Медіаграмотність та інформаційна стійкість» із сектору «Медіа».

Істотні питання політики – це виклики та проблеми, з якими стикаються заінтересовані сторони та які заважають розвиткові підсектору. Щоб розв'язати ці питання, може бути необхідним втручання на рівні держави.

Методологія підготовки аналітичної записки передбачає:

- Провести кабінетне дослідження аналітичних матеріалів про стан та динаміку розвитку підсектору;
- Провести глибинні інтерв'ю із заінтересованими сторонами (учасниками ринку, представниками екосистем та середовищ, дотичними державними установами та організаціями);
- Визначити та описати істотні питання політики;
- Провести публічну фокус-групу, щоб представити визначені істотні питання політики;
- Опитати заінтересовані сторони, щоб верифікувати та проранжувати істотні питання політики;
- Підготувати рекомендації для подальшого розроблення політик, які розв'язуватимуть визначені істотні питання.

Автори аналітичної записки

Сергій Стуканов – експерт підсектора суспільні медіа, журналіст, медіааналітик, керівник аналітичного відділу ГО "Центр контент аналізу" рецензування;

Рецензенти:

Ігор Розкладай – експерт з питань політик медіа, заступник директора ГО "Центр демократії та верховенства права", експерт з медійного права та можерації контенту в соціальних мережах;

Володимир Воробей - керівник групи ключових експертів RES-POL, Директор ГС «Центр «Регіональний розвиток»;

Літературний редактор – Анна-Марія Волосацька;

Дизайнерка – Ольга Мацьків.

Команда проекту висловлює щиру подяку усім представницям та представникам сектору, які взяли участь в опитуванні та глибинних інтерв'ю, за їхній час, готовність говорити про проблеми та спільно шукати їх вирішення.

У разі цитування тексту цієї аналітичної записки (повністю чи частково) необхідне пряме використання першоджерела з посиланням на нього.

Зміст цієї аналітичної записки є відповідальністю Громадської спілки «Центр "Регіональний розвиток"» і не обов'язково відображає позицію Європейського Союзу.

Резюме

Суспільне мовлення в Україні – головний інститут демократичного медіа-ландшафту, що демонструє високі стандарти підзвітності, редакційної незалежності та суспільної довіри. Його платформи – радіо, телебачення та онлайнві медіа – забезпечують доступ громадян до достовірної інформації, зокрема в умовах війни, водночас підтримуючи український ринок виробництва аудіовізуального контенту. Створена законодавчо система врядування (наглядова рада і правління, публічна стратегія, щорічні звіти) слугує взірцем належного управління в державному секторі медіа. Незалежність Суспільного також визнають міжнародні організації, медіамоніторингові організації та підтверджує рівень довіри аудиторії, що сягає 75–80 %.

Водночас навіть ця інституція не убезпечена від політичного тиску. Основною проблемою є чинна модель фінансування з державного бюджету, якої, попри формально закріплену норму (не менше 0,2 % видатків від загального фонду держбюджету за попередній рік), не виконують. У 2022-2024 роках Суспільне отримувало лише третину від гарантованого законом обсягу фінансування. Додатковий ризик становить ручне казначейське управління коштами та відсутність механізмів компенсації під час секвестрів. Це створює поле для політичного впливу, блокування фінансування або маніпуляцій під час добору керівництва компанії. Існує також низка системних викликів: недостатнє розуміння ролі Суспільного у політичних колах, зумовлена низькими бюджетами кадрова криза, стримані темпи цифрової трансформації, безпекові ризики та руйнування інфраструктури внаслідок війни. Подолання цих викликів вимагає стабільного фінансування, інституційного захисту та інвестицій у розвиток.

Під час дослідження було виявлено такі істотні питання політики:

- Спроби влади впливати на Суспільне мовлення загрожують його незалежності та зумовлюють адміністративний і політичний тиск на компанію;
- Чинна модель фінансування Суспільного мовлення, яка спирається на підтримку із загального фонду державного бюджету, є вразливою до політичного впливу, щорічних секвестрів і недофінансування;
- Кадрова проблема Суспільного мовлення загострюється низькою конкурентністю зарплат, нестачею професійних кадрів і мобілізацією працівників у воєнний час;

- Упередженість політичних середовищ щодо Суспільного мовлення зумовлена хибним сприйняттям компанії як державного медіа, як одного каналу «УТ-1» та нерозумінням принципів її редакційної незалежності;
- Безпека працівників в умовах війни є гострою проблемою через роботу на прифронтових територіях, ризик загибелі, полону та обстрілів, що вимагає особливих умов праці та навчання;
- Руйнування інфраструктури компанії внаслідок російської агресії призводить до втрат технічних потужностей, приміщень і ускладнення роботи в умовах обстрілів і енергетичних атак;
- Стримані темпи цифрової трансформації Суспільного мовлення обмежують його адаптацію до змін інформаційного споживання і знижують конкурентоздатність у цифровому середовищі.

Ці виклики потребують системної відповіді на рівні політик: впровадження альтернативної моделі фінансування, гарантованих механізмів незалежного розпорядження коштами, інвестицій у цифровізацію та розвиток людського капіталу, а також глибшого комунікування щодо місії Суспільного у суспільстві та політикумі.

1. Огляд підсектору «Суспільні медіа АТ "НСТУ"»

1.1 Загальний опис стану підсектору

1.1.1 Стисла історія створення суспільного мовника в Україні

Ідея суспільного мовлення має понад столітню історію – від утворення комерційного проєкту некомерційного мовника на початку ери радіо, якого ми знаємо як BBC (1922 рік), формування мовлення у ФРН після Другої світової війни і, зрештою, до перетворення радянського пропагандистського ресурсу на успішні служби публічного мовлення, яке в силу історичних обставин в Україні назвали суспільним (2017 рік). Основними силами, що живлять суспільне / публічне мовлення, є незалежність, високі стандарти, обов'язкове захищене та незалежне фінансування через різні моделі і, звісно, довіра, коли у кризові часи громадяни, не замислюючись, знають, куди прийти, щоб одержати точну, достовірну інформацію.

Україна де-юре й де-факто створила суспільне мовлення останньою серед членів Ради Європи й на те було кілька причин. По-перше, відсутність на початку 1990-х досвіду й розуміння, що може бути щось ані приватне, ані державне; що політикуму, зокрема новим демократичним силам, слід відмовитися від ідеї державного телебачення як такого; подальша зацікавленість політиків (як за режиму президента Леоніда Кучми, так і після нього) у використанні телерадіоресурсу для власних інтересів, особливо під час виборів; міф про те, що державне мовлення обов'язково буде провадити державну, патріотичну лінію, та відверта зацікавленість журналістів, редакторів, інших працівників у теплому насидженому місці, що не вимагає конкуренції, а в певних випадках і відверта корупція, коли державний ресурс використовували у приватних цілях.

Усі спроби створити суспільне мовлення ще від моменту ухвалення 1993 року Закону про телебачення і радіомовлення зазнавали фіаско здебільшого через ці чинники.

Доволі показово, що, окрім України, одразу після розпаду СРСР суспільне мовлення не запрацювало ані в Росії, ані в Білорусі, хоча в Російській Федерації було утворено ширму у вигляді ОРТ (Общественное российское телевидение), що постало на місці студії «Останкіно» і яке тривалий час мовило й на території України спочатку без жодних підстав, а потім через тільки-но створений телеканал «Інтер», у якому майже два десятиліття була 29-відсоткова частка ОРТ.

У підсумку історія створення суспільного мовника в Україні розтягнулася на понад 25 років, упродовж яких було зроблено декілька спроб здійснити роздержавлення успадкованої від радянських часів телерадіокомпанії. Зокрема автори дослідження «Суспільне мовлення в Україні: історія створення та виклики» (2018) – Світлана Остапа, Вадим Міський та Ігор Розкладай – пропонують таку періодизацію:

1. 1991-2005 роки – період, коли в Україні зберігалось державне мовлення, яке поступово з інструмента державної пропаганди перетворилося на зручний адміністративний ресурс, який влада використовувала переважно з електоральною метою. Цей період характеризувався процесом формування юридичних підвалин українського інформаційного простору, окремого й незалежного від РФ, а також ухваленням перших законодавчих актів, які запроваджували поняття про суспільне мовлення. Наприклад, у жовтні 1997 року до Закону про телебачення і радіомовлення було внесено зміну, що ввела поняття «громадське мовлення», а також узгоджувала поняття «суспільне мовлення». Крім того, було передбачено, що для організацій суспільного мовлення виділяють один загальнонаціональний теле- та один радіоканал. Окремо було [ухвалено](#) Закон про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України, який так і не запрацював, хоч і залишався чинним аж до 2014 року.

Втім упродовж років справа не зрушила з місця. У 2002 році відбулася остання перед Помаранчевою революцією спроба запустити закон про суспільне мовлення, але й вона не дала результату – проєкт навіть не потрапив на розгляд. Натомість Статут Національної телерадіокомпанії України (НТКУ), який підписав президент Леонід Кучма, передбачав, окрім інформування громадян, ще й висвітлення діяльності президента, уряду та інших органів влади, тобто, по суті, продовжував традицію державного мовлення.

Зазнав невдачі запуск суспільного мовлення і після перемоги Помаранчевої революції в 2005 році. Попри проведені громадські й парламентські слухання, що ініціювала коаліція «Суспільне мовлення»; попри написані представниками медійного та громадського середовищ проєкти закону про суспільне мовлення, «помаранчева» влада влітку-восени 2005 року взяла курс на гальмування процесу і, зрештою, заблокувала його;

2. 2006-2013 роки – період, коли медійні та громадські середовища марно намагалися реанімувати процес утворення суспільного мовлення в Україні. Лише в останні дні своєї каденції (18 лютого 2010 року) президент Віктор Ющенко

таки підписав указ про впровадження рішення РНБО про запровадження суспільного телебачення і радіомовлення. Втім після перемоги Віктора Януковича процес знову застопорився. Хоча в жовтні 2010 року голова профільного комітету Верховної Ради Андрій Шевченко спільно з іншими депутатами зареєстрував проєкт закону про внесення змін до Закону «Про систему Суспільного телебачення і радіомовлення України», протягом 2010–2012 років його розгляд у парламенті неодноразово переносили. Після парламентських виборів 2012 року уряд зареєстрував у Верховній Раді «Проєкт Закону про Суспільне телебачення і радіомовлення України». Це був саме той текст, яку розробила Громадська гуманітарна рада й доопрацювали експерти, який став законом вже після Революції Гідності;

3. 2014-2016 роки – період законодавчої та організаційної підготовки до запуску суспільного мовлення в Україні. Головними віхами цього періоду стало, по-перше, ухвалення Закону «Про Суспільне телебачення і радіомовлення України», що відбулося невдовзі після перемоги Революції Гідності (17 квітня 2014 року); по-друге, робота Міжвідомчої робочої групи з питань реалізації вказаного закону, яка працювала у вересні–грудні 2014 року; по-третє, постанова Кабінету Міністрів України від 7 листопада 2014 року про утворення публічного акціонерного товариства «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (ПАТ «НСТУ»), 100 % акцій якого належать державі. Створення «НСТУ» у формі ПАТ означало, що компанія буде сама розпорядником власних коштів, якими раніше розпоряджався Держкомтелерадіо (через Держказначейство).

7 квітня 2015 року тоді президент України Петро Порошенко урочисто підписав внесені Верховною Радою зміни до Закону про суспільне мовлення, які доповнили закон процедурними питаннями, яких не було в першій редакції. Відповідно до Закону, органами управління НСТУ стали наглядова рада (яка здійснює нагляд за діяльністю НСТУ, визначає основні напрями її діяльності, обирає голову та членів правління, зовнішнього аудитора тощо) та правління, яке є виконавчим органом НСТУ та здійснює поточне керівництво компанією.

Закон містив положення, що держава повинна забезпечити належне фінансування НСТУ, яке передбачено окремим рядком у Державному бюджеті України та становить не менше 0,2 % від видатків загального фонду Держбюджету за попередній рік (забігаючи наперед, варто зазначити, що жодного разу в подальші роки ця вимога не була дотримана і НСТУ щороку лишалася недофінансованою). Ця сума була обрахунком фактичних тогочасних видатків на державне мовлення як відсотка від держбюджету. Стан країни після правління

режиму Януковича і на початку вторгнення Росії у Крим та на Донеччину й Луганщину не давав змоги збільшити видатки до 0,39 %, як це рекомендували міжнародні експерти.

Хоча у квітні 2015 року здавалося, що до запуску НСТУ залишаються тільки формальності, насправді на залагодження всіх юридичних та організаційних моментів і процедур, що передбачали реформування величезної та розгалуженої структури, знадобилися майже два роки. Зокрема 2015-го було обрано членів Наглядової Ради й розпочато розв'язання низки проблем компанії; 2016-го скорочено кількість посад та здійснено безліч організаційних та юридичних перетворень, пов'язаних із ОДТРК в областях; розроблено концепцію мовлення каналів та радіостанцій тощо. Зрештою, 30 вересня 2016 року Держкомтелерадіо видав наказ № 177 «Про реорганізацію Національної телекомпанії України». Відповідно до документа, було наказано припинити діяльність НТКУ, перетворивши на публічне акціонерне товариство «Національна суспільна телерадіокомпанія України». Головою комісії із перетворення Національної телекомпанії призначили Зураба Аласанію.

Публічне акціонерне товариство «Національна суспільна телерадіокомпанія України» було зареєстровано 19 січня 2017 року як юридичну особу одночасно із припиненням юридичної особи НТКУ. З цієї дати приступила до виконання повноважень Наглядова рада мовника, яка оголосила конкурс на посаду голови правління. 10 квітня 2017 року в конференцзалі інформаційного агентства «Укрінформ» відбувся фінальний етап конкурсу, на якому перемогу здобув Зураб Аласанія, того ж місяця було обрано й інших членів правління.

1.1.2 Суспільне мовлення в Україні сьогодні

Акціонерне товариство «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (скорочено – АТ «НСТУ») або Суспільне мовлення – українська суспільна телерадіокомпанія, до якої входять загальнонаціональні телеканали «Перший», «Суспільне Культура», «Суспільне Спорт», радіоканали «Українське радіо», «Радіо Промінь», «Радіо Культура», «Радіоточка» та «Radio Ukraine International», 24 регіональні телеканали, а також цифрові платформи, зокрема онлайнові медіа «Суспільне Новини», «Суспільне Культура» і «Суспільне Спорт», Бробакс.

НСТУ є акціонерним товариством, 100 % акцій якого належать державі. Його статус регулює Закон України «Про суспільні медіа України» (назва закону була змінена, оскільки у 2022 році ухвалено закон про медіа).

На початку діяльності новоствореної компанії Наглядова рада НСТУ затвердила місію суспільного мовлення: «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».

На відміну від колишнього державного мовлення, НСТУ не зобов'язана висвітлювати діяльність органів виконавчої влади, інших державних органів, органів місцевого самоврядування, їхніх посадових осіб, окрім повідомлень значного суспільного інтересу. При цьому заборонено їхнє втручання у діяльність НСТУ з метою встановлення цензури, попереднього контролю та незаконного впливу на зміст інформації, що поширює Суспільне телебачення і радіомовлення України.

Передбачено, що програми НСТУ становлять не менше 75 % від національного та європейського (країн, що ратифікували Європейську конвенцію про транскордонне телебачення [49]) виробництва. Трансляція реклами (окрім соціальної), телепродажу, повідомлень про спонсорів на каналах мовлення НСТУ підлягає обмеженням згідно з законом.

Нагляд за діяльністю НСТУ здійснює Наглядова рада, до якої входять по одному представникові від депутатських фракцій і груп Верховної Ради України поточного скликання та дев'ять членів від громадських об'єднань та асоціацій. До повноважень Наглядової ради належать обрання на відкритому конкурсі голови та членів правління компанії, встановлення основних напрямів діяльності НСТУ, затвердження умов та розмірів оплати праці працівників, призначення третини членів редакційної ради та затвердження редакційного статуту, добір аудиторської компанії для здійснення щорічного зовнішнього аудиту, затвердження щорічного звіту про діяльність НСТУ та забезпечення його оприлюднення й інше. Наступні вибори Наглядової ради мають відбутися у 2026 році, коли буде оновлено більшу частину її складу.

Виконавчим органом НСТУ є Правління, яке очолює його Голова. Наглядова рада НСТУ обирає Голову правління на відкритому конкурсі, а також призначає за його поданням шістьох членів правління. Із головою та членами правління Наглядова рада підписує чотирирічні контракти. 27 квітня 2021 року Головою Правління НСТУ обрано Миколу Чернотицького. У 2025 році відбулися вибори Голови Правління НСТУ, де було переобрано Миколу Чернотицького на другий термін.

Відповідно до закону «Про Суспільне телебачення і радіомовлення», держава забезпечує належне фінансування НСТУ, що передбачено окремим рядком у Державному бюджеті та становить не менше 0,2 відсотка видатків від загального фонду Державного бюджету України за попередній рік. Також НСТУ можна фінансувати за рахунок продажу власної теле- і радіопродукції, плати за користування авторськими та суміжними правами; державного й місцевих бюджетів; абонентської плати; інших надходжень. Фактично НСТУ отримує кошти державного бюджету, комерційні надходження від реклами, роялті, оренди майна, а також грантів міжнародної технічної допомоги.

Починаючи від моменту створення НСТУ, державні гарантії щодо її фінансування неодноразово порушували при ухваленні державного бюджету. До прикладу, обсяг виділених коштів становив 75 % у 2017 році, 50 % – 2018-го, 55 % – 2019-го тощо (докладніше щодо фінансування див. підрозділ «Аналіз фінансових моделей Суспільного мовлення»).

1.1.3 Споживання контенту на платформах суспільного мовлення у 2024 році

Рівень споживання новин на платформах Суспільного мовлення 2024-го зріс порівняно з 2023 роком. Про це свідчать результати щорічного всеукраїнського опитування USAID-Internews «Українські медіа, ставлення та довіра у 2024 році», яке [оприлюднила](#) Міжнародна організація Internews Network у листопаді 2024 року.

Помітне зростання споживання контенту продемонстрували, зокрема, телеканал «Перший», Українське радіо, сайт «Суспільне Новини» та інші платформи мовника.

«Перший канал»

«Перший канал» – це загальноукраїнський суспільний телеканал у складі Національної суспільної телерадіокомпанії України. 21 травня 2024 року він відновив мовлення на власній частоті, формально залишившись частиною телемарафону «Єдині новини», розширив власний інформаційний блок контенту (зокрема запустивши інформаційний проєкт «Суспільне. Студія»).

Згідно з результатами щорічного всеукраїнського опитування USAID-Internews «Українські медіа, ставлення та довіра у 2024 році», «Перший» посів сьому сходинку серед загальнонаціональних телеканалів, чиї новини найчастіше переглядали українці. Порівняно з 2023 роком показник зріс від 5 % до 8 %.

Цікавим у цьому контексті є річний звіт ГО «Детектор медіа» [«Підсумки 2024-го для українського телебачення»](#). З нього можна дізнатися, що 2024 року кілька трансляцій міжнародних конкурсів і чемпіонатів допомогли відчутно збільшити показники телеканалом Суспільного мовлення. Наприклад, під час футбольного чемпіонату Євро-2024 та Олімпійських ігор середня місячна частка каналів Суспільного мовника зросла від 0,2 % у травні до 1,4 % у липні. У межах Євро-2024 збірна України провела три матчі. Сукупно на каналах Суспільного та мовників, які перебувають у марафоні «Єдині новини», футбольні трансляції мали високі показники та лідирували у своєму слоті: перший матч із Румунією (17 червня) зібрав частку 19,4 % (rat 1,78 %); другий зі Словаччиною (21 червня) – 22,6 % (rat 2,5 %); третій із Бельгією (26 червня) – 24,9 % (rat 3 %).

26 липня 2024 року в Парижі стартували літні Олімпійські ігри, трансляції яких теж відбувалися на платформах Суспільного. Церемонія відкриття зібрала високі показники перегляду: rat 0,9 % та shr 6,1 % сукупно на каналі «Перший» та інших мовниках Суспільного.

Суспільне потрапляло також до місячних рейтингів. Найбільшу популярність, за даними ДМ, систематично мали трансляції спортивних подій – футбольних матчів, а влітку – Олімпіади. Такі етери регулярно посідали перші місця у своїх слотах, інколи популярності їх вистачало для того, щоби Суспільне потрапило до ТОП-10 загального тижневого рейтингу.

«Суспільне культура»

«Суспільне Культура» – це загальноукраїнський суспільний телеканал та онлайнове медіа у складі Національної суспільної телерадіокомпанії України на культурно-просвітницьку тематику. Етерне наповнення мовника – новини, фільми, трансляції концертів класичної музики й театральних вистав, а також програми, присвячені різним напрямкам культурного та суспільного життя: музиці, живопису, театру, літературі, кіно тощо.

Культурні події в 2024 році залучали дещо меншу аудиторію, ніж спорт, втім завдяки їх трансляції «Суспільне Культура» також часто потрапляло в рейтинги. Провідною подією стало Євробачення, добори до нього, а особливо трансляція фіналу та півфіналу. З інших культурних подій варто виокремити презентації фільмів та один концерт Сергія Жадана. Контент «Суспільне Культура» дистрибутується у довгих та коротких форматах у соціальних мережах.

Телеканали суспільного мовника

Загалом варто перелічити такі топові телетрансляції 2024 року:

- Головною подією одного з тижнів [лютого](#) 2024 року став фінал національного відбору на «Євробачення-2024», який транслював канал «Суспільне Культура». За оцінкою, програму подивилися 1,3 мільйона телеглядачів віком від 4 років. Фінал пройшов із показниками rat 1,02 %, shr 3,65 % і зайняв сьоме місце у слоті;
- У [березні](#) рейтинг найпопулярніших програм місяця становили проєкти каналів Starlight Media (9 із 10 продуктів) і футбольна трансляція гри збірної України на мережі регіональних телеканалів Суспільного мовлення. Було дві гри за місце на чемпіонаті Європи 2024, які транслював Суспільний мовник: перша — зі збіркою Боснії і Герцеговини (rat 3,05 %, shr 12,77 %) та переможна зі збіркою Ісландії (rat 2,86 %, shr 12,99 %). Обидві трансляції були лідерами свого слота;
- На «Суспільне Культура» було два проєкти: «Русифікація в стилі поп» (rat 0,04 %, shr 0,32 %) та «Велика російська брехня. Історія» (rat 0,05 %, shr 0,17 %);
- Також «Суспільне Київ» розпочав новий сезон шоу «Новий відлік» (rat 0,01 %, shr 0,04 %);
- Зрештою, у [травні](#) трійку найпопулярніших програм заклав фінал цього-річного Євробачення на «Суспільне Культура» (rat 2,82 %, shr 16,25 %);
- У [липні](#) сукупно на каналі «Перший» і каналах «Суспільного мовлення» рейтинг за комерційною аудиторією 18-54 у містах 50 тисяч + становив 0,95 %, частка 6,13 % (третє місце у слоті). Загалом усі трансляції Літніх Олімпійських ігор (у липні та серпні) подивилося 2,5 мільйона глядачів за аудиторією 4+ у містах 50 тисяч + та, за оцінкою авторів, 5,4 мільйона за аудиторією 4+, уся країна;
- У [серпні](#) церемонія закриття Літніх Олімпійських ігор на Суспільному мовнику (сукупні показники на каналах «Суспільного» та «Першому» становили rat 0,75 %, shr 4,46 %, 5-те місце у слоті);
- У [вересні](#) суспільний мовник показав футбольні матчі за участі української збірної в рамках Ліги націй проти збірних Албанії (rat 1,75 %, shr 7,93 %, 2-ге місце у слоті) та Чехії (rat 1,29 %, shr 6,71 %, 1-ше місце у слоті);

- У [листопаді](#) Суспільний мовник показав футбольні матчі за участі української збірної в рамках Ліги націй проти збірних Албанії (rat 1,75 %, shr 7,93 %, 2-ге місце у слоті) та Чехії (rat 1,29 %, shr 6,71 %, 1-ше місце у слоті).

Зростання популярності Суспільного мовника засвідчив і перегляд трансляції інавгурації 47-го президента США Дональда Трампа 20 січня 2025 року. За даними дослідницької компанії Nielsen, середня частка аудиторії спецетеру «Суспільне. Студія» на Першому каналі Суспільного мовлення становила 4,9 % (аудиторія 18+ у містах із населенням 50 тисяч +). Найбільша частка аудиторії у моменті становила 9,22 % (314 тисяч телеглядачів одночасно). Під час трансляції від 17:21 до 22:00 «Перший» вийшов на третє місце за увагою телеглядачів (віком 18+ у містах із населенням 50 тисяч +) серед 43 телеканалів України, які вимірюють. Загалом 20 січня став рекордним днем за часткою аудиторії «Першого» від часу розширення власного мовлення у телемарафоні в травні 2024 року. Із результатом 2,74 % «Перший» того дня посів 10 місце серед усіх телеканалів України.

Українське радіо

Українське радіо – це найбільша радіомережа та найпопулярніше розмовне радіо України. У 2024 році Українське радіо продовжило нарощувати свою аудиторію, підтвердивши тенденцію, яка спостерігалася в попередні роки. До прикладу, згідно з результатами щорічного всеукраїнського опитування USAID-Internews «Українські медіа, ставлення та довіра у 2024 році», Українське радіо впевнено посіло перше місце серед українських радіостанцій за рівнем споживання новин. Показово, що за останній рік частка респондентів, які зазначили, що найчастіше слухають Українське радіо, щоб отримати новини, зросла майже вдвічі: від 21 % 2023-го – до 39 % 2024 року, за даними [дослідження](#) USAID-Internews. Найближчий конкурент здобув лише 14 %.

Цифрова платформа «Суспільне новини»

Суспільне Новини – це чинне онлайнове медіа у складі цифрової платформи Національної суспільної телерадіокомпанії України, яке має інформаційну спрямованість. У діджиталі медіа представлене вебсайтом, сторінками у Facebook, Twitter, Instagram, Threads, YouTube, WhatsApp, Viber та Telegram, а також мобільним застосунком.

Як і інші платформи Суспільного мовлення, 2024 року сайт нарощував відвідуваність і популярність. Згідно з результатами щорічного всеукраїнського

опитування USAID-Internews «Українські медіа, ставлення та довіра у 2024 році», сайт Suspilne.media вдвічі збільшив відвідуваність споживачів інформації (від 2 % до 4 %) і посів сьому сходинку серед новинних ресурсів.

Прикметні дані щодо рейтингів сайту «Суспільне Новини» подавав на початку 2024 року сайт Informator.ua. Він згадав Суспільне у двох рейтингах топ-20 найпопулярніших українських онлайн-медіа, складених на основі даних Similarweb. Згідно з дослідженням, у [лютому](#) 2024 року «Суспільне Новини» посів 17-те місце із 8,57 мільйона переглядів, у [квітні](#) – 19-те місце із 7,22 мільйона переглядів.

Згідно з результатами щорічного всеукраїнського опитування USAID-Internews «Українські медіа, ставлення та довіра у 2024 році», суттєво збільшив свою аудиторію і ютуб-канал «Суспільне Новини» (1 % 2023 супроти 5 % 2024 року), потрапивши до вісімки найпопулярніших новинних ресурсів, з яких споживачі інформації дізнаються новини.

Прямий етер інавгурації президента США Дональда Трампа 20 січня 2025 року на ютубі «Суспільне Новини» став другим за популярністю серед українських медіа на цій платформі. Його подивилися понад 237 тисяч користувачів. Піковим моментом трансляції на ютуб-каналі «Суспільне Новини» став кінець інавгураційної промови Дональда Трампа – її одночасно дивилося 33 875 глядачів.

Крім того, протягом 2024 року суттєво [зросла](#) кількість підписників всіх сторінок «Суспільного» у соціальних мережах (від 10,3 мільйона підписників на початку року до 13,5 мільйона наприкінці). Згідно з результатами щорічного всеукраїнського опитування USAID-Internews «Українські медіа, ставлення та довіра у 2024 році», телеграм-канал «Суспільне Новини» з рейтингом 4 % (аналогічний показник був 2023-го) потрапив до чільної шістки загальнонаціональних сторінок, з яких українці дізнавались новини на цій платформі. Натомість у вайбері спостерігалось суттєве зростання популярності каналу «Суспільного» – подібне до того, що зафіксоване в ютубі: 1 % у 2023 році супроти 5 % у 2024 році. Із таким показником «Суспільне» посіло четверту сходинку серед найпопулярніших загальнонаціональних каналів у вайбері.

1.1.4 Проєкти Суспільного, що здобули визнання у 2024 році

У 2024 році Суспільний мовник, його підрозділи та співробітники регулярно забирали перші місця в рейтингах, конкурсах, здобували нагороди та премії. Список таких нагород охоплює і вітчизняні, і закордонні відзнаки.

Документальний фільм Суспільного «Домівка на спині» про непросту долю вимушених переселенців потрапив до програми кінофестивалю DocKyivFest. Репортаж Суспільного опинився серед номінантів [European Press Prize 2024](#), ще один репортаж посів 3-тє місце на конкурсі [Prix Bohemia Radio](#). Суспільне мовлення отримало нагороду [Kyiv Pride Awards](#). Розслідування, над яким працювало Суспільне, потрапило до фіналу престижного конкурсу [британського медіа](#). Представники Суспільного були номіновані на [Muzvar Awards – 2024](#). Одразу п'ять проєктів Суспільного отримали нагороди на фестивалі [«Серце Європи»](#). Редакторка сайту «Суспільне Культура» Катерина Яковленко потрапила до номінанток на премію [Women In Arts](#). Ірина Цибух увійшла до сотні лідерок [«УП 100. Сила жінок»](#).

У 2024 році подкаст «Суспільне. Казки» [увійшов](#) до Топ-10 найпопулярніших подкастів на MEGOGO. На початку 2025 року він також відзначений як найсильніший подкаст у рамках премії Суспільний код (внутрішній конкурс проєктів Суспільного мовлення).

Крім того, за підсумками щорічного опитування [«Хто став журналістом 2024 року»](#), яке провів Інститут масової інформації 24 грудня 2024 року, команда «Суспільне.Чернігів» увійшла до ТОП-10.

1.1.5 Дотримання стандартів та довіра до контенту суспільного мовлення у 2024 році

Дослідження щодо споживання та довіри до новин, яке на замовлення Суспільного зробила компанія Gradus у листопаді 2024-го (методом самозаповнення в мобільному додатку GRADUS серед населення України віком 18+, окрім ТОТ та АР Крим, вибірка n=2600), підтвердило, що рівень довіри споживачів до новин Суспільного – вищий за 80 %. Це хороший показник на тлі зниження довіри до багатьох інституцій в Україні.

Щороку Інститут масової інформації (ІМІ) проводить двоетапний глибинний моніторинг онлайн-медіа, що охоплює дослідження прозорості, відповідальності, дотримання журналістських стандартів у матеріалах, а також чітке

маркування рекламних матеріалів. На основі цього моніторингу формують список прозорих та відповідальних медіа, більш відомий як Білий список. Сайт «Суспільне Новини» щоразу [потрапляє](#) до переліку (як правило, на першій позиції) як медіа, варте довіри споживачів інформації.

Ще один моніторинг ІМІ стосувався так званої джинси (прихованої реклами чи антиреклами певної політичної сили чи діяча, що замаскована під журналістські матеріали) в онлайн-медіа. Моніторингові звіти у [березні](#), а також у [другому](#), [третьому](#) та [четвертому](#) кварталах 2024 року засвідчили потрапляння Суспільного до списку медіа, у яких не виявлено прихованої реклами.

Моніторинг [телевізійних новин](#) Суспільного мовлення та телемарафону «Єдині новини», який проводить ГО «Детектор медіа», систематично показує вищий рівень дотримання журналістських стандартів та відсутність «джинси» в етерах каналів Суспільного.

Суспільне також лідирує за дотриманням гендерного балансу в [онлайн-новинах](#) і [етерних новинах](#).

У жовтні 2024 року високий рівень дотримання професійних стандартів підтвердили журналісти видання «Тексти», які опублікували [дослідження](#) з використанням технології штучного інтелекту, у якому визначили, що стрічка новин Суспільного має найменший відсоток маніпуляцій.

1.1.6 Суспільне мовлення в умовах повномасштабної війни

Повномасштабна агресія Російської Федерації проти України, розв'язана 24 лютого 2022 року, суттєво вплинула на роботу й функціонування інформаційного простору країни загалом і Суспільного мовлення зокрема. Особливо сильний ефект був відчутний протягом 2022-го; натомість у 2023-2024 роках становище поволі стабілізувалось. Загалом НСТУ впоралася із викликами під час першої фази вторгнення. Компанія завчасно готувалася до потенційної агресії щонайменше від кінця 2021 року. Були опрацьовані різні варіанти дій залежно від розвитку подій, тож наприкінці лютого 2022 року НСТУ вже розпочала мовлення з облаштованої запасної студії на потужностях Львівської філії телерадіокомпанії.

У перші дні війни «Суспільне» стало частиною інформаційного марафону «Єдині новини». Це об'єднання провідних українських телеканалів дало змогу ефективно

координувати інформаційну політику та зосередити ресурси на боротьбі з дезінформацією. Суспільне відіграло важливу роль у цьому проєкті, забезпечуючи аналітичний контент, репортажі з місць подій та висвітлення міжнародної підтримки України. Тим часом, якщо в першій половині 2022 року телемарафон «Єдині новини» почасти виправдовував своє існування, то в другій половині року його доцільність стали ставити під сумнів, надто зважаючи на сумнівну редакційну політику залучених телеканалів. Протягом 2023 року критика марафону посилювалась. Моніторинги ГО «Детектор медіа» [показали](#), що всі телеканали, залучені до виготовлення «Єдиних новин» (окрім Суспільного мовлення), демонстрували політичні упередження. Зрештою, у травні 2024 року після переговорів з іншими учасниками було знайдено формулу, за якою телеканал «Перший» вийшов на власне мовлення, залишившись у коаліції «Єдиного марафону».

Хоча війна і посилила фінансові труднощі, із якими НСТУ стикалася й перед 2022 роком, компанії вдалося зберегти незалежність, забезпечити стабільне мовлення, адаптуватися до нових викликів, проте довелося й відкласти на майбутнє заплановані проєкти. Війна наголосила на важливості незалежного мовлення як стратегічного інструменту інформаційної безпеки України. Водночас війна спонукала НСТУ до певних структурних реформ. Наприклад, упродовж 2023–2024 років тривала робота над реорганізацією Суспільного мовлення у регіонах. В основу було покладено концепцію формування шести регіональних хабів. Крім того, більшу увагу було приділено розвитку цифрових платформ.

Що стосується проблем, які загострила війна, то головні з них такі: 1) проблеми з фінансуванням; 2) кадрова проблема; 3) низька оплата праці працівників нижчої та середньої ланок; 4) безпека співробітників; 5) руйнування інфраструктури; 6) робота регіональних філій.

Безперечно, роль держави в повоєнному відновленні Суспільного мовлення буде вагомим. Передусім це стосуватиметься забезпечення сталого фінансування НСТУ.

1.2 Медійні та інші активи суспільного мовлення

На початку 2025 року ПАТ «НСТУ» була розгалуженою і складною структурою, яка протягом останніх 8 років зазнала помітних змін. Це пов'язано передусім зі значним розвитком цифрових платформ, а також процесами централізації.

Як і всі суспільні мовники світу, українське «Суспільне мовлення» складається з кількох платформ: телебачення, радіо та цифрові сервіси (діджитал). Організаційно це знайшло вияв у поділі на кілька Дирекцій: Дирекція телебачення, Дирекція «Українське радіо», Дирекція регіонального мовлення, Дирекція цифрових платформ та Дирекція інформаційного мовлення. Також компанія має адміністративні та господарські підрозділи, зокрема шість регіональних хабів.

Телевізійна платформа підтримує телеканали «Перший» (суспільно-політична та загальна тематика), «Суспільне Культура» (культурно-просвітницька тематика), «Суспільне Спорт» (спортивна тематика), а також 24 регіональні телеканали, що мовлять на території областей: «Суспільне Вінниця» (Вінницька область), «Суспільне Дніпро» (Дніпропетровська область), «Суспільне Донбас» (Донецька й Луганська області), «Суспільне Житомир» (Житомирська область), «Суспільне Запоріжжя» (Запорізька область), «Суспільне Івано-Франківськ» (Івано-Франківська область), «Суспільне Київ» (Київ та Київська область), «Суспільне Крим» (Автономна республіка Крим та Севастополь), «Суспільне Кропивницький» (Кіровоградська область), «Суспільне Луцьк» (Волинська область), «Суспільне Львів» (Львівська область), «Суспільне Миколаїв» (Миколаївська область), «Суспільне Одеса» (Одеська область), «Суспільне Полтава» (Полтавська область), «Суспільне Рівне» (Рівненська область), «Суспільне Суми» (Сумська область), «Суспільне Тернопіль» (Тернопільська область), «Суспільне Ужгород» (Закарпатська область), «Суспільне Харків» (Харківська область), «Суспільне Херсон» (Херсонська область), «Суспільне Хмельницький» (Хмельницька область), «Суспільне Черкаси» (Черкаська область), «Суспільне Чернівці» (Чернівецька область), «Суспільне Чернігів» (Чернігівська область).

Радіоплатформа Суспільного має три загальнонаціональні радіоканали: «Українське радіо» (розмовна станція, що зосереджена на суспільно-політичному порядку денному), «Радіо Промінь» (музична радіостанція) та «Радіо Культура» (розмовна станція, що зосереджується на культурницькому контенті й має чимало культурного продукту: радіоп'єси, концерти тощо). Крім цих трьох каналів, Суспільне підтримує міжнародну «Всесвітню службу радіомовлення України», яка мовить кількома мова-

ми (зокрема [англійською](#), [німецькою](#), [румунською](#), [угорською](#), ромською тощо). У 2023 році було запущено Радіоточку – сервіс, що цілодобово транслює українську ретро-музику. Регіональні редакції «Українського радіо», розташовані майже в усіх областях, за структурою відповідають поданому вище перелікові телевізійних редакцій і виходять під власними позивними на хвилях радіоканалу (щоденний обсяг регіонального радіомовлення становить 3 години 20 хвилин). Також у розпорядженні Дирекції «Українського радіо» є служби студійних комплексів Будинку радіо та [Будинку звукозапису](#) Українського радіо, а також 5 радіоансамблів (Симфонічний оркестр Українського радіо, Хорова капела Українського радіо, Оркестр народної та популярної музики Українського радіо, Великий дитячий хор Українського радіо, Тріо бандуристок Українського радіо).

У діджиталі НСТУ представлена вебсайтом suspilne.media, який поділено на 3 розділи: «Суспільне Новини», «Суспільне Спорт» та «Суспільне Культура», кожен із яких має сторінки в соціальних мережах. Крім того, власні вебсайти та сторінки в соцмережах мають телеканал «Перший», радіоканали «Українське радіо» та «Радіо Промінь», а також 24 регіональні філії Суспільного мовлення.

Територіально ПАТ «НСТУ» поділяється на центральну дирекцію, яка розташована в Києві, і регіональні хаби та філії. Після повномасштабного вторгнення Росії центральна дирекція телебачення перемістилася з телецентру «Олівець» (який разом із телевежею зазнав атаки російською ракетою, а також був надзвичайно енергонеефективним) до Будинку українського радіо за адресою Хрещатик, 26, де тепер розташований конвергентний ньюзрум. Крім Києва, звідки ведеться основна частина щоденного телевізійного етеру, облаштовано окремі студії у Львові та Ужгороді й радіостудії на решті філій. Щодо творчих питань, то зберігається свобода дій у рамках місії Суспільного. А от щодо операційних питань за останні роки значно посилилася централізація, що пов'язано і з оптимізацією штату, і з централізованим підходом до обладнання та фінансування в межах міжнародної технічної допомоги.

Серед новітніх проєктів Суспільного мовлення – Академія Суспільного Мовлення та Суспільне Медіатека – платформи унікальних відео та аудіо, що належать Суспільному від 1950-х років і до сьогодні.

Нині Суспільне мовлення налічує понад 3650 працівників.

1.3 Аналіз основних стейкхолдерів

Стейкхолдерами називають заінтересовані або причетні сторони, себто осіб або організації, які мають права, долю, вимоги або інтереси відносно суб'єкта (у цьому разі Суспільного мовлення), що задовольняють їхні потреби або очікування.

Аналіз стейкхолдерів, які впливають на діяльність Суспільного мовлення або так чи так пов'язані, причетні чи зацікавлені у взаємодії з Суспільним мовленням, передбачає дослідження кількох груп інституцій, як-от (2.3.1) Кабінет Міністрів України, (2.3.2) Верховна Рада України, (2.3.3) центральні органи виконавчої влади, відомства, служби, (2.3.4) культурницькі організації, заклади та установи і (2.3.5) профільні громадські організації.

1.3.1 УРЯД та ЦОВВ:

| Кабінет Міністрів України

Кабінет Міністрів України після Парламенту є основною інституцією, яка забезпечує існування Суспільного. До його повноважень належить визначити суб'єкта, який є засновником Суспільного, адже Кабмін як такий не є юридичною особою, затвердити Статут АТ «НСТУ» та внести на розгляд Парламенту проєкт Державного бюджету на наступний рік, де визначити обсяг фінансування на наступний рік або зміни до такого фінансування протягом року. Також уряд здійснює контроль за використанням та збереженням переданого НСТУ державного майна, що не увійшло до його статутного капіталу й закріплено за НСТУ на праві господарського відання, і може визначати суб'єкта управління таким майном. Крім того, визначає порядок відчуження та списання переданого НСТУ державного майна, що не увійшло до його статутного капіталу та закріплено за НСТУ на праві господарського відання;

| Міністерство культури та стратегічних комунікацій (МКСК)

Міністерство культури та стратегічних комунікацій – це центральний орган виконавчої влади, що формує та реалізовує державну політику у сферах культури, державну мовну політику, популяризує Україну у світі, державне іномовлення, інформаційний суверенітет України та інформаційну безпеку; у сферах відновлення та збереження національної пам'яті, мистецтв, охорони культурної спадщини; у сфері медіа, інформаційній та видавничій сферах.

Зважаючи на перелічені завдання Міністерства культури та стратегічних комунікацій, відомство є одним із головних заінтересованих сторін для АТ «НСТУ». МКСК та Суспільне мовлення об'єднує низка спільних проєктів. Зокрема МКСК разом із Суспільним мовленням за підтримки ПРООН в Україні є організаторами щорічного Всеукраїнського уроку з медіаграмотності, ініційованого проєктом із медіаграмотності при МКСК «Фільтр». У 2024 році урок було організовано для учнів 5–11 класів, їхніх батьків та вчителів, його транслювали телеканали «Суспільне Культура» та YouTube-канал «Перший».

У січні 2025 року чинний очільник Міністерства культури та стратегічних комунікацій Микола Точицький дав одне з перших великих [інтерв'ю](#) як міністр Суспільному мовленню, у якому окреслив свої пріоритети на посаді.

Важливо наголосити, що саме Міністерство культури та стратегічних комунікацій після російського повномасштабного вторгнення неодноразово підтверджувало своїм [наказом](#) (востанне – у грудні 2024 року) відповідність ПАТ «НСТУ» критеріям, встановленим для долучення підприємств до переліку організацій, критично важливих для функціонування економіки та забезпечення життєдіяльності населення в особливий період. Потрапляння Суспільного мовлення до переліку критичних підприємств дає можливість бронювати визначену частину працівників ПАТ «НСТУ» від мобілізації.

Попередник МКСК – Міністерство культури, молоді та спорту – фігурувало 2020 року в контексті пошуку коштів для виплати [заборгованостей](#) Суспільного перед міжнародними партнерами (міжнародний телеканал Euronews), накопичених ще від часів діяльності державної установи НТКУ. Водночас тодішнє відомство суттєво критикували за контрверсійні пропозиції щодо регулювання діяльності українських ЗМІ (як-от [Законопроект про дезінформацію](#), що так і не був ухвалений у 2020 році);

Міністерство освіти і науки (МОН)

Міністерство освіти і науки – це центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сферах освіти і науки, наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності, трансферу (передавання) технологій, а також забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері здійснення державного нагляду (контролю) за діяльністю закладів освіти, підприємств, установ та організацій, які надають послуги у сфері освіти або проводять іншу діяльність, пов'язану з наданням таких послуг, незалежно від їх підпорядкування і форми власності.

Міністерство освіти і науки – це центральний орган виконавчої влади, що забезпечує формування та реалізує державну політику у сферах освіти і науки, наукової, науково-технічної та інноваційної діяльності, трансферу (передавання) технологій, а також забезпечує формування та реалізацію державної політики у сфері здійснення державного нагляду (контролю) за діяльністю закладів освіти, підприємств, установ та організацій, які надають послуги у сфері освіти або провадять іншу діяльність, пов'язану з наданням таких послуг, незалежно від їх підпорядкування і форми власності.

Зважаючи на те, що одна з місій Суспільного мовлення – сприяти поширенню знань, діяльність МОН та Суспільного мовлення перетинаються.

Вивершенням взаємодії між ПАТ «НСТУ» та МОН стало підписання меморандуму про партнерство між Міністерством освіти і науки України та Суспільним мовленням, що відбулося в квітні 2024 року. Метою партнерства стало поширення освітнього контенту Суспільного мовлення серед закладів освіти в Україні та за кордоном. Міністр освіти Оксен Лісовий наголосив, що діти зацікавлені отримувати якісний освітній контент, зокрема історичний та соціально-політичний. Голова правління ПАТ «НСТУ» Микола Чернотицький згадав про наявність у портфоліо Суспільного мовлення спеціалізованих ресурсів для дитячої та підліткової аудиторій (Бробакс, Колайдер);

| Державний комітет телебачення і радіомовлення

Державний комітет телебачення і радіомовлення є головним органом у системі центральних органів виконавчої влади, що бере участь у формуванні та реалізації державної політики у сфері телебачення і радіомовлення, інформаційній та видавничій сферах.

Суспільне мовлення (АТ «НСТУ») – одне з підприємств, що належать до сфери відання Держкомтелерадіо, який також є акціонером АТ «НСТУ», що управляє корпоративними правами держави.

Державний комітет телебачення і радіомовлення відіграв вагомий роль у процесі створення суспільного мовника. Чинний голова Держкомтелерадіо Олег Наливайко в минулому був керівником комісії із перетворення НТКУ на Суспільне.

Держкомтелерадіо дотичний до розроблення проєктів кількох нормативно-правових актів задля врегулювання діяльності Суспільного в юридичній площині

(законопроект про зміни до законів України у зв'язку з ухваленням ЗУ про суспільне мовлення, постанова КМУ із затвердженням Статуту НСТУ). Керівництво комітету послідовно [прихильне](#) до ідеї суспільного мовлення в Україні від початку обговорення реалізації створення його ще в 2005 році, що було частиною взятих Україною [міжнародних зобов'язань](#).

Голова Держкомтелерадіо Олег Наливайко вважає [успішною](#) реформу Суспільного (зважаючи на припинення втручання влади в редакційну політику), водночас акцентує на проблемі недостатнього фінансування для мовника. Він є прихильником ідеї співпраці Суспільного з незалежними студіями задля виробництва контенту.

Серед останніх взаємодій інституції із Суспільним – [проведення](#) Радіодиктанту національної єдності восени 2024 року, а також [нагородження](#) колективу Українського радіо (складової Суспільного мовлення) відзнаками до 100-річчя Українського радіо 16 листопада 2024 року;

| Державна служба з етнополітики та свободи совісті (ДЕСС)

Державна служба з етнополітики та свободи совісті – це центральний орган виконавчої влади, який реалізовує державну політику у сфері міжнаціональних відносин, релігії та захисту прав національних меншин в Україні.

Діяльність Держслужби та Суспільного мовлення перетинається в контексті одного з принципів роботи суспільного мовника: висвітлення питань, пов'язаних із національними та етнічними групами, а також релігійними групами на території України.

Упродовж останнього часу представники ДЕСС взаємодіють із Суспільним як [коментатори](#) низки процесів, пов'язаних із релігією в Україні та, зокрема, заборонаю УПЦ МП. Голова Держслужби етнополітики та свободи совісті Віктор Єленський, серед іншого, брав участь як один із запрошених експертів у зніманні документального [циклу](#) Суспільного «Остання війна», який складається із двох фільмів: «Анатомія рашизму» та «Какая різниця». Він фахово проаналізував суспільно-політичні процеси, які стосуються унеможливлення діяльності в Україні церковних організацій, пов'язаних із країною-агресоркою;

Уповноважений із захисту державної мови

Уповноважений із захисту державної мови – це посадова особа, завданнями якого є захист української мови як державної та захист права громадян України на отримання державною мовою інформації та послуг у сферах суспільного життя, визначених законодавством про мову. У цьому контексті Суспільне мовлення може стати важливим інструментом провадження мовної політики. Суспільний мовник демонструє 100 % використання української мови і в частині ведення програм в етері загальнонаціональних каналів та радіостанцій, і в частині трансляції музичних творів (пісень).

Періодично Уповноважений із захисту державної мови взаємодіє із Суспільним у форматі [коментарів](#) щодо стану захищеності української мови та / або своєї роботи на посаді. Серед окремих проблемних епізодів – розгляд [скарги](#) на російськомовний коментар тренерки збірної України з біатлону в етері Суспільного мовлення (проте без негативу на адресу мовника, саме Суспільне пояснило, що коментар транслювали наживо, тож не було технічної можливості продублювати чи протитрувати його);

Український інститут національної пам'яті (УІНП)

Український інститут національної пам'яті – це центральний орган виконавчої влади, що реалізовує державну політику в сфері відновлення та збереження національної пам'яті. Пряма й непряма взаємодія УІНП та Суспільного мовлення є важливою в контексті націєтворних та державотворних процесів, що тривають в українському суспільстві.

Упродовж останніх років взаємодія Суспільного мовлення та УІНП була різною. Журналісти суспільного мовника використовують методичні матеріали, які підготували працівники УІНП з нагоди тих чи тих історичних подій, річниць, дат тощо. Нерідко спеціалісти Інституту коментують у проєктах та етерах Суспільного деякі нагальні історичні питання або питання щодо державної політики пам'яті. Серед нещодавніх взаємодій – велике [інтерв'ю](#) колишнього очільника УІНП Антона Дробовича про результати 5 років діяльності на посаді (він також брав участь як спікер у документальних проєктах Суспільного). Водночас УІНП утримувався від коментарів чи оцінок щодо питань, пов'язаних із розвитком та діяльністю Суспільного мовлення.

1.3.2 Верховна Рада України

Верховна Рада України як законодавчий орган є головною інституцією, що визначає засади створення та функціонування Суспільного. Від 2014 року в закон внесли декілька змін, що були пов'язані і з процесом створення, і зі змінами, що стосувалися ухвалення закону про медіа, і з процесом євроінтеграції. На 2025 рік ще один пакет змін, що має удосконалити роботу Суспільного в контексті ліцензування, копродукції та захисту прав корінних народів, очікує на ухвалення в другому читанні.

Парламентські фракції також залучені до процесу формування частини складу Наглядової ради. Вони висувують своїх представників до складу Наглядової ради.

| Комітет з питань гуманітарної та інформаційної політики

Комітет з питань гуманітарної та інформаційної політики – ще один профільний комітет, який безпосередньо стосується досліджуваного підсектору. Комітет бере участь у формуванні законодавчого поля, що стосується інформаційної політики України. Комітет сприяє культурно-просвітницькій діяльності; культурно-мистецькій діяльності; медійній індустрії; аудіовізуальному ринку; охороні історико-культурної спадщини; державній політиці у сфері свободи совісті та релігійних організацій; державній політиці у сфері розвитку та використання державної мови та мов національних меншин в Україні; засадам благодійної діяльності, і меценатської також; державній політиці у сфері інформації та інформаційної безпеки тощо.

Протягом останніх років Комітет брав активну участь у формуванні законодавчого поля, яке стосується Суспільного мовника. До прикладу, 2021 року Комітет [схвалив](#) зміни до закону про Суспільне мовлення, щоб усунути колізії у питанні призначення членів Наглядової ради компанії депутатськими фракціями та групами.

Хоча перед повномасштабним вторгненням членкиня Комітету Євгенія Кравчук звертала увагу на проблему низьких [рейтингів](#) Суспільного мовника, після 2022 року [вона відзначила](#) зростання покриття і довіри глядачів. Загалом проаналізовані заяви членів Комітету після початку повномасштабного вторгнення [переконають](#) у тому, що суспільний мовник демонструє професійне зростання й має дедалі більшу увагу аудиторії. Також члени Комітету відзначали якість окремих проєктів, зокрема документальних та історичних фільмів.

Керівництво Комітету неодноразово ставало на захист Суспільного мовлення, відбиваючи нападки на мовника. Наприклад, ще в 2021 році голова Комітету Микита

Потураєв, реагуючи на скарги щодо тиску з боку ОП на токшоу «Зворотний відлік», [закликав](#) депутатів ходити тільки на Суспільне, щоби підвищити йому рейтинг та водночас зменшити вплив олігархічних медіа; а також засудив наміри створити [державний медіахолдинг](#) на базі Суспільного.

У травні 2024 року Комітет знову [розглянув](#) скарги щодо тиску на Суспільне й ухвалив дві заяви: про неприпустимість тиску на мовника й надання йому повного фінансування; а також про необхідність дотримуватися принципів свободи слова щодо всіх медіа, щоб громадяни мали доступ до верифікованої інформації. Спільно з Комітетом з питань свободи слова Комітет з питань гуманітарної та інформаційної політики [підтримав](#) зміну участі Суспільного у марафоні «Єдині новини», який полягав у переході від виробництва блоку в марафоні «Єдині новини» до власного 24-годинного мовлення на каналі «Перший».

Комітет з питань свободи слова

Комітет з питань свободи слова Верховної Ради України – це один із двох головних комітетів в українському парламенті для медіа та журналістів. Його завдання – забезпечити свободу слова, права громадян на інформацію; захистити права та свободи працівників ЗМІ; гарантувати діяльність засобів масової інформації, захищати права журналістів і працівників засобів масової інформації.

Попри те, що завдання Комітету безпосередньо стосується діяльності ПАТ «НСТУ», тривалий час за головування в Комітеті Нестора Шуфрича (експредставника партії ОПЗЖ) активної взаємодії між комітетом та Суспільним мовленням не спостерігали. Ситуація змінилася після призначення на посаду голови Комітету народного депутата від фракції «Голос» Ярослава Юрчишина.

Серед [пріоритетів](#) роботи чинного складу Комітету – запобігти перешкоджанням журналістській діяльності, привернути увагу до перебування медійників у полоні, протидіяти фейкам. В інтерв'ю «Голосу України» наприкінці 2023 року Ярослав Юрчишин порушував проблему захисту журналістів Суспільного й державних медіа під час [нападів](#) на них, пов'язаних із професійною діяльністю.

У травні 2024 року Комітет [засудив](#) тиск на Суспільне й закликав владу посприяти його роботі та розвитку відповідно до стандартів ЄС. Спільно з Комітетом з питань гуманітарної та інформаційної політики [підтримав](#) зміну участі Суспільного у марафоні «Єдині новини», який полягав у переході від виробництва блоку в марафоні «Єдині новини» до власного 24-годинного мовлення на каналі «Перший».

1.3.3 Регулятор:

Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення

Національна рада України з питань телебачення і радіомовлення – це регулятор у сфері телебачення та радіомовлення; інституція, що покликана стежити за дотриманням законів України в цій сфері.

Починаючи з 2014 року, Нацрада послідовно [сприяла](#) ліцензуванню мовлення Суспільного на кількох теле- і радіоканалах. Завдяки цьому відновлено мережу мовлення Українського радіо (із 1–2 FM-частот у Києві та кількох інших містах – до 3 повноцінних радіомереж у більшості підконтрольних областей). Також Нацрада переоформила ліцензії майже 30 телеорганізацій, щоби перетворити мережі низки державних компаній у єдину структуру, якою є Суспільне.

Голова Нацради Ольга Герасим'юк позитивно оцінює реформу й називає редакційну політику Суспільного мовлення взірцем, зокрема в питаннях роботи медіа з аудиторією з інвалідністю. За словами члена Нацради Олександра Бурмагіна, «медійний регулятор [робить](#) все для того, щоб реформа Суспільного реалізовувалась максимально ефективно. Це відбувається на всіх рівнях і поточної, і законотворчої діяльності». У деяких спірних ситуаціях (як-от [недопуск](#) до конкурсу на місця в мультиплексі МХ-7 через розбіжності у трактуванні формальностей щодо конкурсного збору) сторони зосереджуються винятково на робочих питаннях, що є предметами того чи того спору, і на загальну конструктивну співпрацю Суспільного й Нацради це не впливає.

Роль Національної ради є надзвичайно важливою в контексті проведення конкурсу на обрання членів Наглядової ради НСТУ. Адже саме ця інституція забезпечує процес фільтрації громадських організацій, що висувають претендентів, та проводить конференції ГО у відповідній сфері, на яких і обирають відповідного представника.

1.3.4 Культурні організації, заклади та установи

Мистецький арсенал

Суспільне є щорічним медіапартнером центральної події галереї – Книжкового арсеналу, який відіграє провідну роль у сфері книговидавництва (разом із BookForum у Львові). Суспільне веде трансляції з подій: робить [репортажі](#), показує наживо [панельні дискусії](#). Олена Гусейнова (Радіо Культура) впродовж років була [кураторкою](#) літературної програми фестивалю.

Інші вектори взаємодії організаційного характеру – галерея як майданчик для проведення інформаційних і просвітницьких заходів: наприклад, майстерклас для підлітків [TikTok Академія від «Колайдера»](#) (у межах фестивалю для дітей та підлітків «Різні разом»). Підтримка спільних медіапроектів / участь у них, як-от на тему [мистецтва 90-х](#) (разом із Радіо Культура). Візити спікерів Мистецького арсеналу на програми Суспільного (як-от дискусійне токшоу [Зворотний відлік](#) перед повномасштабним вторгненням), коментарі спікерів установи для Суспільного. Висвітлення культурних подій та інших заходів у Мистецькому арсеналі, як-от одна з [виставок 2020-го](#), [вибори](#) гендиректора Мистецького арсеналу 2021 року.

Крім того, Мистецький арсенал сприяв реформуванню Суспільного мовлення. Сама гендиректорка Арсеналу Олена Островська-Люта – одна з публічних адвокаток Суспільного та реформи суспільного мовлення (зокрема авторка колонки на УП [«Чому Суспільне має значення»](#)). Мистецький арсенал був місцем, де 7 квітня 2015 року відбулася перша публічна [презентація Суспільного мовлення](#) (тоді у прямому етері Петро Порошенко підписав закон про Суспільне мовлення та відбувся офіційний ребрендинг: із «Першого національного» на UA:Перший);

Український дім

Взаємодія на рівні висвітлення подій в Українському домі: створення [«Кіно-простору»](#) 2022-го, виставок художниць [Марії Примаченко](#) та [Поліни Райко](#) 2023-го, виставки робіт художниці-дисидентки Алли Горської [«Боривітер»](#) 2024-го (також стислий [відеосюжет](#)). На офіційних сторінках у соцмережах Український дім [дякує](#) Суспільному та його окремим підрозділам («Радіо Культура») за співпрацю, проте не конкретизує, за яку саме;

Національний музей Революції Гідності

Найсистемніший напрям взаємодії – участь спікерів у живих спецетерах до пам'ятних дат, пов'язаних із Днем Гідності та Свободи чи роковинами вбивств Небесної Сотні на Майдані. У 2019 році на «Радіо Культура» розповідали про [книжки](#) на тему Майдану (від кураторки Музею Ольги Сало). У 2021 році телеканал «UA: Культура» (нині – «Суспільне Культура») підготував випуск програми [«Ідемо в музей»](#), присвячений установі (з акцентом на тому, що її фізично досі не існує як окремої будівлі). У 2022 році [трансляція](#) документального фільму «Вогнехрещ» та інтерв'ю із гендиректором Ігорем Пошивайлом.

У листопаді 2020 року [обшуки в Музеї Революції Гідності](#) стали однією із «гарячих»

тем для обговорення в суспільно-політичному токшоу «Зворотний відлік» за участі директора Музею Ігоря Пошивайла.

Пізніше, перед повномасштабним вторгненням, Суспільне разово [долучилося](#) до музейної акції «Великдень для героїв». Мета акції – збирати разом родини Героїв Небесної Сотні, родичів учасників російсько-української війни, військових, волонтерів, відомих громадських, культурних діячів, музейників, народних майстрів і митців, щоб спільно спекти паски й розписати писанки для захисників-патріотів. Наступними роками Суспільне фігурує вже як медіапартнер заходу (як-от [в 2022 році](#));

| Національний Музей Голодомору-геноциду

Взаємодія відбувалася на рівні висвітлення проблемних епізодів діяльності Музею, що припали на 2023 рік. Суспільне неодноразово висвітлювало ці теми ([рішення суду](#) про поновлення на посаді очільниці музею Олесі Стасюк, ситуація з будівництвом та фінансуванням – у [листопадовому сюжеті](#) «Першого каналу» авторства журналіста Віктора Дяченка, [дебатах](#) між Антоном Дробовичем і Володимиром Цабалем, [коментарі](#) гендиректорки Лесі Гасиджак, згодом у її великому [інтерв'ю](#) журналістці Софії Челяк у програмі «Культурний інстинкт»).

На регіональних каналах Суспільного – спорадичні сюжети щодо експедицій музейників до різних областей України ([Херсонська область, 2021](#)). Загалом на Суспільному регулярно інформують про робочі та адміністративні аспекти діяльності музею ([збір](#) речей киян початку 1930-х років, [формування](#) наглядової та експертної рад).

Крім того, в 2023 році відбулася презентація фільму «Голодомор-літописці», що зняло Суспільне мовлення;

| Будинок кіно

Віднедавна це місце для презентації ігрових / документальних фільмів Суспільного. Упродовж листопада-грудня 2024 року мовник там презентував документальну стрічку про Голодомор болгарської меншини на Одещині після Другої світової війни [«Йона. Холодне марення»](#) (листопад 2024 року), [«Довженко: великий компроміс»](#) (грудень 2024 року) та проєкт щодо правозахисного руху в Україні [«Лицарі правозахисту»](#) (теж 2024-го).

Інший напрям взаємодії – висвітлювати події у Будинку кіно від інших організаторів, як-от показ [режисерської версії «Мої думки тихі»](#) 2024 року.

У квітні 2021 року на сайті «Суспільне Культура» вийшов проблемний [репортаж](#) про ситуацію з Будинком кіно, де окреслювали проблеми з фінансуванням на тлі локдауну (у часи пандемії COVID-19) і низької державної підтримки, що призвели до зниження відвідуваності, звільнення працівників та ймовірного продажу будівлі;

| Національна опера України

Варто відзначити спорадичні запрошення спікерів, пов'язаних із Національною оперою, у тематичні етери чи обговорення поза етером, як-от інтерв'ю з головним режисером Анатолієм Солов'яненком щодо впливу коронакризи на театральну індустрію ([1, 2](#)). Також щодо [роботи в умовах повномасштабної війни](#).

До повномасштабного вторгнення траплялися медіависвітлення певних культурних ініціатив, як-от концерту [«Зірки світової опери»](#), ініціатором якого був Солов'яненко. Також повідомлення про участь солістів Опери в записах концертів у Будинку звукозапису, як-от [До дня пам'яті Героїв Небесної Сотні в 2020 році](#).

Симфонічний оркестр Українського радіо регулярно співпрацює з мистецькими колективами Національної опери.

16 листопада 2024 року в Національній опері України відбувся урочистий концерт із нагоди святкування 100-річчя Українського радіо.

1.3.5 Профільні громадські організації

| Комісія з журналістської етики

Комісія з журналістської етики – це орган саморегулювання роботи журналістів та редакцій в Україні, який обговорює та пропонує вирішення конфліктних ситуацій у медіа шляхом розгляду скарг від споживачів інформації. У своїй діяльності Комісія з журналістської етики базується на єдиному стандарті роботи – Кодексі етики українського журналіста.

На початку 2024 року у своїй заяві Комісія висловила [підтримку](#) Суспільному мовленню в світлі спроб [тиску](#) на нього з боку народної депутатки Мар'яни Безуглої, а також щодо інформації про прагнення вилучити Суспільне з прайм-

тайму телемарафону «Єдині новини» (втім після цієї заяви Суспільне за власним бажанням залишило марафон і відновило повноцінне цілодобове мовлення «Першого телеканалу»). У цій заяві, зокрема, є нагадування про системну підтримку реформи Суспільного як однієї з історій успіху медіареформ часів незалежності. «Адже результатом цієї реформи є перетворення неповороткого державного гіганта з обласними філіями, що часто виступали рупорами влади, на конкурентне медіа, яке дотримується стандартів журналістської етики», – йшлося у заяві.

Крім того, Комісія з журналістської етики згадувала і про підвищення рівня довіри до Суспільного за час повномасштабної війни, і про найменшу кількість порушень журналістських стандартів, і водночас про постійне невиконання державою зобов'язання щорічно виділяти 0,2 % від видатків бюджету на компанію.

На сайті КЖЕ за запитом ПАТ «НСТУ» зафіксована лише одна [скарга](#) на [матеріал](#) «Суспільного» щодо переказу статті Politico про сценарії відімкнення електроенергії в Україні. Подавач скарги висловив думку, що автори тексту залякують аудиторію переказами слів «бродячих експертів», однак КЖЕ не виявила в матеріалі жодних порушень щодо об'єктивності чи повноти інформації, а також балансу думок;

Національна спілка журналістів України (НСЖУ)

Національна спілка журналістів України є національною всеукраїнською творчою спілкою, що об'єднує журналістів та інших працівників ЗМІ, які професійно займаються журналістською, публіцистичною діяльністю. Задекларована мета організації – сприяти розвитку журналістики в Україні та захищати соціальні, економічні, творчі інтереси журналістів.

Відносини НСЖУ та Суспільного мовлення є різноманітними.

У 2019-2020 роках НСЖУ послідовно була майданчиком для критикування процесів з оптимізації, що реалізовувало тодішнє керівництво Суспільного мовлення на чолі з Зурабом Аласанією, надто в частині роботи [регіональних редакцій](#), особливо в контексті скорочення їхнього етерного часу (на що, зокрема, [скаржився й голова НСЖУ Сергій Томіленко](#); він же висвітлював протести регіональних медійників, зокрема в [Житомирі](#)). До слова, проблемні тенденції щодо регіональних медіа НСЖУ підсвічувала тоді й за кордоном ([зокрема у США](#)). Прикметно, що були зафіксовані випадки звільнень зі Суспільного членів НСЖУ на знак протесту проти скорочення регіонального мовлення (2021 року [звільнилася](#) запорізька журналістка Ольга Вакало).

Серед переможців творчих [конкурсів](#) НСЖУ часто були і є представники Суспільного, також вони час до часу [отримують грамоти](#) від НСЖУ.

Із початком повномасштабного вторгнення тональність виступів керівництва НСЖУ щодо Суспільного мовлення і його менеджменту стала набагато м'якшою, а її діяльність полягає у висвітленні проблем роботи журналістів в умовах війни (зокрема тих же місцевих [журналістів](#) Суспільного). На публічних каналах Співки регулярно публікують некрологи працівників Суспільного, що загинули в лавах ЗСУ в боях за Україну або під час виконання робочих завдань (зокрема [Ірина Цибух](#)).

Варто відзначити, що троє членів Громадської ради при комітеті ВР з питань свободи слова, що [виступила](#) на початку 2024 року на захист Суспільного в контексті звинувачень від Мар'яни Безуглої, – члени НСЖУ, серед іншого й Сергій Томіленко.

Також НСЖУ допомагає проводити регіональні стажування для майбутніх журналістів, як-от на регіональних філіях Суспільного (до прикладу, у [Вінниці](#));

| Інститут масової інформації (ІМІ)

Інститут масової інформації – медійна громадська організація, яка працює з 1996 року: відстоює права журналістів, аналізує медіасферу та висвітлює пов'язані з медіа події, протидіє пропаганді та дезінформації, забезпечує медіа засобами захисту для відряджень до зони бойових дій під час російсько-української війни.

ІМІ є тією організацією, яка щорічно моніторить українські засоби масової інформації на предмет дотримання журналістських стандартів, використання замовних матеріалів, участі в інформаційних кампаніях на користь політичних або ділових суб'єктів. Це двоетапний глибинний моніторинг онлайнмедіа, що охоплює критерії прозорості, відповідальності, дотримання журналістських стандартів, а також чітке маркування рекламних матеріалів. На основі цього моніторингу щорічно формується список прозорих та відповідальних медіа, більш відомий як Білий список. Сайт «Суспільне Новини» щоразу [потрапляє](#) до переліку (як правило, на першій позиції) як медіа, варте довіри споживачів інформації.

Загальне наповнення контенту новинної стрічки сайту Інститут масової інформації прихильне до Суспільного: з'являються матеріали, пов'язані з [розвитком](#) діяльності мовника, а також спробами [перешкоджання](#) йому;

ГО «Детектор медіа»

Детектор медіа – це провідний сайт про медіа в Україні, а також однойменна громадська організація, що моніторить дотримання виданнями професійних стандартів (позиціонує себе як watchdog українських ЗМІ).

Сайт ДТ має спеціальний окремий [підрозділ](#), що зосереджується на висвітленні аспектів реформи суспільного мовлення та його роботи в Україні («ДМ Суспільного»). Стежить за якістю контенту Суспільного поряд з іншими національними мовниками (зокрема в регулярних [моніторингах](#) етерів телемарафону та Першого каналу Суспільного) й загалом відзначає один із найнижчих серед українських медіа рівнів порушень стандартів журналістики, а також вищий рівень [повноти](#) інформації та глибини висвітлення тем, порівняно з телемарафоном. Якщо ж порушення в етері Суспільного наявні, то висловлені зауваження є конструктивними.

Серед позитивів – «ДМ» системно відзначає практично повну відсутність на Суспільному ознак політичного піару та наративів російської пропаганди. Також «ДМ» – майданчик для висловлення позиції самим Суспільним щодо нагальних питань, пов'язаних із його діяльністю (наприклад, [колонка](#) Світлани Остапи про спроби викинути Суспільне з марафону).

Детектор медіа виступає партнером деяких проєктів Суспільного мовлення (наприклад, подкасту [«Русській фейк, іді на***»](#) на Українському радіо, що виходив до липня 2024 року і згодом його замінили проєктом власного виробництва [«Фейк-контроль»](#)).

Програмний директор ГО «Детектор медіа» водночас є членом Наглядової ради Суспільного мовлення;

Центр демократії та верховенства права

Центр демократії та верховенства права – незалежний аналітично-адвокаційний центр. Від моменту створення у 2005 році як Інститут медіа права опікувався темою створення Суспільного. Один із засновників центру Тарас Шевченко представив законопроект, який ліг в основу комітетського тексту, що розглядав парламент у 2005 році. У 2015 році Тарас Шевченко увійшов до Наглядової ради НСТУ. Від 2005 року фахівці центру регулярно порушували тему необхідності створити Суспільне та пропонували різні законодавчі зміни, які б могли зрушити процес із мертвої точки.

Від 2014 року юристи центру, зокрема Ігор Розкладай, розробляли зміни до закону, що дали змогу розпочати реформу, адаптувати до змін в медійному законодавстві та реагувати на поточні виклики, пов'язані з війною;

Український інститут медіа та комунікації

Український інститут медіа та комунікації – це незалежний аналітичний центр, який проводить медіадослідження, аналізує медіапроцеси та їхній вплив на політику й суспільство, надає компетентні рекомендації і пропонує ефективні рішення у сфері медіа й комунікації, є майданчиком для експертних дискусій та центром, який поширює знання про медіа для широкої громадськості.

Взаємодії із Суспільним нечисленні (або не акцентовані окремо в інфопросторі), серед інших – участь представників НСТУ в [конференції](#) «Медіаграмотність в умовах війни та глобальних трансформацій», яку Інститут організував у листопаді 2024 року, а саме менеджерки й редакторки з розроблення цифрових продуктів Суспільного Анастасії Коріновської в панельній дискусії про цифровізацію та розвиток ШІ. Також участь у [робочій групі](#) щодо розроблення Суспільним професійного стандарту за професією «Журналіст»;

Українська асоціація медіа-бізнесу

Первісно з назвою УАВПП (Українська асоціація видавців періодичної преси) започаткована як асоціація видавців, які об'єднали зусилля для того, щоби сприяти розвитку ринку друкованих ЗМІ та докладати зусиль до збільшення його рекламної ємності, спрощення правил та регулювань, покращення умов для ведення бізнесу, підвищення його інвестиційної привабливості. Згодом перейменована на Українську асоціацію медіа-бізнесу.

На [фейсбук](#)-сторінці організації є інформація про проведення за сприяння Асоціації конференцій, конкурсів та інших заходів для медійників. Останнім часом зосереджені здебільшого на проблематиці регіональних медіа. Потенційно може бути партнером Суспільного під час реалізації певних проєктів, проте останнім часом активної взаємодії з Суспільним УАМБ не проводила;

Національна асоціація медіа

Національна асоціація медіа – це найбільше професійне об'єднання українських медіа, завдання якого – захищати свободу слова, розвивати вільний медіаринок та сприяти процвітанню учасників асоціації.

НСТУ приєдналася до членів НАМ 2019 року;

| Інші громадські організації

Суспільне провадить політику інклюзивності, що передбачає роботу зі значною кількістю громадських організацій у різних сферах і регіонах. Це і громадські організації, що опікуються правами жінок, військовослужбовців, ветеранів, людей з інвалідністю, пацієнтів, корінних народів та національних меншин, релігійних організацій. Кожна з названих груп має свої особливості та потреби, частина з них перетинається, адже візаві можуть належати до низки груп, як-от жінка ветеранка з інвалідністю і представниця національної спільноти. Суспільне формує свої політики щодо співпраці з такими організаціями, проводить тематичні зустрічі, щоб обговорити рівень забезпечення потреб різних спільнот, а також визначає пріоритетні напрями розвитку.

1.4 Аналіз фінансових моделей суспільного мовлення

1.4.1 Існуючі у світі моделі фінансування суспільного мовника

Україна має найменший досвід в Європі щодо діяльності суспільного мовлення і від початку зіштовхнулася з проблемою фінансування, яка є і наслідком загальної ситуації у країні, і формою непрямого тиску на незалежну редакційну політику. Проте питання оптимальної моделі фінансування суспільного мовника є актуальним не лише для України, а й для багатьох країн Європи і світу. Навіть ті країни, де становлення суспільного мовника закінчилося багато років тому, час до часу корегують або переглядають систему його фінансування залежно від потреб сьогодення, актуальної економічної ситуації, а також зважаючи на зростаючу роль соцмереж та зростання популізму, який за замовчуванням не може толерувати перевірену й об'єктивну інформацію.

Досвід діяльності суспільних мовників напрацював низку моделей фінансування, проте такі моделі з виникненням нових технологій часто переставали бути ефективними або змушені були поєднувати кілька джерел фінансування. Щоби розуміти потенційні можливості задля забезпечення фінансової незалежності суспільного мовлення, розглянемо такі моделі:

Ліцензійний збір

Найбільш класичною моделлю фінансування суспільного мовника є варіант BBC – британського суспільного мовника. В його основі – оплата так званого license fee, тобто збору на суму 147 фунтів, який сплачують громадяни з кожного домогосподарства за користування телевізором / наявність телевізора та який безпосередньо йде на фінансування мовника.

Такий варіант фінансування є популярним у багатьох європейських країнах, основною його перевагою є відсутність прямої залежності мовника від держави та фінансування з державного бюджету. Водночас цей варіант фінансування має і деякі недоліки. Наприклад, в епоху технологічної революції все більше людей користуються портативними пристроями на кшталт смартфонів замість класичного телевізора, а більшість суспільних мовників, окрім телевізійного сигналу, уже здійснюють трансляцію в мережі Інтернет. Це призводить до того, що користувачі гаджетів мають змогу споживати контент суспільних мовників, не сплачуючи жодних коштів, тоді як платники license fee можуть взагалі не дивитись суспільного по своїх телевізорах.

Рівень несплати license fee відрізняється у різних країнах і часто залежить від встановленої законом відповідальності за такі дії та рівня доходу населення.

Цікавим є приклад Італії, через масову несплату license fee були внесені зміни до закону і від 2016 року суму платежу за телебачення додають до загального рахунку за електроенергію, який сплачують на користь приватних енергетичних компаній, а вже потім перерозподіляють RAI – місцевому суспільному мовнику. Аналогічна модель додавання license fee до рахунків на електроенергію існує у Греції, Португалії, Туреччині. Це може бути і фіксована сума, і відсоток від загальної суми рахунку.

Сьогодні в більшості країн сплату license fee поєднують з декількома іншими, зокрема із власними доходами суспільних мовників від продажу контенту або реклами, про що йтиметься далі;

| Пряме фінансування з державного бюджету

Другим за поширенням варіантом фінансування суспільного мовника є безпосередньо фінансування його із бюджету. Класичним прикладом такої моделі є суспільні мовники Іспанії та Канади. Цей спосіб є простішим та вилучає потребу збирати та акумулювати кошти на фінансування.

Недоліком цього способу є залежність суспільного мовника від держави, і, як наслідок, від політичного впливу. Така модель також пов'язана зі значно більшими ризиками недофінансування, аніж сплата license fee.

Суми державного фінансування в різних країнах відрізняються та можуть покривати і усі потреби суспільних мовників, і їх частини (наприклад, лише в частині базових потреб, тоді як на розвиток мовник має заробляти сам). Наприклад, у Канаді частка державного фінансування суспільного мовника становить приблизно 68 %, тоді як решта – власні доходи від передплати, реклами тощо.

| Платежі та податки від приватних структур

Ще одним джерелом фінансування суспільного мовника є спеціальні платежі та податки, які держава отримала адресно від приватних структур: комерційних телерадіокомпаній, операторів мобільного зв'язку, інтернет-провайдерів, а також податок на дохід з реклами.

Цей спосіб фінансування використовують, поєднуючи із двома попередніми –

license fee або державним фінансуванням, – та зазвичай комбінують із певними обмеженнями для суспільного мовника щодо реклами. Логіка законодавця в цьому випадку достатньо проста: обмежуючи можливість суспільних мовників заробляти на рекламі та перерозподіляючи рекламний ринок на користь приватних суб'єктів, він очікує, що останні візьмуть на себе частину тягара з його утримання.

Такий спосіб фінансування не є безспірним. До прикладу, у Франції, де було запроваджено збір 0,9 % із доходів інтернет-провайдерів та мобільних операторів, а також податок на дохід з реклами, такі дії влади стали предметом судового розгляду на рівні Єврокомісії.

В Іспанії як таке фінансування використовують збір із доходу від безкоштовних комерційних мовників та платних телеканалів, податок із постачальників телекомунікаційних послуг як компенсація за використання радіоспектру, а також частка доходу, отриманого від існуючого податку на використання радіочастотного спектру, що оплачують усі радіо- та телеоператори.

Реклама

Ще одним джерелом фінансування суспільних мовників є надходження від реклами. На відміну від усіх попередніх способів, рекламні кошти можна назвати самофінансуванням, до того ж жоден із суспільних мовників не фінансується винятково за рахунок реклами. Водночас національне законодавство з цього приводу і, як наслідок, частка в загальному бюджеті рекламних коштів дуже відрізняються.

Загалом можна виокремити три підходи до реклами як джерела фінансування суспільних мовників по всьому світу:

Перший – це відсутність спеціальних обмежень та відмінностей від комерційних мовників. Наприклад, зокрема завдяки цьому в Ірландії частка рекламних доходів суспільного мовника становить приблизно половину його загального бюджету. Аналогічна ситуація була в Польщі до зламу системи незалежності польського TVP.

Другий – законодавчі обмеження на кшталт квот, заборони реклами в певні проміжки часу тощо. Прикладом такої моделі, як було зазначено вище, є Франція, де спочатку заборонили рекламу у прайм-тайм, тобто після 20:00, а з 1 січня 2018 року – під час трансляції дитячих передач, а також 15 хвилин до та після них. В Іспанії від 2009 року реклама та телепродаж були заборонені, проте після винесен-

ня мільйонного штрафу щодо реклами у спортивних змаганнях 2018 року в Іспанії тривають дебати щодо удосконалення Статті 7 **Закону ЯКОГО???** в контексті дозволу не лише спонсорства, а й реклами.

Третій підхід – це повна заборона реклами на Суспільному. Такі заборони існують, зокрема, у Швеції, Норвегії, Японії, Фінляндії, Данії – тобто тих країнах, де інші джерела фінансування суспільних мовників є дуже потужними.

1.4.2 Чинний закон і проблема фінансування НСТУ

Основною нормою, що передбачала забезпечення фінансової незалежності, є Стаття 14 Закону України «Про суспільне телебачення і радіомовлення». Положення цієї статті передбачають два типи фінансових надходжень:

- Гарантована сума з державного бюджету, щоби підтримати інституційну незалежність суспільного мовлення (0,2 % від відсотка видатків загального фонду Державного бюджету України за попередній рік);
- Надходження з інших джерел:
 - Продаж власної теле- і радіопродукції;
 - Отримання оплати за користування авторськими та суміжними правами;
 - Абонентська плата, яку сплачують за послуги НСТУ в порядку, що встановив Кабінет Міністрів України;
 - Державний та місцевий бюджети;
 - Продаж реклами й телепродаж, враховуючи ліміти, встановлені законом;
 - Інші надходження, що не заборонені законодавством.

Водночас через політичні рішення законом встановлено мораторій (ч. 2, ст. 1) на:

- Передавання (окрім короткотермінової оренди) нерухомого майна;
- Приватизацію нерухомого майна, об'єктів незавершеного будівництва, земельних ділянок, на яких вони розташовані.

Втім норма про гарантовану суму ніколи не була виконана. Лише за перші два бюджетні роки держава заборгувала НСТУ приблизно 1 мільярд гривень. Таким чином, держава сама ж не виконує взяті на себе зобов'язання. Мінімальна гарантія

на момент ухвалення закону стала де-факто фіксацією суми, яку надавали державним мовникам до початку реформи. Натомість Європейська спілка мовників ще 2014 року, аналізуючи майбутні поправки до закону, зважила співвідношення видатків і суми фінансування суспільних медіа в різних країнах і рекомендувала цю суму збільшити до 0,39 %.

Попри наявність чіткої норми у Статті 14 Закону України «Про суспільні медіа України», держава знайшла цілком легальний де-юре спосіб обійти цю норму через Статтю 95 Конституції України, одним із тверджень якої є: «Держава прагне до збалансованості бюджету України» та відповідного принципу, закладеного у Статтю 7 Бюджетного кодексу України.

Головну роль тут відіграло рішення Конституційного Суду України у справі за конституційним поданням Кабінету Міністрів України «Про офіційне тлумачення положення частини другої Статті 95 Конституції України та словосполучення “збалансованість бюджету”», використаного в частині третій цієї статті (справа про збалансованість бюджету) від 27 листопада 2008 року № 26-рп/2008. Причиною до появи такого рішення стала нерозважлива популістська діяльність парламенту, що від початку незалежності створив надмірну кількість соціальних зобов'язань для держави.

Конституційний суд визначив, що згадане вище положення слід розуміти як «намагання держави при визначенні законом про Державний бюджет України доходів і видатків та прийнятті законів, інших нормативно-правових актів, які можуть вплинути на доходну і видаткову частини бюджету, дотримуватися рівномірного співвідношення між ними та її обов'язок на засадах справедливого, неупередженого розподілу суспільного багатства між громадянами, територіальними громадами враховувати загальносуспільні потреби, необхідність забезпечення прав і свобод людини та гідних умов її життя».

Таким чином, Міністерство фінансів, уряд, а потім і Верховна Рада, визначаючи суми видатків, які виходять здебільшого з формальної, а не ціннісної та візійної сторони, формує своє бачення розміру видатків на утримання НСТУ.

1.4.3 Можливі рішення для суспільного мовлення в Україні

Щоби розв'язати описану вище проблему, необхідно в рамках фінансування з державного бюджету знайти механізм, який би відповідав таким критеріям:

- Зменшення дискреції Уряду й Парламенту при розрахунках щорічного фінансування НСТУ;
- Забезпечення сталості фінансування Суспільного мовлення, а також кореляції між видатками на НСТУ та зростанням економіки.

Зважаючи на це, можуть бути запропоновані такі варіанти дій:

| Податки, що спрямовують до спеціального фонду Держбюджету

Рішенням, яке допоможе задовольнити всі критерії, є переведення видатків на Суспільне мовлення із загального фонду Державного бюджету до спеціального. Це рішення передбачає наявність цільового податку (або відсотка від певного податку), із якого фінансуватимуть Суспільне мовлення;

| Фінансування Суспільного мовлення за рахунок ренти за користування радіочастотним ресурсом

Аналіз доходів Державного бюджету засвідчив, що існує податкове надходження, яке можна логічно пов'язати із видатками на підтримку НСТУ – це рентна плата (збір) за користування радіочастотним ресурсом України. Користувачами радіочастотним ресурсом є телерадіомовники та надавачі телекомунікаційних послуг, саме вони є платниками щомісячної ренти. Тепер усі надходження від цієї рентної плати йдуть до загального фонду Державного бюджету, а отже, на цей момент немає конкретного цільового зацікавленого отримувача цих коштів.

Аналіз планових показників доходів Державного бюджету від ренти (збору) за користування радіочастотним ресурсом та фактичних даних, відображених у звітах Держказначейства, свідчить, що цей обсяг коштів та динаміка їх надходжень може цілком задовольнити потребу Суспільного мовлення.

Таким чином, виокремлення 50 % надходжень від рентної плати за користування радіочастотним ресурсом у спецфонд Держбюджету та цільове спрямування їх на фінансову підтримку НСТУ дасть змогу забезпечити стале фінансування Суспільного мовлення у середньотерміновій та довготерміновій перспективі, зменшивши дискрецію Уряду і Парламенту при розрахунках обсягу щорічного фінансування НСТУ.

Законодавчі рішення задля зміни моделі фінансування

Зміни щодо моделі фінансування потребують комплексного підходу. Насамперед це зміни до Статті 14 Закону України «Про суспільні медіа», що наразі визначає джерела фінансування НСТУ. По-друге – зміни в Бюджетний кодекс, де додають винятки щодо фінансування НСТУ. У випадку отримання коштів від рентної плати або отримання коштів за італійською моделлю такі зміни потребуватимуть також профільного законодавства у сфері телекомунікацій або енергетики. Розроблення таких змін потребуватиме координування Міністерства фінансів, НСТУ та профільних інституцій у цих сферах.

1.5 Євроінтеграція і суспільне мовлення

1.5.1 Законодавча база європейської інтеграції

Європейська інтеграція України – процес економічного та політико-правового зближення України з європейськими міждержавними структурами, який триває протягом 2000–2020-х років і повинен закінчитися вступом України до Європейського Союзу. Після російського повномасштабного вторгнення процес євроінтеграції суттєво пришвидшився. У червні 2022 року Україна отримала статус країни-кандидатки на вступ; протягом 2025 року очікується відкриття кількох (або всіх шести) кластерів, які об'єднують 35 розділів, що мають бути розглянуті в рамках переговорного процесу. За оптимістичними заявами деяких європейських та українських політиків Україна може набути членство в ЄС до 2030 року.

Реформа суспільного мовлення – одна зі складових європейської інтеграції України та демократичних реформ в Україні, про що [згадують](#) різні дотичні до них українські й закордонні спікери (експерти, політики, журналісти). Керівництво НСТУ в розмовах із міжнародними партнерами постійно декларує відданість реформі й [наголошує](#), що наявність сильного суспільного мовника – запорука розбудови й міцної держави (на прикладі держав-членів ЄС). Чинний Закон України [«Про суспільні медіа України»](#) передбачає гарантії інституційної, фінансової та редакційної незалежності медіакомпанії. Донедавна він мав назву «Про суспільне телебачення і радіомовлення України», але згодом був перейменований, щоби також враховувати діяльність суспільного мовника в мережі Інтернет і були законні підстави виділяти на це кошти.

Ці питання, серед іншого, розглянули на конференції [«Євроінтеграція під час війни: виклики для свободи слова та роль Суспільного мовлення»](#), що відбулась у вересні 2024 року. Загалом Суспільне – постійний учасник і організатор різних профільних заходів за участі європейських медійників (і у Європі, і в Україні) або представників інших суміжних сфер (до прикладу, [зустріч](#) із європейськими письменниками про журналістику під час війни в листопаді 2023 року). В окремих таких конференціях беруть участь представники Українського радіо, здійснюючи, зокрема, [промоцію української музики на радіостанціях Європи](#). Примітно, що представники НСТУ були серед учасників першого [саміту](#) ЄМС на тему штучного інтелекту.

Варто зазначити, що наприкінці березня 2023 року набув чинності Закон України «Про медіа», що не лише змінив більшість медійних законів, ухвалених протягом незалежності, а й мав на меті гармонізувати наше законодавство з [Директивою ЄС про аудіовізуальні медійні сервіси](#).

Але від моменту трансформації законопроекту про аудіовізуальні медіасервіси в законопроект про медіа 2019 року автори закону вирішили не лише регулювати суб'єкти в межах цієї Директиви, а й піти далі. А саме – врегулювати пресу, онлайн пресу і навіть питання балансу медіа та вимог воєнного часу. Для Євросоюзу на той момент така ініціатива виглядала дещо передчасною або надто широкою, адже преса традиційно має мінімальне регулювання. Утім 7 травня 2024 року в ЄС було опубліковано перший документ, що захищає свободу медіа на рівні Європейського союзу – Європейський акт про свободу медіа (European Media Freedom Act, EMFA). EMFA вже у преамбулі прямо вказує, що згадана вище Директива [2010/13/ЄС] не охоплює секторів радіо та преси, попри їхню зростаючу транскордонну актуальність на внутрішньому ринку [ЄС]. Саме тому цей акт покликаний встановити спільні правила для належного функціонування внутрішнього ринку ЄС та реформує ERGA – Європейську групу регуляторів аудіовізуальних медіа сервісів. Вона буде перетворена на European Board for Media Services або просто The Board – Раду європейських медійних регуляторів.

За цих умов виникає питання узгодженості європейського та українського законодавств. Юристи медійного права вважають, що для напрацювання взаємодії уже тепер необхідно проводити консультації та проактивну комунікацію з ЄС щодо можливих ad hoc механізмів або двосторонніх угод щодо якісної взаємодії в межах механізмів щодо обміну інформацією про структуру власності, протидію дезінформації, взаємодію з VLOP. Недофінансування і Суспільного, і Національної ради може стати суттєвою перешкодою для пошуку такої співпраці та подальшої євроінтеграції.

1.5.2 Взаємодія суспільного мовника та інституцій ЄС

Керівництво Європейської мовної спілки постійно наголошує на важливості роботи Суспільного в Україні під час війни (заявляє про [роль доступу до суспільної інформації, ризики журналістів заради виробництва необхідних матеріалів, професійну роботу, навіть попри складні обставини](#)). Крім того, визначним є дотримання Суспільним норм про захист прав національних меншин і спільнот, що теж є зобов'язанням перед партнерами. ПАРЕ називає роботу Суспільного [прикладом](#) для інших мовників із європейських країн.

У [звіті](#) Європейської Комісії за 2024 рік відзначено, що Суспільне працює «на політично нейтральній основі», із незалежним органом управління (Наглядовою радою), членами якого є представники громадянського суспільства та медіаекспери.

Однак проблемою залишається низький рівень державного фінансування мовника з бюджету – так само є сумніви щодо ефективності формату телемарафону (відзначають більший рівень автономності Суспільного після виходу з марафону в травні 2024 року). За [словами](#) керівника ЄМС Н. Каррана, «може бути найкраща журналістика у світі, найкращі наміри, найкраще врядування, але коли немає коштів, щоби ваше мовлення фінансувалось, то в цьому немає користі». Особливо актуальним є питання державної підтримки суспільних медіа на тлі масштабних змін політичного та медіаландшафту, аби такі мовники залишалися основою демократичного устрою й елементом формування [обізнаності](#) суспільства щодо головних рішень держави, а також способом забезпечувати політичну підзвітність, а не об'єктом тиску різних зацікавлених сторін (у цьому контексті учасники конференції «Суспільне мовлення: реформа під час війни» розмірковували про ризики посилення [державного](#) мовлення в Україні). Інші нагальні виклики в фокусі уваги співпраці з європейською спільнотою – цифрова трансформація (поява та розвиток штучного інтелекту), боротьба з дезінформацією, блокування токсичного контенту на інтернет-платформах, залучення молодшої аудиторії (дитячої, підліткової) на авторитетні ресурси.

Підтримка на початку повномасштабного вторгнення. Від перших місяців повномасштабного вторгнення ЄМС [забезпечувала](#) ретрансляцію теле- та радіопрограм Суспільного для українців за кордоном, що були змушені залишити країну через війну; інші напрями підтримки України – створення контенту для тимчасово переміщених українців, технічна допомога з обладнанням, благодійні збирання коштів. У відповідь на звернення Суспільного за добу до початку повномасштабної агресії ЄМС [призупинила](#) членство в цій організації трьох російських медіа (Перший канал, ВГТРК та «Радіодім Останкіно»).

Одна з вагомих складових співпраці Суспільного з європейськими країнами – міжнародні обміни (обміни контентом та закордонні журналістські поїздки). Суспільне обмінюється матеріалами з іншими членами Європейської мовної спілки, 2024-го воно розмістило [понад 1700 матеріалів](#) з-понад 120 тисячами показів на телебаченні та понад 3 тисячами публікацій в онлайн: для порівняння, 2023 року показник кількості опублікованих для європейської аудиторії матеріалів становив понад 1100. Основний контент, що привертає увагу за кордоном, – «гарячі» новини (як-от резонансні обстріли Охматдиту, військового училища в Полтаві), водночас менш поширеними є формати аналітики чи людських історій (хоча є спроби підсвічувати і їх). Триває робота в межах загальноєвропейської мережі [A European Perspective](#), до якої Суспільне приєдналося в грудні 2023 року: понад [400 обраних](#)

[статей](#), запропонованих для іноземних сайтів, прочитали понад 230 тисяч разів. Розроблення ЄМС у галузі ШІ ([EuroVOX](#)) використовують для автоматичного перекладу й озвучування новин Суспільного мовлення іншими мовами з передаванням на закордонні аудиторії. Також Суспільне – [партнер](#) загальноєвропейської платформи Eurovision Sport для трансляції онлайн-спортивних подій у повному обсязі різними мовами, і українською також.

Голова АТ «НСТУ» Микола Чернотицький – член [виконавчої ради ЄМС](#), також 4 представники мовника – у різних комітетах спілки (В. Мурована, А. Карякіна, І. Славінська, О. Мандзій – відповідно, у комітетах, що відповідають за діджитал, новини, радіо та спорт). Працівники Суспільного самі мають можливість їздити до колег з європейських країн і обмінюватися досвідом – у межах програми n-ost [The Europe-Ukraine Desk](#). Матеріали журналістів Суспільного були номіновані на міжнародні нагороди, як-от премія [European Press Prize](#), і здобували їх (нагорода [Європейський журналіст 2023, нагорода Г. Гойдаля](#)).

За час повномасштабного вторгнення мовник приєднався до [ECTA](#) – асоціації телевізійних та радіо сейлзхаусів – задля розвитку міжнародної співпраці й підвищення потенціалу компанії у галузі продажу телевізійної та радіореклами.

Суспільне – незмінний офіційний транслятор пісенного конкурсу «Євробачення» під егідою Європейської мовної спілки, організатор національних доборів на цей конкурс і самих конкурсів (у разі перемоги України на «Євробаченні», остання припала [на 2022 рік](#), 2023-го BBC працювала зі Суспільним над проведенням конкурсу від імені України у [Ліверпулі](#)).

Завдяки допомозі Латвії, виділеній наприкінці 2022 року, Суспільне отримало [генератори](#) й засоби електропостачання, що дає змогу продовжувати роботу навіть під час блекаутів і забезпечити енергетичну незалежність корпорації.

ЄС долучається до фінансування різних проєктів, що транслюють на Суспільному, як-от освітній проєкт для підліткової аудиторії [«Колайдер»](#) або [«Голос громад»](#) на регіональних каналах (останнє – у межах підтримки ЄС реформи децентралізації). За кошт європейських партнерів було профінансовано та створено сучасний [нюзрум](#) для новинної служби – Newshouse 2.0, що з'явився на місці старої телестудії на Хрещатику, 26, втраченої в 1990-х роках внаслідок пожежі.

Таким чином, Суспільне – один із невід'ємних членів європейської родини мовників, зв'язки з якою лише посилилися після початку повномасштабного

вторгнення. Співпраця відбувається в різних актуальних напрямках: обміни контентом та досвідом, навчання працівників, інтеграція європейських стандартів та цінностей, підвищення якості контенту й дотримання стандартів журналістики, розвиток цифрових платформ, проведення масових заходів («Євробачення»). Важливу роль відіграла інституційна підтримка АТ «НСТУ» в перші тижні та місяці від початку поточної фази російсько-української війни, що дало змогу продовжувати неперервне мовлення та інформувати Україну й світ про поточний перебіг подій для ухвалення людьми на базі отриманої інформації адекватних рішень. А також вилучити державу-агресорку (з ініціативи Суспільного) з процесу ухвалення рішень в європейському інформаційному середовищі. Найбільший виклик для Суспільного – забезпечити фінансову незалежність – і від держави, і від олігархічних груп. Мінімізація політичного впливу – запорука продовження інтеграції з Європою. Тут провідну роль можуть відіграти диверсифіковані механізми підтримки незалежного мовлення: публічні фонди, гранти, партнерства. Не менш значущими також є питання вдосконалення кадрів (участь у тренінгах, семінарах тощо), адаптації контенту для міжнародних споживачів (зокрема на платформі A European Perspective з використанням технології ШІ), дотримання принципів свободи слова та редакційної незалежності. Усе це дасть змогу Суспільному слугувати ефективним інструментом євроінтеграції та демократизації України.

1.6 Огляд наявних інструментів політики щодо роботи суспільного мовлення

Основним інструментом регулювання діяльності Суспільного мовлення є законодавство та підзаконні акти. Варто зауважити, що регулювання Суспільного здійснюється у трьох площинах. Перша – медійна, тобто регулювання медійних форм, під якими Суспільне постачає свій контент. Друга – Суспільне як акціонерне товариство та як власність, яка перебуває під контролем держави. Третя – фінансування з державного бюджету.

| Регулювання щодо врегулювання, управління ресурсами та підзвітності

Регулювання діяльності Суспільного як юридичної особи визначають кількома законами.

Першим є Закон України «Про суспільні медіа», адже є *lex specialis*, що визначає діяльність окремого особливого суб'єкта. Тут визначається основа, на якій створено АТ «НСТУ» та вид юридичної особи – акціонерне товариство зі 100 % акцій у власності держави. Функції акціонера виконує Державний комітет телебачення і радіомовлення України – центральний орган виконавчої влади.

Окрім того, закон визначає особливий порядок формування керівних органів – наглядової ради та правління, який відрізняється від інших акціонерних товариств.

Зважаючи на те, що АТ «НСТУ» є акціонерним товариством, а його акціями володіє держава, компанія також має керуватися Законами України [«Про акціонерні товариства»](#), [«Про управління об'єктами державної власності»](#), [«Про аудит фінансової звітності та аудиторську діяльність»](#), [«Про ринки капіталу та організовані товарні ринки»](#), а також законодавством у сфері податків, бухгалтерського обліку тощо. Ці закони визначають порядок використання майна, публічної звітності, розкриття інформації емітента цінних паперів, проходження аудиту.

Варто зауважити, що законом про суспільні медіа передбачено, що відчуження та списання переданого НСТУ державного майна, що не увійшло до його статутного капіталу та закріплено за НСТУ на праві господарського відання, здійснюють у порядку, що встановив Кабінет Міністрів України. Таким чином уряд наділений повноваженням вирішувати як НСТУ має позбавлятися неліквідних активів.

Також варто зауважити, що НСТУ є отримувачем міжнародної технічної допомоги.

Це дає змогу отримувати необхідне обладнання та устаткування. Порядок отримання МТД визначає (а тому й може змінювати) [постанова](#) Кабінету Міністрів України № 153.

| Вимоги до контенту

Основними законами, які встановлюють вимоги до контенту Суспільного, є Закон України «Про медіа» та Закон України «Про суспільні медіа». Закони визначають порядок отримання ліцензій етерного наземного аналогового радіомовлення, цифрового телевізійного мовлення, а також реєстрації онлайн-медіа, **нелінійного ТАК???** мовлення, акаунтів у соціальних мережах.

Закон «Про медіа» визначає обмеження та вимоги до контенту (Стаття 36), дитячого контенту (Стаття 42), а також вимоги мовлення у воєнному стані.

Водночас Стаття 3 Закону України «Про суспільні медіа» забороняє втручання державних органів та органів місцевого самоврядування, їх посадових і службових осіб, а також недержавних організацій у діяльність НСТУ з метою встановлення цензури, попереднього контролю та незаконного впливу на зміст інформації, що поширює Суспільне медіа України.

Окрім того, закон «Про суспільні медіа» визначає основні програмні завдання (Стаття 4), вимоги до вироблення контенту (Стаття 19), вимоги до трансляцій офіційних повідомлень.

Також профільний закон визначає порядок формування Редакційної ради як органу, який розробляє Редакційний статут та розглядає проблемні ситуації щодо його дотримання (Стаття 19).

На роботу Суспільного впливають закони про інформацію, про авторські та суміжні права, про захист персональних даних, про доступ до публічної інформації, Цивільний кодекс України та інше.

Окрім того, Суспільне може укласти окремі меморандуми про співпрацю із заінтересованими сторонами. Наприклад, у квітні 2024 року Суспільне підписало меморандум із Міністерством освіти, щоби поширити освітній контент Суспільного серед закладів освіти в Україні та за кордоном, зокрема щоби зберегти зв'язок українських дітей з Україною.

| Фінансування НСТУ

Основним джерелом фінансування НСТУ є кошти із Загального фонду Державного бюджету України. У Законі про суспільні медіа визначено: «Держава забезпечує належне фінансування НСТУ, яке передбачається окремим рядком у Державному бюджеті України та становить не менше 0,2 відсотка видатків загального фонду Державного бюджету України за попередній рік».

Щорічно в Додатку 3 до Закону України «Про державний бюджет на (...) рік» міститься стрічка видатків «Фінансова підтримка Національної суспільної телерадіокомпанії України (НСТУ)». Така система фінансування, попри її закріплення на рівні закону, не є надійною гарантією: через наявність норм Бюджетного кодексу, який дозволяє не дотримуватися норм галузевих законів щодо фінансування певних галузей чи суб'єктів економіки для збалансування дохідної і витратної частини державного бюджету. Пункт 26 Прикінцевих та перехідних положень Бюджетного кодексу встановлює: «Норми і положення [...] Статті 14 Закону України «Про суспільні медіа України», [...] застосовуються у порядку та розмірах, встановлених Кабінетом Міністрів України, виходячи з наявних фінансових ресурсів державного і місцевого бюджетів та бюджетів фондів загальнообов'язкового державного соціального страхування».

Окрім цього, існує питання використання коштів Суспільного де-факто. Платежі Суспільного проводить Державне казначейство і вони не є повністю підконтрольні Суспільному, що дає змогу **державному органу** зупиняти чи затримувати платежі, надто за міжнародними зобов'язаннями.

Забезпечення фінансування НСТУ потребує можливості отримати фінансування на власні рахунки НСТУ, щоби залишати кошти, які не використали протягом бюджетного року на власних рахунках, щоби забезпечити неперервну діяльності, а також погасити зобов'язання минулих періодів. Такий підхід потребує розроблення та змін до Бюджетного кодексу.

1.7 Сценарії розвитку суспільного

На думку опитаних заінтересованих сторін, якщо йдеться про збереження незалежності Суспільного мовника, то можливі декілька різних сценаріїв його розвитку в Україні в найближчі 3-5 років.

Позитивний сценарій передбачає, що Суспільному мовленню вдасться не тільки утримати власну нішу, а й посилити роль у медійному та інформаційному просторі України. Суспільний мовник матиме підтримку громадянського суспільства, отримуватиме передбачене законодавством фінансування та підвищуватиме якість контенту, розширюватиме лінійку програм та спектр продуктів. Він матиме незалежністю й уникне зазіхання на спроби контролювати редакційну політику з боку влади. Це допоможе йому не тільки посісти провідне місце в медіаполі України, а й своїм контентом впливати на державні рішення. Себто стати медіа, що надає інформаційно-консультативні послуги населенню, яке було б поінформованим та ухвалювало зважені рішення.

Вирішення проблем із фінансуванням допоможе Суспільному мовленню стати більш привабливим і конкурентоспроможним на ринку медіа, а отже, залучити додаткові кадри, підвищуючи рівень працівників.

Також Суспільне мовлення утвердиться як лідер серед медіа у цифрових платформах (щонайменше у ТОП-3). Стане основним джерелом інформації про суспільні події серед категорії 14-25 років. Як мінімум половина населення України отримуватиме інформацію із платформ Суспільного. Стане провідним виробником популярних просвітницько-розважальних проєктів.

Поміrkований сценарій передбачає, що Суспільний мовник утримає наявний на цей момент рівень, тобто залишатиметься помітним незалежним каналом комунікації, проте за певними характеристиками (зокрема охопленням аудиторії) поступатиметься деяким комерційним мовникам. Також Суспільному мовленню доведеться періодично відбивати атаки з боку владних органів і повсякчас боротися за фінансування, передбачене Законом.

Негативний сценарій може втілитися за умов, якщо буде вихолощена незалежність Наглядової ради компанії чи обрано більш залежного голову Правління. Внаслідок цього Суспільне мовлення потрапить в більшу залежність від влади, втратить незалежність та упередженість, а отже, розгубить основний соціальний капітал, яким користується нині – як рівновіддалений об'єктивний канал, покликаний працювати в інтересах всього суспільства, а не окремої політичної партії чи групи.

Загалом більшість опитаних заінтересованих сторін схиляється до розвитку Суспільного мовника за траєкторією, що проходитиме поміж позитивним та поміркованим сценаріями.

Якщо йдеться про структурний розвиток, то Суспільне мовлення зосереджуватиметься на посиленні телевізійного сегменту (канал «Перший» претендуватиме на помітнішу роль з-поміж провідних телеканалів), а також розвиватиме цифровий контент (ютуб-канал, зокрема), створюватиме документальні стрічки. Викликом для Суспільного мовника стане закінчення марафону «Єдині новини» і повернення комерційних телеканалів до звичного («довоєнного») формату мовлення, коли аудиторію завойовували завдяки широкій лінійці розважального контенту. На цьому тлі Суспільний мовник працюватиме над поглибленням мультимедійності й за рахунок цього досягатиме ширшої аудиторії та охоплення. Також Суспільне почне створювати більше власного контенту, наприклад, серіалів та фільмів, аби залучити молодшу аудиторію.

Окремим перспективним напрямом розвитку Суспільного мовлення є посилення радіо, зокрема «Першого каналу» Українського радіо та «Радіо Культура». Європейські тренди свідчать, що розмовні радіостанції нарощують популярність серед споживачів контенту, тож є підстави вважати, що Україна поволі йтиме цим шляхом.

Безумовно, Суспільному мовленню вдасться зміцнити лідерські позиції за рівнем довіри громадян, ствердитися як медіа, що працює в інтересах суспільства.

Суспільне мовлення сприятиме розбудові міжнародних партнерств.

2. Істотні питання політики

Одним із важливих етапів роботи над цим звітом було опитування й анкетування (методом інтерв'ю та/або письмових відповідей на запитання) двох десятків заінтересованих сторін, так чи так пов'язаних із діяльністю Суспільного мовлення. Йдеться і про внутрішні заінтересовані сторони (представників компанії, як-от керівників підрозділів, членів Наглядової ради тощо), і про зовнішні заінтересовані сторони (представників законодавчої гілки влади, інституцій та громадських організацій тощо).

Зібрані за підсумками емпіричної частини дослідження дані дали змогу виокремити декілька головних проблем та викликів (так званих істотних питань), із якими Суспільне мовлення стикається сьогодні в умовах повномасштабної війни і з якими вочевидь стикатиметься найближчими роками.

2.1 Спроби влади впливати на суспільне мовлення

Одним із найважливіших чинників, який визначає і визначатиме в майбутньому діяльність компанії, є її незалежність від влади. Водночас опитані заінтересовані сторони зауважують, що вбачають певні ризики, пов'язані з більш чи менш відвертим прагненням і намаганням державної влади (зокрема Офіс Президента) прямо чи непрямо впливати на Суспільний мовник і пробувати коригувати його роботу. Це неприховане (або погано приховане) бажання взяти Суспільне мовлення (або принаймні редакційну політику) під контроль призводить до напруги у відносинах з органами державної влади, а також змушує керівництво компанії витримувати адміністративний тиск, захищатися і дипломатично ухилятися від інформаційних нападів з боку представників політичного корпусу.

Ця проблема традиційно стає особливо актуальною під час виборчих циклів, зокрема виборів всередині компанії (йдеться і про вибори керівництва Правління Суспільного мовлення, і про окремих членів Наглядової ради). Наприклад, 2025 року виклик є актуальним у контексті наступних виборів голови Правління компанії, що наближаються.

Водночас опитані експерти зазначають, що ця проблема не належить до унікальних українських проблем і властива також іншим країнам, де працюють суспільні мовники.

| Шляхи розв'язання проблеми

Основною запорукою унеможливлення впливу на НСТУ з боку влади опитані заінтересовані сторони та експерти називають дотримання стандартів взаємин між владою та Суспільним мовником, які передбачені Законом, а також відповідають практикам, що побутують у країнах Європейського Союзу. Публічність і транспарентність за цих умов відіграє провідну роль. Будь-які факти, що свідчать про спроби тиснути та впливати на Суспільне мовлення або його редакційну політику, мають оприлюднювати, вони мають ставати відомими.

Безумовно, центральну роль у питанні незалежності Суспільного мовлення відіграє також фінансова самостійність (про це докладніше див. нижче у п. 4.1.2), адже значно легше тиснути на компанію, роблячи її заручницею маніпуляцій із коштами.

| Роль держави

Державна політика щодо Суспільного має бути заснована на принципі «не шкодити редакційній і кадровій незалежності». Політичний клас має усвідомити суспільну користь Суспільного мовлення та припинити спроби накинути своє бачення тощо.

2.2 Ненадійна модель фінансування суспільного мовлення

Вкрай важливою проблемою опитані заінтересовані сторони визнають також критичну залежність компанії від бюджетного фінансування, що впливає з наявної сьогодні моделі фінансування Суспільного мовлення.

Понад те, проблема погіршується тим, що Суспільне мовлення щорічно недофінансовують, тобто не виконуються навіть ті норми Закону України «Про Суспільні медіа», які заклали законодавці. Невиконання Закону пов'язане з двома головними чинниками: по-перше, намаганням тримати Суспільне під контролем (див. описану вище проблему політичного впливу); по-друге, низьким рівнем компетентності політичного та управлінського класу, а отже, і нерозумінням ролі Суспільного мовлення для розвитку демократичного суспільства.

Понад три роки повномасштабної війни засвідчили дивну ситуацію, коли держава виділяє величезні кошти на фінансування марафону «Єдині новини» (участь у якому беруть державний телеканал «Рада» і комерційні мовники, які кричуще не дотримуються стандартів щодо представленості в етерах опозиційних політичних сил), проте не знаходить достатньо коштів, аби повноцінно профінансувати потреби Суспільного мовлення.

З цього випливає додаткова проблема, яка щороку створює ризики: пряма залежність від рішень парламентарів, урядовців, Міністерства фінансів на етапі планування державного бюджету. Практично щороку під час бюджетного процесу (який значною мірою є політичним) Суспільний мовник стає заручником політичних дискусій між владою та опозицією. Секвестри бюджету створюють непрогнозовану ситуацію, яка щоразу ставить під загрозу реалізацію контент-планів Суспільного мовлення.

Усунення вказаної проблеми утруднюється тим, що внаслідок особливостей інформаційної політики та медійного споживання попередніх десятиріч (зокрема за доби СРСР, коли формувалися підходи та звички медіаспоживання) аж дотепер лише незначна частка громадян України готова за якісну інформацію платити додаткові кошти. Такий підхід ускладнює пошук альтернативних форм та моделей фінансування Суспільного мовника. У будь-якому разі випрацювання звички платити за неупереджений інформаційний контент потребуватиме часу та зусиль.

Шляхи розв'язання проблеми

Найочевиднішим виходом із проблеми, на думку опитаних заінтересованих сторін, є дотримання законодавства та забезпечення захищеної статті бюджету.

Важливим інструментом досягнення цієї мети є постійний тиск на законодавців, Міністерство фінансів та на всіх, пов'язаних із процесом осіб, з боку громадянського суспільства. Має бути сформована чітка позиція, що Суспільне мовлення не може бути недофінансованим, через пояснення його важливої ролі для демократичного та плюралістичного розвитку України, надто на шляху до європейської інтеграції.

Політики мали би також змінити риторику та використовувати власну комунікацію із громадянами задля донесення інформації, що таке Суспільне мовлення, якими є його завдання й чому воно є важливим для України.

Серед шляхів розв'язання проблеми опитані заінтересовані сторони називають також запровадження альтернативних способів фінансування Суспільного мовлення, наприклад, платного контенту та відсоткового податкового благодійництва.

Платна підписка передбачає те, що певна частка контенту може бути доступною лише для підписників за окрему плату.

Що стосується податкового благодійництва, то така форма фінансування означає чітке спрямування частини податку Суспільному мовнику, що унезалежнить над-

ходження коштів від рішення законодавців зокрема й бюджетного процесу загалом. Сьогодні законопроекти щодо відсоткового благодійництва вже розробляють та обговорюють у Парламенті.

Що стосується податкового благодійництва, то така форма фінансування означає чітке спрямування частини податку Суспільному мовнику, що унезалежнить надходження коштів від рішення законодавців зокрема й бюджетного процесу загалом. Сьогодні законопроекти щодо відсоткового благодійництва вже розробляють та обговорюють у Парламенті.

Ще однією ідеєю є спрямування на розвиток Суспільного мовлення відсотка від ліцензійного збору, який отримує держава.

Втім сьогодні ці та інші ініціативи не мають достатньої підтримки у профільних парламентських комітетах, щоби внести такі зміни до Закону України «Про Суспільні медіа». Йдеться, вочевидь, про недостатню політичну волю та рішучість щодо розв'язання проблеми.

| Роль держави

Держава повинна знайти політичну волю для неухильного виконання закону щодо розміру та порядку фінансування Суспільного мовлення з державного бюджету; створити законодавчі умови для альтернативних джерел фінансування та здійснити комунікаційну кампанію серед населення й донести повідомлення про важливість функціонування Суспільного мовника в демократичній державі.

2.3 Кадрова проблема

Ще одним нагальним викликом, що постав перед Суспільним мовленням, стала кадрова проблема, яка в 2022 році була посилена й загострена через російське повномасштабне вторгнення. Йдеться про брак кадрів у підрозділах компанії, який з різних причин не вдається заповнити, попри зусилля, які докладають.

Опитані експерти та заінтересовані сторони зазначають, що це виявляється, зокрема, у неоднорідному професійному рівні журналістів, а отже, негативно позначається й на якості (та кількості) аналітичних матеріалів і програм. Втім проблема стосується не тільки журналістів, а й технічного персоналу: операторів, режисерів тощо.

Аналіз причин кадрової проблеми передусім призводить до недостатнього рівня оплати праці співробітникам середньої і нижчої ланок, який суттєво поступається окладам на аналогічних посадах у комерційному сегменті ринку.

Попри те, що 2021 року було проведено реформу оплати працівникам компанії й запроваджено грейди (що на 2021 рік почасти підвищило оклади співробітників на рівень, близький до ринкового), чотири роки по тому, 2025-го, рівень оплати праці знову суттєво поступається ринковому. Це пов'язано з девальвацією гривні, що відбулася 2022 року, та інфляційними процесами в Україні. У той час як купівельна спроможність гривні за цей час зменшилася удвічі, оклади лишилися на попередньому рівні. Безперечно, це робить Суспільне мовлення менш привабливим для професійних кадрів на ринку медіа й утруднює посилення редакцій та відділів потрібними фахівцями.

Чинником, що вплинув на кадрове забезпечення та укомплектованість підрозділів, стала й мобілізація працівників до лав Збройних Сил України. Це загалом істотно вплинуло на ситуацію в Україні, створивши брак кадрів на медіаринку.

| Шляхи розв'язання проблеми

Засадничим шляхом розв'язання проблеми є забезпечення відповідного ринкові медіа в Україні рівня оплати праці співробітникам компанії. Збільшення рівня оплати назріло й потребує негайного виконання. Особливо це стосується нижчих та середніх «грейдів». Компанія працює над цим, але вирішення проблеми утруднюється браком необхідного фінансування (недофінансуванням) з боку держави.

Також, на думку експертів, одним із кроків, який може покращити ситуацію з кадрами у компанії, є формування більш зрозумілої та прозорої системи бронювання працівників, що зробить компанію більш привабливою для співробітників. Йдеться про запровадження відповідної політики на рівні Кабінету Міністрів України.

| Роль держави

Роль держави, знову ж таки, зводиться до забезпечення передбаченого законодавством фінансування Суспільного мовлення. А також розв'язання проблем, пов'язаних із порядком бронювання працівників інформаційної сфери.

2.4 Упередженість політичних середовищ щодо суспільного мовлення

Важливою проблемою, на яку подеколи вказують окремі заінтересовані сторони та експерти, є політична упередженість окремих політиків та державних діячів щодо компанії, себто хибне тлумачення поняття «незалежна редакційна політика».

Через особливість фінансування компанії (із державного бюджету) створюється оманливість асоціації з державним медіа, що призводить до трактування редакційної політики в інтересах влади. Це посилюється неготовністю політиків та урядовців стосовно того, що Суспільний мовник об'єктивно висвітлюватиме їхню діяльність (на тлі очікувань, що Суспільний мовник начебто має бути інструментом для комунікації ініціатив влади).

| Шляхи розв'язання проблеми

Розв'язання проблеми пов'язане передусім із підвищенням рівня медіаграмотності парламентарів та урядовців. Потрібна додаткова робота з ними задля пояснення природи Суспільного мовника, його завдань, а також взаємодії із владою. Загалом це можна вирішити завдяки розробленню та впровадженню GR-проєктів (комунікація з урядовим сектором), спрямованих на підвищення розуміння роботи за стандартами журналістики.

| Роль держави

Роль держави у розв'язанні цього виклику полягає у забезпеченні урядової платформи для взаємодії і пошуку взаємовигідної співпраці. Може знадобитися також промоція позитивних прикладів взаємодії органів влади із Суспільним мовником (передусім йдеться про Міністерство ветеранів, Міністерство освіти і науки, Міністерство культури та стратегічних комунікацій тощо).

2.5 Безпека працівників в умовах війни

Російська агресія 2014 року, а особливо 2022-го, в рази збільшила рівень загроз для життя та здоров'я українців, зокрема поставила в особливо непрості умови роботи журналістів НСТУ. Від початку повномасштабного вторгнення понад 500 працівників компанії вимушені працювати на прифронтових територіях, перебуваючи в постійній небезпеці. На листопад 2024 року троє працівників компанії загинули, один перебував у полоні. 122 працівники НСТУ служили в лавах Збройних Сил України та в загонах територіальної оборони.

| Шляхи розв'язання проблеми

Хоча цілковите усунення загроз неможливе до закінчення російської агресії, мінімізувати небезпеку можливо через неухильне дотримання стандартів щодо забезпечення працівників належними умовами роботи в умовах повітряних тривог (студії, обладнані в укриттях або спеціальних приміщеннях у підвалах будівель). Надзвичайно важливою є організація для співробітників НСТУ можливостей для проходження курсів (тренінгів) із надання домедичної допомоги; забезпечення приміщень компанії необхідними засобами.

2.6 Руйнування інфраструктури

Російська агресія спричинилася до суттєвих матеріально-технічних втрат, які зазнала компанія за понад три роки повномасштабної війни. Ворог захопив і пограбував приміщення на тимчасово окупованих територіях; обладнання і устаткування, якими користувалися журналісти, втрачено. Філії Суспільного мовлення, які працюють на прифронтових територіях, постійно страждають від обстрілів.

Неодноразово ворог намагався втручатися в роботу супутників, обстрілював передавачі, здійснював кібератаки на сайт компанії. Ускладнилася робота й через обстріли енергетичної інфраструктури.

Щоби мінімізувати ризики, компанія посилила декілька філій як резервні центри мовлення. Завдяки донорам, передусім із ЄС, компанію було забезпечено генераторами, акумуляторами, безпековим спорядженням.

| Шляхи розв'язання проблеми

Розв'язання проблеми можливе через поступове і планомірне відновлення пошкоджених приміщень, придбання сучасного устаткування та обладнання на заміну пошкодженому або втраченому. Перспективним видається подальше залучення іноземних донорів, серед іншого і для того, аби убезпечити компанію від потенційних загроз (зокрема енергетичної).

| Роль держави

Стале фінансування залишається головним чинником, який може допомогти відновити інфраструктуру компанії.

2.7 Повільна цифрова трансформація

Серед проблем, на яких наголошували опитані заінтересовані сторони, слід виділити також брак сучасного технічного обладнання (зокрема в деяких регіональних філіях), а також недостатньо швидку цифрову трансформацію компанії. Хоча протягом останніх років досягнуто помітного прогресу в підтримці та розвитку цифрових платформ, виготовленні мультимедійного продукту, залученні аудиторії через соціальні мережі, наразі ці зміни не є достатніми й потребують пришвидшення.

| Шляхи розв'язання проблеми

Основний шлях розв'язання вказаної проблеми – залучити досвідчених фахівців, які можуть вивести цифрову трансформацію компанії на якісно новий рівень. Це передбачає відповідні стандарти оплати, співвідносні з ринковими.

Перелік істотних питань політики

1. Спроби влади впливати на Суспільне мовлення загрожують його незалежності та зумовлюють адміністративний і політичний тиск на компанію;
2. Чинна модель фінансування Суспільного мовлення, яка спирається на підтримку із загального фонду державного бюджету, є вразливою до політичного впливу, щорічних секвестрів і недофінансування;
3. Кадрова проблема Суспільного мовлення загострюється низькою конкурентністю зарплат, нестачею професійних кадрів і мобілізацією працівників у воєнний час;
4. Упередженість політичних середовищ щодо Суспільного мовлення зумовлена хибним сприйняттям компанії як державного медіа, як одного каналу «УТ-1» та нерозумінням принципів її редакційної незалежності;
5. Безпека працівників в умовах війни є гострою проблемою через роботу на прифронтових територіях, ризик загибелі, полону та обстрілів, що вимагає особливих умов праці та навчання;
6. Руйнування інфраструктури компанії внаслідок російської агресії призводить до втрат технічних потужностей, приміщень і ускладнення роботи в умовах обстрілів і енергетичних атак;
7. Стримані темпи цифрової трансформації Суспільного мовлення обмежують його адаптацію до змін інформаційного споживання і знижують конкурентоздатність у цифровому середовищі.

RES POL'

[Новини проєкту RES-POL](#)

[Facebook RES-POL](#)

Цей документ створили за фінансової підтримки Європейського Союзу. Його зміст є відповідальністю Громадської спілки "Центр регіональний розвиток" і не обов'язково відображає позицію Європейського Союзу.