

УДК 075(477)«364»

Кириленко Оксана
аспірантка кафедри журналістики
Сумського державного
університету, продюсерка
Філії АТ «НСТУ» «Сумська
регіональна дирекція»

ЗМІНА КОНЦЕПЦІЇ РЕГІОНАЛЬНОГО МОВЛЕННЯ СУСПІЛЬНОГО В ПЕРІОД ВОЄННОГО СТАНУ

24 лютого 2022 р. показало готовність і спроможність команд Суспільного працювати в умовах надзвичайного стану, невизначеності, загрози життю та здоров'ю співробітників. Найголовнішим завданням для всіх платформ стало інформування про те, що відбувається в Україні. Суспільне змушене було переформатувати свою роботу. Відповідних змін зазнала й концепція регіонального мовлення. Опис зміни концепції роботи регіональних філій Суспільного мовника під час воєнних дій, на нашу думку, є надзвичайно *актуальним*, оскільки дасть можливість відслідкувати практичний досвід реорганізації діяльності незалежного українського мовника в умовах війни.

Формат роботи Суспільних регіональних мовників суттєво змінився з початку повномасштабного вторгнення. Регіональні дирекції Суспільного Донбасу та Херсону втратили можливість нормального функціонування через тимчасову окупацію. Редакції Сум, Чернігова та Харкова переформатували роботу на дистанційну з частковою релокацією команд в інші регіони. Філія АТ «НСТУ» «Львівська РД» перетворилася на альтернативний офіс всієї НСТУ, на базі Закарпатської філії було оперативно обладнано резервний центр

мовлення. Наразі в надскладних умовах працюють співробітники Запорізької, Харківської, Дніпровської та Миколаївської філій.

Упершу чергу переформатування стосувалося активізації соціальних мереж. У нових інформаційних умовах абсолютно виправдала себе концепція Digitalfirst, проголошена Суспільним у 2020 р. «Диджитал-платформи є основним джерелом споживання новин для українців – понад 55% отримують інформацію з месенджерів та соціальних мереж» [1]. Тож основним завданням регіональних команд став акцент на роботі в соцмережах та на YouTube. Це зумовило грандіозне зростання підписок на Digital-платформах Суспільного: «З початку повномасштабної війни соціальні мережі Суспільного перетнули позначку **в 6 мільйонів підписників**» [2]. Кількість підписників регіональних мереж Суспільного сягнули 4 млн. Це відбулося ще й тому, що Суспільне за 5 років діяльності набуло репутації мовника, який працює за стандартами журналістики, надає оперативну, перевірену та незаангажовану інформацію.

На жаль, війна внесла корективи в розроблений план Суспільного. Із початку повномасштабного вторгнення регіональні філії суспільного практично припиняють виробництво різноматичних програм. Через скорочення бюджету призупиняється робота з продакшенами на умовах аутсорсу в рамках проєкту «Створюй з Суспільним», переривається закупка додаткового контенту. З ефіру зникає ранкове прямоефірне ток-шоу, вечірня аналітична програма.

Телеплатформа регіональних суспільних мовників була переформатована на трансляцію марафону «Єдині новини». Суспільне запускає також власний марафон «Суспільне спротив». Регіональні команди працюють над підготовкою інформаційних матеріалів та прямих включень як для «Єдиних новин», так і «Суспільне спротив». У квітні резервний центр мовлення організовано на Закарпатській філії,

яка видає в ефір регіонального телеканалу 4 год. прямиоефірної програми «Суспільне спротив». Починаючи з 24 серпня 2022 р., так само 4 год. марафону виробляє Рівненська філія. Це відповідає новій концепції регіонального мовлення, відповідно до якої «для безперебійного виробництва мультиплатформного контенту АТ «НСТУ» потребує розбудови мінімум 6 регіональних центрів виробництва (хабів), включно з бек-офісом компанії та резервним центром мовлення. У процесі розбудови регіональних центрів мають бути враховані демографічні та безпекові чинники. Кожен регіональний центр продукуватиме мінімум 4 години телевізійного контенту, годину радійного контенту та в середньому годину контенту для діджитал-платформи. За регіональними центрами буде закріплено команди, що відповідатимуть за виробництво локального та гіперлокального інформаційного контенту» [3]. Наразі сітка мовлення складається з чотирьох блоків марафонів, які видають в ефір Ужгород (7:00–11:00), Рівне (12:00–16:00) та Львів (17:00–21:00, 00:00–04:00), загальнонаціональних новин, трансляції марафону «Єдині новини» та контенту, виготовленого або закупленого раніше. З огляду на те, що воєнний стан в Україні триває, немає чіткої позиції стосовно створення хабів у прикордонних регіонах. Наразі в планах Суспільного створення чергового центру мовлення в Черкасах.

Телевізійні новинні блоки в кожній регіональній філії на початку повномасштабного вторгнення РФ виходили нерегульовано – відповідно до обстановки. Ситуація потребувала врегулювання – і з 1 червня всі філії (крім Донбасу, Криму, Херсону, а також Закарпатської та Львівської філій) перейшли на єдину сітку мовлення з виходом підсумкового випуску новин о 20:00. На нинішньому етапі регіональні мовники наповнюють єдиний для всіх областей канал мовлення щоденними підсумковими випусками новин у кожному регіоні (з 20:00

випуск зміщено на 21:30) хронометражем 15 хв.

Чи відбувається збільшення обсягу локального контенту, як анонсовано в концепції Суспільного? Так, якщо аналізувати загальні кількісні показники. Якщо ж розглядати нову сітку мовлення в розрізі кожного регіону, то єдиним часом для перегляду контенту, безпосередньо пов'язаного з тією чи іншою областю, є випуск новин о 21:30 (із повтором о 6:30), тобто для пересічного глядача, який проживає в Сумській чи Чернігівській областях, немає більше можливості й зручного часу, коли б він міг споживати телеконтент, що стосується його області. А саме це відрізняло регіональне мовлення від загальнонаціонального й спонукало глядачів шукати саме регіональний канал. Для порівняння: до початку повномасштабного вторгнення рф кожна регіональна філія продукувала 6 власних телевізійних випусків новин на добу.

Відповідно до концепції, на Суспільному планують розбудувати гіперлокальну мережу нарівні кожного району України. У рамках пілоту у 2021 р. така мережа була втілена за рахунок міжнародної підтримки в Сумській, Чернігівській та Харківській областях. Відтепер гіперлокальна мережа буде розбудовуватися через інформаторів та журналістів громад, які пройдуть навчальний курс від Академії суспільного мовлення. На Суспільному також розглядають можливість створення унікальної платформи для українців у всьому світі.

Отже, нині Суспільне – єдиний європейський суспільний мовник, який працює в умовах війни і на практиці розробляє та реалізовує власну концепцію регіонального мовлення з урахуванням нових контекстів роботи в умовах, коли має не тільки диверсифікувати виробничі ризики, а й відстояти власну редакційну незалежність та зберегти довіру аудиторії.

Література:

1. Понад 55% українців отримують інформацію з месенджерів та соціальних мереж – дослідження. URL: <https://stv.detector.media/digital/read/7479/2022-10-04-ponad-55-ukraintsiv-otrymuyut-informatsiyu-z-mesendzheriv-ta-sotsialnykh-merezh-doslidzhennya/>.
2. Соціальні мережі Суспільного перетнули позначку в 6 мільйонів підписників. URL: <https://corp.suspilne.media/newsdetails/5302>.
3. Концепція регіонального мовлення АТ «НСТУ» на 2022–2025 роки (нова редакція). URL: https://corp.suspilne.media/media/-documents/zagalnidokumenti/13_Kontseptsiya_Rehional%CA%B9noho_Movleniya_2022_2025_Nova_Redaktsiya.pdf.

УДК 316.47:811.161.2'373.21

Кірічек Ірина

Обласний коледж «Кременчуцька гуманітарно-технологічна академія імені А. С. Макаренка»
Полтавської обласної ради

МОВА ЯК СТРАТЕГІЯ БРЕНДУВАННЯ УКРАЇНИ:

#KYIVNOTKIEV

Побудова ефективних комунікаційних стратегій України на міжнародному рівні – запорука протидії агресивним наслідкам гібридної війни. Питання про правопис назв міста Київ іншими мовами залишається одним із ключових у системі формування бренду держави, визначення її культурної ідентичності.

Як зауважує І. Дрогушевська: «використання екзонімів часто пов'язано з політичними обставинами» [1]. Яскравий приклад того – дискусії щодо правопису латинізованої назви Києва –