



08/231-430/np
23.03.2020

КИЇВСЬКА МІСЬКА РАДА

У СЕСІЯ VIII СКЛИКАННЯ

РІШЕННЯ

№ _____

Про внесення змін до рішення Київської міської ради від 18 грудня 2018 року № 465/6516 «Про затвердження Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки»

Відповідно до пункту 22 частини першої статті 26 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», рішення Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року № 520/2589 «Про порядок розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві», з урахуванням розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 20 березня 2020 року № 487 «Про схвалення змін до Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки», з метою збільшення обсягів фінансування міської цільової програми Київська міська рада

ВИРІШИЛА:

1. Унести до рішення Київської міської ради від 18 грудня 2018 року № 465/6516 «Про затвердження Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки» наступні зміни:

Підпункт 3.2 пункту 3 викласти в такій редакції:

«3.2. Надання звітів Київській міській раді, Департаменту фінансів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) та Департаменту економіки та інвестицій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) про виконання завдань і заходів Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки:

квартальні та річний – до 20 числа другого місяця, що настає за звітним періодом;

заключний звіт – не пізніше ніж у тримісячний строк після закінчення встановлення строку її виконання;

уточнені річні звіти (в разі необхідності) – до 01 квітня року, наступного за звітним.».

2. Унести зміни до Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 - 2021 роки, затвердженої рішенням Київської міської ради від 18 грудня 2018 року № 465/6516, виклавши її в новій редакції, що додається.

3. Офіційно оприлюднити це рішення відповідно до вимог законодавства України.

4. Контроль за виконанням цього рішення покласти на постійну комісію Київської міської ради з питань культури, туризму та інформаційної політики, постійну комісію Київської міської ради з питань бюджету та соціально-економічного розвитку.

Київський міський голова

Віталій КЛИЧКО

ПОДАННЯ:

Заступник голови Київської
міської державної адміністрації

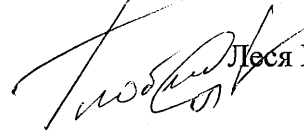



Марина ХОНДА

Директор Департаменту суспільних
комунікацій

Роман ЛЕЛЮК

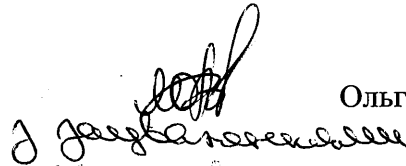
Начальник юридичного
відділу Департаменту суспільних комунікацій



Леся ГЛОБЕНКО

ПОГОДЖЕНО:

Виконувач обов'язків
начальника юридичного управління



Ольга ЯКОВЛЄВА

Керівник апарату

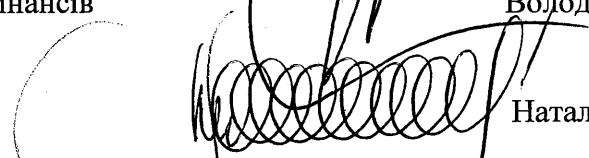


Дмитро ЗАГУМЕННИЙ

Директор Департаменту фінансів

Володимир РЕПІК

Директор Департаменту
економіки та інвестицій



Наталія МЕЛЬНИК

Постійна комісія Київської міської ради з питань
бюджету та соціально-економічного розвитку
Голова

Андрій СТРАННИКОВ

Секретар

Георгій ЯСИНСЬКИЙ

Постійна комісія Київської міської ради з питань
культури, туризму та інформаційної політики
Голова

Вікторія МУХА

Секретар

Олександр ПОЖИВАНОВ

Начальник управління правового
забезпечення діяльності Київської
міської ради

Ганна ГАРШИНА



Затверджено
Рішенням Київської міської ради
від 18 грудня 2018 року № 465/6516
(в редакції рішення Київської міської
ради від _____ № _____)

Міська цільова програма розвитку інформаційно-комунікативної сфери
міста Києва на 2019 – 2021 роки

Паспорт
Міської цільової програми
розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва
на 2019 – 2021 роки

1	Мета програми	Визначення шляхів розвитку інформаційної та комунікативної сфери столиці шляхом комунікативної взаємодії між органами державної влади, органами місцевого самоврядування та громадськістю, засобами масової комунікації й засобами масової інформації
2	Оперативні цілі, визначені Стратегією розвитку міста Києва (іншими стратегічними документами), на досягнення яких спрямована програма	Умова 4: Залучення громадян до процесів формування, реалізації та контролю міської політики Завдання: Налагодження комунікації «влада-громадськість»
3	Дата, номер і назва розпорядчого документу про розроблення проекту програми	Протокол доручень першого заступника голови Київської міської державної адміністрації Поворозника М. Ю. від 17 січня 2018 року № 9 Протокол розширеного засідання Колегії виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 02 серпня 2019 року № 6
4	Розробник програми	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)
5	Відповідальний виконавець програми	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)
6	Співвиконавці програми	комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпанія «Київ», комунальне підприємство «Радіостанція «Голос Києва», комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації», структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), підприємства, організації, установи, інститути громадянського суспільства, громадські

		організації, інформаційні агенції			
7	Строки реалізації програми	2019 – 2021 роки			
8	Обсяги фінансових ресурсів, необхідних для реалізації програми Всього	Всього (тис. грн)	у тому числі за роками		
			2019 рік	2020 рік	2021 рік
		543763,4	121662,0	220928,8	201172,6
	у тому числі за джерелами:	-	-	-	-
8.1	державний бюджет	-	-	-	-
8.2	бюджет міста Києва	507605,0	110300,0	208844,8	188460,2
8.3	інші джерела	36158,4	11362,0	12084,0	12712,4

Вступ

Невід’ємною складовою демократичних перетворень, започаткованих в Україні, є наближення основних принципів діяльності органів місцевої влади у сфері публічних комунікацій до стандартів країн розвинутої демократії. Проведені соціологічні опитування підтвердили, що переважна більшість жителів столиці цікавиться діяльністю міської влади (цікаво/достатньо цікаво відповіли 77,7 % опитаних киян), проте рівень обізнаності щодо ініціатив, планів, сервісів та результатів діяльності міської влади складає всього 50,4 %, тоді як 49,9 % опитаних респондентів назвали себе не обізнаними щодо цієї діяльності. Респонденти визначили показники відкритості міської влади у спілкуванні з киянами на рівні 4.56 бали, конкретності - 4,59 бали, об’єктивності - 4.36 та оперативності 4,39 (максимальна ступінь відкритості - 10). Разом з тим, 56 % опитаних киян вважають, що вони не залучені до процесів вироблення міських політик, рішень міської влади та суспільного діалогу.

Нові можливості для запровадження публічних комунікацій на основі своєчасної, достовірної, об’єктивної та збалансованої інформації, обміну думками, ідеями, залучення громадян до вироблення міських політик відкриває Стратегія розвитку м. Києва до 2025 року, затверджена рішенням Київської міської ради від 15 грудня 2011 року № 824/7060 (далі - Стратегія). Реалізація стратегічних цілей та ключових пріоритетів розвитку столиці передбачає орієнтацію на європейські стандарти та діалог влади з громадою та бізнесом.

Міська цільова програма розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки (далі - Програма) розроблена у зв'язку із закінченням терміну дії міської цільової програми на 2016–2018 роки «Київ інформаційний» затвердженої рішенням Київської міської ради від 14 квітня 2016 року № 333/333, та відповідно до Порядку розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві, затвердженого рішенням Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року № 520/2589 (в редакції від 12 листопада 2019 року № 65/7638). Розробниками враховано результати Міської цільової програми на 2016-2018 роки «Київ інформаційний», забезпечені у межах фінансування, визначеного Київською міською радою.

Програма розроблена відповідно до Конституції України, що визначає державну інформаційну політику як сукупність основних напрямів і способів діяльності держави по одержанню, використанню, поширенню та зберіганню інформації, Законів України «Про інформацію», «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про доступ до публічної інформації», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про інформаційні агентства», «Про видавничу справу», «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні», «Про забезпечення функціонування української мови як державної», указів Президента України від 09 грудня 2000 року № 1323/2000 «Про додаткові заходи щодо безперешкодної діяльності засобів масової інформації, дальшого утвердження свободи слова в Україні», від 21 березня 2006 року № 243/2006 «Про деякі заходи з розвитку книговидавничої справи в Україні», від 19 червня 2013 року № 336/2013 «Про деякі заходи щодо державної підтримки книговидавничої справи і популяризації читання в Україні», від 23 липня 1998 року № 816/98 «Про деякі питання державної підтримки книговидавничої справи», від 01 травня 2014 року № 449/2014 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2014 року «Про заходи щодо вдосконалення формування та реалізації державної політики у сфері інформаційної безпеки України», від 21 лютого 2017 року № 43/2017 «Про Концепцію вдосконалення інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2017- 2020 роки», рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України», введено в дію Указом Президента України від 25 лютого 2017 року № 47/2017, постанов Кабінету Міністрів України від 04 січня 2002 року № 3 «Про Порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади», від 24 лютого 2003 року № 208 «Про заходи щодо створення електронної інформаційної системи «Електронний Уряд», від 02 жовтня 2003 року № 1539 «Про підтримку діяльності творчих спілок та книговидавничої справи», від 23 вересня 2015 року № 816/98 «Про заходи з увічнення пам'яті захисників України на період до 2020 року», від 03 листопада 2010 року № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики», розпорядження Кабінету Міністрів України від 25 жовтня 2017 року № 779-р «Про схвалення Стратегії комунікації у сфері європейської інтеграції на 2018 — 2021 роки», рішення Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року № 520/2589 «Про Порядок розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві» та враховує положення Стратегії.

Терміни, що використовуються в Програмі, вживаються у такому значенні:

Аудит комунікації — систематичне та незалежне вивчення комунікативної діяльності державного органу з метою визначення того, чи відповідає така діяльність та пов'язані з нею результати запланованим заходам і

чи запроваджені такі заходи результативно та у спосіб, який дозволяє досягти поставленої мети.

Бюджет на комунікаційні кампанії та комунікації – кошти, передбачені у бюджеті міста Києва, для фінансового забезпечення комунікативної діяльності суб'єкта владних повноважень відповідно до визначених пріоритетів, цілей та завдань (від ідеї, підготовки технічного завдання, розробки концепції, оригінал-макетів, друку поліграфічної/книжкової продукції, організації заходів до реалізації цілей/завдань комунікаційної кампанії та комунікації).

Брендбук – детальна інструкція з використання всіх розроблених для організації/товару/послуги логотипу, фірмового шрифту, фірмового кольору, тощо, які (при правильному використанні) значно підвищують імідж та впізнаваність. Основне завдання брендбуку – забезпечення та збереження високого коефіцієнту впізнаваності організації/товару/послуги та їх відмінних рис, забезпечення збереження ексклюзивності.

Зворотній зв'язок в комунікації – реакція суб'єкта комунікації – отримувача інформації на зміст отриманого повідомлення, в результаті якої суб'єкт владних повноважень – відправник інформації може здійснювати вивчення громадської думки.

Діалог – двосторонній обмін інформацією між суб'єктами комунікації.

Інструменти комунікації – комплекс заходів та способів обміну інформацією, реалізація яких забезпечує досягненню суб'єктом владних повноважень основної мети публічних комунікацій (зв'язки з громадськістю, висвітлення діяльності в ЗМІ, залучення громадськості до підготовки проектів рішень, їх популяризації, формування позитивного іміджу, тощо).

Інформаційна кампанія – комплекс різноманітних заходів, спрямованих на передачу ключового повідомлення до однієї або кількох цільових аудиторій через найбільшу кількість оптимальних каналів з використанням максимально доступного інструментарію візуалізації суті ключового повідомлення.

Інформаційно-комунікативна діяльність – комплекс заходів, що передбачають широкий діалог влади з громадськістю з метою роз'яснення виробленої позиції та/або політики з певних проблемних питань, залучення зацікавлених сторін до ухвалення та впровадження рішень, забезпечення громадськості вчасною, чіткою, достовірною, релевантною інформацією, роз'яснення суспільної вигоди від конкретних політик, державних програм, адміністративних послуг.

Інформаційно-комунікативна кампанія – затверджений в установленому порядку комплекс дій суб'єкта владних повноважень, спрямований на забезпечення взаємодії із засобами масової інформації, громадськими об'єднаннями, експертами тощо, спрямовані на формування позитивної громадської думки з питань діяльності цього органу.

Інформаційно-комунікаційні ресурси – організована сукупність інформаційних продуктів певного призначення, що необхідні для забезпечення інформаційних потреб громадян, суспільства, держави у певній сфері життя чи діяльності.

Канал комунікації – спосіб, яким передається повідомлення, канал взаємного обміну інформацією в процесі здійснення публічних комунікацій.

Комунікація – в контексті діяльності органів державної влади та місцевого самоврядування – процес соціальної взаємодії, двостороннього обміну ідеями та інформацією, який веде до порозуміння, формування партнерських відносин та довіри до місцевої влади.

Комунікативний план – узгоджений перелік питань щодо порядку та способів поширення інформації про діяльність суб'єкта владних повноважень, встановлення зворотного зв'язку з певними громадськими об'єднаннями, експертами з суспільно значимих питань, а також висвітлення у засобах масової інформації цілей та питань діяльності суб'єкта владних повноважень.

Планування комунікативної діяльності суб'єкта владних повноважень – затвердження в установленому порядку планів заходів щодо питань та способів поширення інформації про діяльність суб'єкта владних повноважень, взаємодії та встановлення зворотного зв'язку з відповідними громадськими об'єднаннями, соціальними групами, фахівцями та експертами з суспільно значимих питань, а також забезпечення висвітлення у засобах масової інформації цілей та основних питань діяльності суб'єкта владних повноважень.

Цільова аудиторія – соціальна група, на яку спрямована інформаційна кампанія.

I. ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМ, НА РОЗВ'ЯЗАННЯ ЯКИХ СПРЯМОВАНА ПРОГРАМА

Суспільний запит на комунікацію, сформований у столиці України після Революції Гідності та підписання Угоди про асоціацію між Україною та Європейським Союзом, яка набрала чинності 01 вересня 2017 року, відкривають нові можливості для запровадження європейських принципів організації інформаційно-комунікативної діяльності на підтримку цілей Стратегії.

Необхідність прийняття цієї Програми обумовлюють:

- пошук нових моделей комунікації міської влади, громадських об'єднань, спільнот, рухів, лідерів громадської думки, фахових експертів, соціально відповідального бізнесу, активних громадян, у зв'язку із розвитком цифрових технологій, зростанням обсягів інформаційних потоків, фейків, дезінформації;
- недостатній рівень системного діалогу «влада – громадськість», який потребує спеціальних механізмів та структур для здійснення комунікації, інформаційних обмінів, встановлення і підтримки постійного інформаційного зв'язку між ними;
- недостатній рівень обміну інформацією між органами міської влади та громадськістю, що може спричинити непорозуміння, суспільно-політичні конфлікти, збільшити недовіру між громадою і владою столиці;
- неналежний стан матеріально-технічної бази комунальних ЗМІ;

- недостатній розвиток інформаційно-комунікаційної сфери, комунікаційного менеджменту, орієнтованого на цілі Стратегії, відсутність чітких стандартів забезпечення зворотного зв'язку.

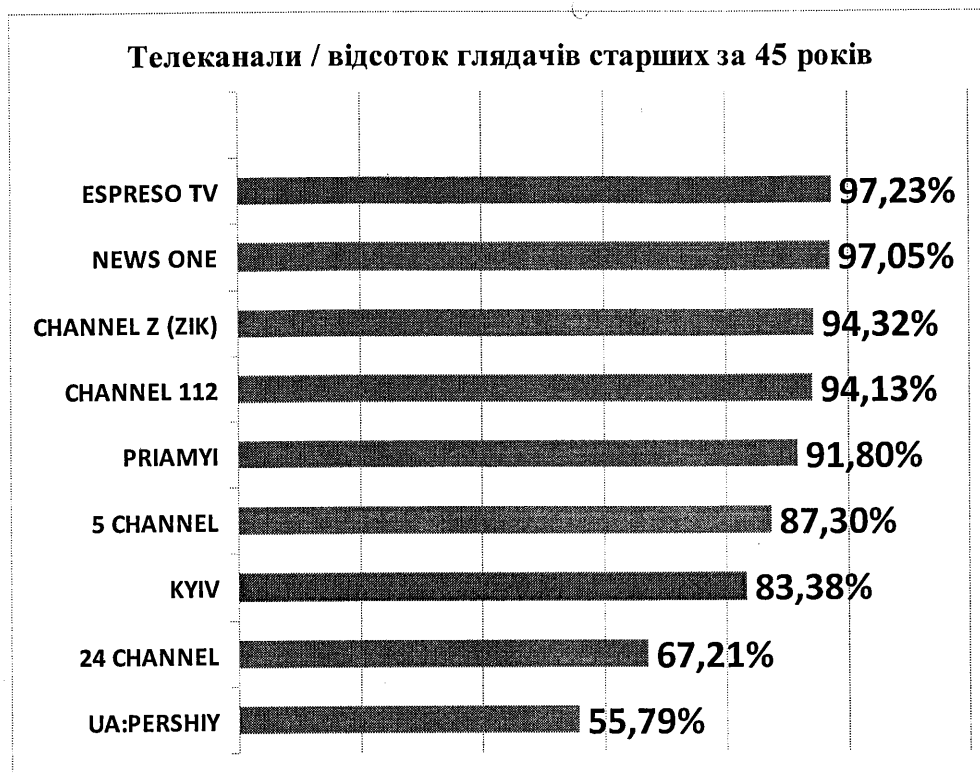
Комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпанія «Київ»

Розпорядженням Київської міської державної адміністрації від 01 липня 1997 року № 922 було створено державне комунальне підприємство «Телерадіокомпанія «Київ». Рішенням Київської міської ради від 14 липня 2011 року № 379/5766 було реорганізовано державне комунальне підприємство «Телерадіокомпанія «Київ» шляхом перетворення його в комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпанія «Київ». Рішенням Київської міської ради від 10 листопада 2011 року № 600/6836 було затверджено Статут комунального підприємства Київської міської ради «Телекомпанія «Київ».

Телекомпанія «Київ» розпочало мовлення 21 серпня 1995 року на підставі ліцензій, виданих Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення серія НР № 1603-м від 02 листопада 2011 року (багатоканальне мовлення), серія НР № 1604-м від 11 вересня 2011 року (ефірне мовлення), серія НР № 00124-м від 18 серпня 2014 року (супутникове мовлення).

Аналіз творчого та матеріально-технічного стану за 2016 – 2018 роки

За даними досліджень Індустріального телевізійного комітету, основним ядром аудиторії підприємства є глядачі віком 45+, які складають більше 83% загальної аудиторії каналу. Таку ж картину демонструють висновки ТОВ «Незалежна рейтингова агенція «БІГДАТА ЮЕЙ», що спеціалізується на вимірюванні поведінки перегляду аудиторією сервісів IPTV (Internet Protocol Television) і OTT (Over the Top, частина технології IPTV). У своєму звіті вони вказують, що «основний профіль аудиторії у травні 2018 року, яка дивилась канал, – це жінки та чоловіки від 50 до 80 років, це вказує на те, що ядром глядацької аудиторії все ж залишається більш зріла аудиторія». Загалом така тенденція розповсюджується на всі телеканали з великою часткою інформаційного контенту, передбаченого ліцензією на мовлення. Нижче наведено відсоток глядачів старших за 45 років у загальному обсязі київської аудиторії кожного окремого телеканалу з великою часткою інформаційного контенту, станом на початок IV кварталу 2018 року:



Щоденно в ефірі комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпанія «Київ» в середньому демонструється близько 14 годин контенту власного виробництва, з яких близько 8 годин становить інформаційно-аналітичний і публіцистичний оригінальний продукт. У сітці мовлення телекомпанії є такі проекти та програми: «Київ.Рада», «Погоджувальна рада», «СТН-панорама», «60 хвилин», «Ранок по-київськи», «Лікар знає», «Служба порятунку», «Якісне життя» інтерактивна програма «Депутатська приймальня», культурологічні - «Київські історії», «Прогулянки містом», готуються до запуску нові прямоефірні програми «КиївLeakse» та «Сьогодні у світі». Традиційними для ефіру телеканалу стали включення у сітку мовлення термінових випусків СТН та трансляції найважливіших подій життя громади Києва.

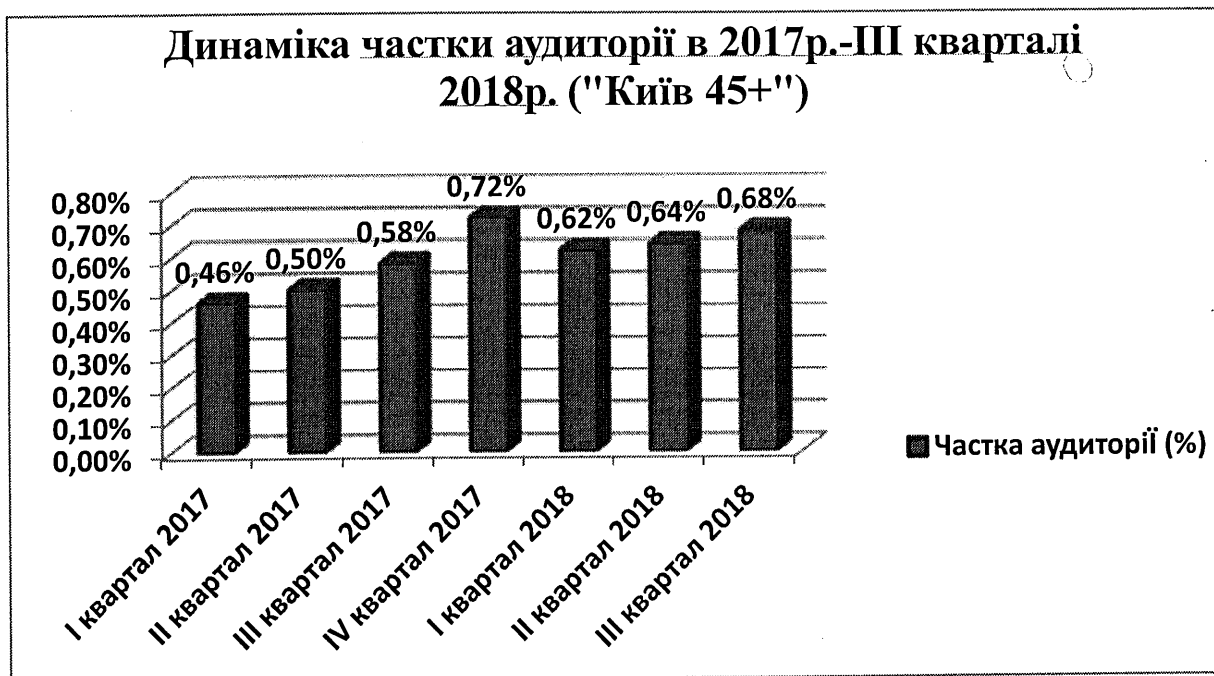
Також, відбулося часткове оновлення матеріально-технічної бази телеканалу: придбано комплекти тележурналістські, комплект передачі телевізійного сигналу за допомогою дротової та/або бездротової мережі LiveView, комп'ютерне обладнання, звуковий мікшерний пульта, ліцензії на використання програмного забезпечення, тощо. Завдяки системі LiveView мовлення каналу супроводжується прямими включеннями, «стрімами» з місць найбільш резонансних подій. Новини стали більш динамічними та актуальними, а творчий колектив напрацював низку сучасних робочих інструментів, навчившись оперативно приймати та опрацьовувати матеріали з місця подій.

Відновлено роботу сайту каналу та оновлено його дизайн, постійно розвиваються майданчики каналу у Facebook, Twitter, Google+, Instagram, Telegram. Телеканал розпочав онлайн-трансляції прямоефірних проектів «День у мегаполісі» та «КиївLive» на сторінці у Facebook. Збільшення присутності

каналу на сучасних медіа-майданчиках і постійне зростання їх аудиторії підтверджується збільшенням кількості звернень та зворотних контактів. Новини із сайту каналу публікуються на інформаційному ресурсі країни Ukr.Net, що, з одного боку, підвищує відвідуваність сайту, а з іншого – робить канал «Київ» впізнаваним.

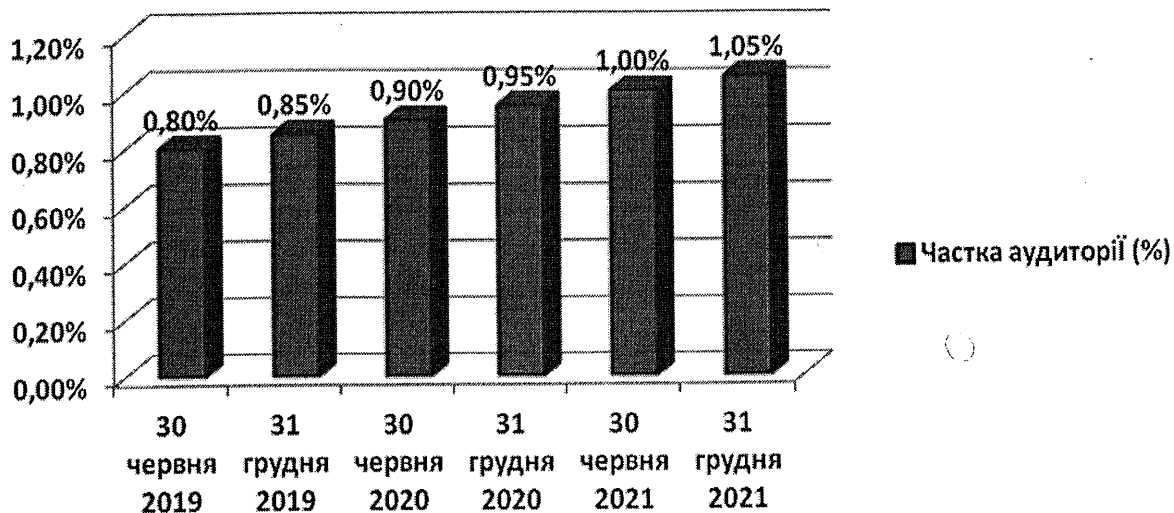
Шляхи розвитку комунальних засобів масової інформації на 2019 – 2021 роки

Комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпанія «Київ» демонструє стабільний приріст глядацької аудиторії з початку 2017 року:



У першому півріччі 2018 року дещо знизилися показники частки аудиторії, утім, приріст порівняно з аналогічним періодом минулого року становить до 20%. Саме такий темп нарощування аудиторії наразі виглядає реалістичним.

Прогнозована динаміка частки аудиторії ("Київ 45+") на 2019-2021 рр.



Для виробництва якісного продукту потрібно оновити технічне обладнання та устаткування каналу, придбати чотири нові системи LiveView, створити нові сучасні студії, придбати сучасне програмне забезпечення для комп'ютерів, в т.ч. монтажних, оновити дизайн та графічне оформлення ефіру. Уже сьогодні можна спланувати закупівлю обладнання для віртуальних студій, які найближчими роками повністю замінять студії з фізичними декораціями.

Паралельно з матеріально-технічним розвитком, потрібно постійно працювати над змістом і наповненням. Стратегічна мета – об'єднання можливостей усіх медійних платформ (ТК Київ, Радио Київ FM, інтернет-порталу та соціальних мереж) задля створення конвергентного продукту нового типу.

Враховуючи те, що обсяг та швидкість обміну інформацією постійно збільшуються, а основним джерелом інформації стають віртуальні мережі, слід приділити увагу розвитку цього сегмента. А саме:

- запроваджувати онлайн-трансляції ефірного мовлення на усіх доступних майданчиках (передусім YouTube, Facebook, Twitter);

- використовувати YouTube як повноцінний паралельний майданчик;

- створювати окремий продукт саме для інтернет-аудиторії (частково канал вже робить);

- розвивати сайт каналу як окремий медіа-майданчик, де користувач зможе швидко отримати якісний медіа-продукт.

Комунальне підприємство «Радіостанція «Голос Києва»

Комунальне підприємство «Радіостанція «Голос Києва» створене відповідно до рішення Київської міської ради від 30 січня 2003 року № 259/419.

Статут комунального підприємства «Радіостанції «Голос Києва» визначає головною метою діяльності підприємства насичення ринку України новими високоякісними програмами, інформування киян та громадян України про

суспільно-політичне та культурне життя столиці, всебічне та об'єктивне висвітлення діяльності Київської міської ради, виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) та задоволення інформаційних потреб громадян.

Згідно з ліцензією на мовлення Серія НР № 01190-м, виданою Національною радою України з питань телебачення та радіомовлення, від 10 листопада 2017 року, обсяг мовлення комунального підприємства «Радіостанції «Голос Києва» складає 16 годин 30 хвилин виробництва власного продукту на добу, зокрема, інформаційно-аналітичних та публіцистичних програм – 4 години, науково-просвітницьких - 2 години, культурно-мистецьких - 2 години 10 хвилин, дитячих програм – 30 хвилин, розважальних – 4 години, добірка музичних творів – 3 години 50 хвилин. У липні 2019 року ефірні позивні радіо було змінено на «Київ FM», що більш відповідає сучасним тенденціям маркетингу та промоушена.

Цільова вікова аудиторія Київ FM – 25- 45 років, це дорослі люди, які є соціально активними та переймаються долею міста, цікавляться політичним та соціальним життям столиці, дбають про своє місто та родину. У тижневій програмній сітці радіостанції розміщені тематичні програми, які популяризують українську мову, літературу, українську музику, туризм у Києві, проекти, які формують бренд Київ FM, про здоровий спосіб життя, тощо.

Основна частка оперативної інформації забезпечується інформаційними випусками новин, які виходять кожні півгодини. За добу – це 27 випусків новин та близько 50 повідомлень, з яких 50% ексклюзивних, створених журналістами комунального підприємства «Радіостанція «Голос Києва».

Оскільки медійний світ рухається у напрямку електронних ЗМІ на основі комунального підприємства «Радіостанція «Голос Києва» створено декілька медіа-платформи у мережі facebook, YouTube, Telegram.

Шляхи розвитку комунального підприємства «Радіостанція «Голос Києва» на 2019 – 2021 роки

У серпні разом із зміною бренда було змінено музичний формат, формат подачі новин, підхід до виробництва спеціальних програм. Новий слоган станції «Сучасна музика – актуальні новини», музичний формат – Радіо сучасних хітів (CHR), добровільно збільшена доля україномовної музики, а серед неї перевага відається творам нових виконавців, особливо киян. З урахуванням змін та позиціонування комунального підприємства «Радіостанції «Голос Києва», існує потреба подальшої стимуляції розширення слухацької аудиторії шляхом: об'єднання із комунальним підприємством Київської міської ради «Телекомпанією «Київ» в одну структуру для створення конвергентного продукту; проведення промо-кампанії об об'єднаній структурі та окремо кожного підрозділу: телеканалу, радіостанції, усіх інтернет майданчиків на усіх можливих рекламних носіях; проведення промо-кампанії на базі соціально-важливих проектів у синергії із структурними підрозділами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації); залучення до ведення передач відомих та зіркових особистостей; просування у соціальних мережах та підняття індексу цитування радіо та всіх його діджитальних

платформах; подальше налагодження ефективних комунікацій в медійному просторі з структурними підрозділами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), представниками громадських організацій, активістів, волонтерів; постійне проведення професійного тестування музичної бази комунального підприємства «Радіостанції «Голос Києва» для подальшого вивчення музичних вподобань аудиторії (за умови додаткового фінансування); проведення професійного тестування інформаційної складової комунального підприємства «Радіостанції «Голос Києва» з метою вивчення інформаційних потреб киян (за умови додаткового фінансування); проведення масштабної промо – кампанії комунального підприємства «Радіостанції «Голос Києва», з метою популяризації як станції так і окремих її проектів; оновлення застарілого обладнання комунального підприємства «Радіостанції «Голос Києва»; ліцензування програмного та офісного забезпечення.

З метою утримання існуючої аудиторії, трансляції матеріалів Київ FM в Інтернет просторі (YouTube та соціальні мережі) необхідно залучити додаткові кошти для зміцнення матеріально-технічної бази та створення аудіо-візуальної продукції. Окрім того, забезпечити можливість систематичного навчання персоналу новітнім технологіям у сфері ІТ.

Комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»

Запровадженню європейських стандартів побудови діалогу «влада – громадськість», як ключових пріоритетів розвитку столиці, сприятиме поєднання інформаційних та комунікативних функцій міської влади шляхом створення комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації».

Програма враховує, що з 01 січня 2019 року відповідно до Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації» Київська міська рада припиняє фінансування газети «Київської міської ради «Хрещатик» та газети «Вечірній Київ» (засновані нею ЗМІ втрачають свідоцтва про державну реєстрацію відповідно до вимог Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації». Трудовий колектив газети «Вечірній Київ» відповідно до протоколу зборів трудового колективу від 15 травня 2018 року, не буде створювати новий суб'єкт господарювання).

Оскільки законодавець не визначився щодо цифрових комунальних видань, міська влада відповідно до Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» має право інформувати киян шляхом підтримки власного Інтернет – видання.

Відповідно до завдань програми, комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічних комунікацій та інформації» впроваджує важливу суспільну функцію вироблення та поширення достовірної,

об'єктивної, збалансованої інформації, роз'яснення суті міських політик, очікуваних результатів діяльності міської влади.

Наразі сайт «Вечірній Київ» виконує функції вироблення новин про сервіси, послуги, анонси, події, суспільно-важливі заходи, що сприяє підвищенню рівня обізнаності киян про діяльність міської влади. Мультимедійні технології дають можливість проводити опитування громадської думки, підтримувати міські та національні інформаційні кампанії.

Програма передбачає модернізацію сайтів комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічних комунікацій та інформації», що дозволить стати впливовою частиною системного інформування, більш активно включитися в політику «єдиного голосу». Поширення мультимедійного контенту (відео, інфографіка, соціальна реклама), підвищення трафіку, збільшення географії читачів/глядачів у тому числі, із комерційною метою, створює можливості розширення середньомісячної аудиторії сайтів до 300 000 тис. жінок та чоловіків.

Київ потребує просторів для налагодження ефективної комунікації в трикутнику: влада-громада-партнери. Європейські столиці останнім часом досить інтенсивно створюють креативні простори для спільної культурної та просвітницької діяльності мешканців. Це значно підвищує активність та задоволеність мешканців умовами для життя та реалізації в місті.

Створення відкритого громадського простору при комунальному підприємстві Київської міської ради «Центр публічних комунікацій та інформації» дозволить під одним дахом розмістити подієвий майданчик, коворкінг, нетворкінг, місце для організаційного розвитку в сфері культури, освіти і творчих активностей.

Відкритий простір створить можливості для того, аби кияни були соціально активними, продуктивними і щасливими. Функціонування простору забезпечить можливість безпосередньої комунікації та інформування активних киян про міські політики, залучати їх до спільного вирішення нагальних проблем міста.

II. ВИЗНАЧЕННЯ МЕТИ ПРОГРАМИ

Мета Програми – визначення шляхів розвитку інформаційної та комунікативної сфери столиці шляхом комунікативної взаємодії між органами державної влади, органами місцевого самоврядування та громадськістю, засобами масової комунікації й засобами масової інформації. Враховуючи, що громадська думка не може висловлюватися з приводу того, про що громадськість не поінформована, пріоритетом є реалізація зрозумілої суспільству політики, забезпечення громадськості вчасною, достовірною, об'єктивною, збалансованою інформацією та роз'яснення суті міських політик та налагодження ефективних каналів зворотного зв'язку.

Основні завдання Програми:

дотримання державної політики в інформаційній та комунікативній сферах;

розвиток інформаційних та комунікаційних ресурсів столиці для налагодження комунікації «влада-громадськість»;

сприяння діяльності муніципальних ЗМІ та інших структурних підрозділів, що надають громадськості своєчасну, достовірну, об'єктивну, збалансовану інформацію про роботу міської влади, її політики, сервіси, ініціативи та очікувані результати діяльності;

підвищення рівня обізнаності киян щодо планів, заходів, ініціатив, сервісів міської влади з метою формування неупередженої громадської думки та суспільної довіри;

розвиток цифрових комунікацій;

оперативне інформування громадськості під час кризових або надзвичайних ситуацій;

запровадження механізму соціологічних зрізів поінформованості населення столиці про діяльність щодо реалізації цілей Стратегії;

сприяння формуванню неупередженої громадської думки та суспільної довіри.

III. ОБГРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ І ЗАСОБІВ РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ, ОБСЯГІВ ТА ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ, СТРОКИ ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ

На ефективність суспільного діалогу суттєво впливає рівень поінформованості населення щодо діяльності міської влади. Ключові пріоритети розвитку столиці, орієнтовані на європейські стандарти, передбачають проведення інформаційно-комунікативних кампаній, системного інформування населення про цілі та очікувані результати міських політик шляхом затвердження окремих статей видатків, створення динамічних структур, що значно підвищує можливості роз'яснювальної й комунікаційної роботи, партнерської взаємодії між органами місцевого самоврядування, територіальною громадою, громадськістю, ЗМІ і владою.

Шляхи розв'язання проблем:

розвиток системи комунікацій влади з інституціями громадянського суспільства, де комунікації – невід'ємна частина управлінського процесу, інструмент формування довіри до влади, єдиний спосіб досягнення суспільного порозуміння;

забезпечення громадянам України, юридичним особам і державним органам права доступу до інформації про діяльність місцевих органів виконавчої влади та місцевого самоврядування;

розроблення та проведення інформаційних та комунікаційних кампаній на основі досліджень та аудиту інформаційно-комунікативних ресурсів міської влади;

забезпечення виконання угод, укладених з електронними, друкованими та цифровими ЗМІ з метою системного інформування про діяльність місцевих органів влади, поширення суспільно важливої інформації;

моніторинг ЗМІ, соціальних мереж, соціальних медіа, акаунтів лідерів громадської думки (масштаб та фокус висвітлення подій);

забезпечення фінансової підтримки діяльності телебачення, радіомовлення та цифрових та інших інформаційно-комунікаційних ресурсів, заснованих Київською міською радою;

зміцнення матеріально-технічної бази комунальних ЗМІ та інших інформаційно-комунікативних ресурсів, заснованих Київською міською радою, розвиток їх соціальних мереж Twitter, Facebook, Youtube та Instagram, як важливого інструменту комунікації громадян та влади;

сприяння популяризації української мови, культури, духовних цінностей, популяризація читання;

підвищення професійної підготовки фахівців Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), інших інформаційних та комунікаційних підрозділів, ЗМІ, професійного рівня спікерів шляхом проведення семінарів, тренінгів, обміну досвідом.

На виконання передбачених Програмою заходів залучаються кошти бюджету міста Києва, інші джерела фінансування, не заборонені законодавством.

Прогнозні обсяги і джерела фінансування Програми:

Обсяги фінансування Програми уточнюються щороку під час складання проєкту бюджету міста Києва на відповідний рік у межах видатків, передбачених головному розпоряднику бюджетних коштів.

Виконання Програми у повній мірі можливе за умови її фінансового забезпечення у визначених обсягах.

Джерела фінансування	Обсяг фінансування, тис. гривень	У тому числі за роками		
		2019	2020	2021
Державний бюджет	-	-	-	-
Бюджет міста Києва	507605,0	110300,0	208844,8	188460,2
Власні надходження	36158,4	11362,0	12084,0	12712,4
Усього:	543763,4	121662,0	220928,8	201172,6

IV. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЗАХОДІВ ПРОГРАМИ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ СТАНОВИЩЕ РІЗНИХ КАТЕГОРІЙ ЖІНОК ТА ЧОЛОВІКІВ, А ТАКОЖ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ

Заходи Програми, спрямовані на успішну імплементацію стратегічних цілей розвитку міста Києва, мають безпосередній вплив на задоволення потреб в інформаційному продукті жінок та чоловіків різних категорій, які мешкають у

столиці. Різноманітність інформаційно-комунікаційних технологій, джерел та каналів комунікації, покладених в основу виконання заходів Програми, дозволяє інтегрувати гендерний підхід в інформаційно-комунікаційну діяльність міської влади для ліквідації існуючих та можливих форм дискримінації та зневаги в суспільстві, а також надання рівного доступу жінкам та чоловікам різних категорій до інформації стосовно міських політик.

На сьогоднішній день в Україні і в столиці, зокрема, існують прояви нерівності як за статевою, так і за іншими соціальними ознаками. Такий стан речей обумовлений функціонуванням різного роду стереотипів стосовно положення та соціальних ролей жінок та чоловіків різних категорій. Суспільні стереотипи (гендерного та інших характерів) створюють перешкоди та обмеження для вільного вибору способу життя, у тому числі професійної та суспільної реалізації як для жінок, так і для чоловіків різних категорій, послаблюють механізми захисту та надання допомоги постраждалим від дискримінації та зневаги. Для просування на шляху досягнення європейських стандартів гендерної рівності необхідним є застосування системного підходу, який передбачає зміну гендерних відносин та зменшення впливу негативних традиційних гендерних стереотипів.

Програма та її заходи орієнтовані на постійну комунікацію з громадськістю стосовно:

- утвердження в суспільстві соціальної справедливості та позитивної гендерної рівності;

- сприяння подоланню дискримінаційних проявів та зневаги, упередженому ставленню до людей з обмеженнями життєдіяльності та здоров'я, запобігання домашньому насильству та насильству за ознакою статі тощо;

- забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків різних категорій та їх повноцінної участі в процесах формування, реалізації та контролю міських політик;

- підтримку громадських ініціатив, спрямованих на формування гендерної культури та подолання стереотипів;

- залучення до співпраці експертів, представників громадських організацій, діяльність яких спрямована на забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків різних категорій, а також на усунення негативних гендерних стереотипів.

Таким чином, виконання заходів Програми, враховуючи вище викладене, є основою забезпечення гендерної рівності в суспільстві та сталого розвитку, оскільки має безпосередній вплив на: підвищення поінформованості мешканців міста щодо рівних прав жінок та чоловіків різних категорій, щодо згубності стереотипного сприйняття соціальних ролей жінок і чоловіків різних категорій; підвищення рівня готовності представників органів місцевої влади до інтеграції норм гендерної чутливості у свою діяльність.

V. ПЕРЕЛІК ЗАВДАНЬ І ЗАХОДІВ ПРОГРАМИ, РЕЗУЛЬТАТИВНІ ПОКАЗНИКИ ПРОГРАМИ

Системний підхід до реалізації цілей Стратегії потребує виконання міською владою ключових умов її імплементації, зокрема:

- залучення громадян до процесів формування, реалізації та контролю міської політики;
- підвищення ефективності та прозорості роботи міських органів влади і служб;
- взаємодію з іншими органами влади для просування міських ініціатив.

Для успішної імплементації Стратегії Київська міська рада визначила ряд умов та завдань, в тому числі «налагодження комунікації «влада – громадськість», що потребує виконання заходів:

- створення комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічних комунікацій та інформації» з метою координації та контролю за проведенням громадських консультацій, розширення співпраці місцевих органів влади з неурядовими організаціями та ефективної реалізації міжвідомчих проєктів;
- розроблення та впровадження Комунікативної стратегії м. Києва;
- налагодження взаємодії з центральними органами виконавчої влади, зокрема, Адміністрацією Президента України, Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України та іншими органами державної влади для просування міських ініціатив та задоволення потреб киян;
- реалізація проєкту «Бюджет участі» з метою залучення жителів до прийняття рішень.

Напрями діяльності Програми викладені у додатку 1 до Програми.

Очікувані результати та ефективність Програми:

Реалізація Програми забезпечить наближення до загальновизнаних демократичних європейських стандартів розвитку інформаційної та комунікаційної сфери, задоволення суспільного запиту киян щодо розвитку системного діалогу «влада – громадськість»:

забезпечення інформаційної підтримки стратегічних цілей розвитку Києва - 2025, ключових пріоритетів розвитку та завдань Стратегії;

впровадження комунікативної взаємодії між органами державної влади, органами місцевого самоврядування та громадськістю, засобами масової інформації й засобами масової комунікації;

зміцнення демократії, прозорості та відкритості органів державної влади та органів місцевого самоврядування шляхом впровадження публічних комунікацій з громадськістю, засобами масової комунікації;

реалізація права кожного громадянина на участь в управлінні містом;

затвердження та реалізації Комунікативної стратегії м. Києва на підтримку цілей Стратегії.

VI. ІНДИКАТОРИ ПРОГРАМИ

№ п/п	Назва індикатора	Одиниця виміру	Значення індикатора за роками	
			2020 рік	2021 рік
1	Розроблення Комунікативної стратегії міста Києва та плану реалізації заходів	Од.	1	1
2	Частка локального телевізійного контенту створена київськими виробниками в загальному обсязі телевізійного мовлення	%	50	60
3	Кумулятивне охоплення аудиторії телеканалу «Київ» на всіх медіа платформах (ефірне. Супутникове та Інтернет телебачення, всі соціальні медіа та діджитавні майданчики) за відповідний період	Контакт	5 000 000	6 000 000
4	Частка локального радійного контенту створена київськими виробниками в загальному обсязі київського радіомовлення	%	50	60
5	Кумулятивне охоплення аудиторії «Київ fm» на всіх медіа платформах (ефірне та інтернет, соціальні медіа та діджитальні майданчики) за відповідний період	Контакт	1 200 000	1 320 000
6	Загальна кількість унікальних відвідувачів на сайтах Комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації» (www.vechirniy.kyiv.ua , www.kreschatic.kiev.ua та новоствореного сайту Комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»)	Контакт	1 000 000	1 200 000
7	Охоплення аудиторії в соціальних мережах Комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»	Контакт	6 000 000	7 000 000
8	Кияни/мешканці столиці, що змінили свою думку після участі у заходах Комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»	%	45	55

VII. КООРДИНАЦІЯ ТА КОНТРОЛЬ ЗА ХОДОМ ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ

Координацію виконання Програми здійснюють заступники голови Київської міської державної адміністрації згідно з розподілом обов'язків, які координує дії виконавців Програми.

Безпосередній контроль за виконанням завдань і заходів Програми та за цільовим і ефективним використанням коштів здійснює відповідальний виконавець – Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), який є головним розпорядником коштів.

Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) забезпечує моніторинг виконання Програми, підготовку звітної та аналітичної інформації.

Відповідальний виконавець Програми щороку здійснює обґрунтовану оцінку результатів виконання програми та, у разі потреби, розробляє пропозиції щодо доцільності впровадження тих чи інших заходів, включення додаткових заходів і завдань, уточнення результативних показників та індикаторів програми, обсягів і джерел фінансування, переліку співвиконавців, строків виконання програми та окремих її завдань і заходів.

Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) надає звіти Київській міській раді, Департаменту фінансів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) та Департаменту економіки та інвестицій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) про виконання завдань і заходів Програми:

квартальні та річний – до 20 числа другого місяця, що настає за звітним періодом;

заключний звіт – не пізніше ніж у тримісячний строк після закінчення встановлення строку виконання програми;

уточнені річні звіти (в разі необхідності) – до 01 квітня року, наступного за звітним.

Відповідальний виконавець Програми у вищезазначені терміни розміщує на Єдиному веб-порталі територіальної громади міста Києва річні (квартальний) звіт та заклучний звіт про результати виконання Програми.

Київський міський голова

Віталій КЛИЧКО

Перелік завдань і заходів Програми

№	Оперативна ціль/Умова Стратегії розвитку міста Києва до 2025 року	Завдання програми	Заходи програми	Строки виконання заходу	Виконавці заходу	Джерел а фінансування	Обсяги фінансування (тис. грн)	Очікуваний результат (результативні показники)			
								Назва показника	2019 рік	2020 рік	2021 рік
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Залучення громадян до процесів формування, реалізації та контролю міської політики	Налагодження комунікації «влада-громадськість»	1.1. Вироблення та поширення інформації про діяльність міської влади, роз'яснення суті міських політик, забезпечення інформаційної підтримки шляхом: розробки концепцій, організації та проведення інформаційно-комунікативних та просвітницьких кампаній; підготовки оригінал-макетів/візуалізацій/інфографік в рамках комунікативних, проєктів, організації заходів відповідно до ключових пріоритетів розвитку столиці, визначених у Стратегії міста Києва - 2025, рішеннях	2019 – 2021 роки	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та	Бюджет міста Києва	Всього: 4535,7 2019 рік: 1500,0 2020 рік: 1479,4 2021 рік: 1556,3	Показники витрат			
								Обсяг видатків для проведення інформаційно - комунікативних кампаній (тис. грн)	1500,0	1479,4	1556,3
								Показники продукту			
								Кількість інформаційно - комунікативних кампаній (од.)	3	4	4
								Показники ефективності			
								Середні видатки на проведення однієї інформаційно - комунікативної кампанії (грн)	500000	369850	389075
								Показники якості			
								Динаміка кількості проведених інформаційно - комунікативних кампаній в порівнянні з попереднім періодом, %	300	133	100

			Київської міської ради, розпорядженнях Київської міської державної адміністрації, планах та програмах, затверджених Київським міським головою, окремих доручень голови Київської міської державної адміністрації, першого заступника та заступників голови Київської міської державної адміністрації; організації загальноміських конкурсів з відбору комунікаційних проєктів, ідей на підтримку визначених пріоритетів міських політик, підтримка на конкурсних засадах суспільно важливих інформаційних проєктів на території міста Києва		інформації»							
			1.2. Запровадженн я європейських практик партиципації шляхом підтримки комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»;зміцнення матеріально-технічної	2019 – 2021 роки	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації),	Бюджет міста Києва інші джерела	Всього: 85344,0 2019 рік: 21350,4 2020 рік: 31186,0 2021 рік: 32807,6 Всього: 6333,8 2019 рік: 2000,0 2020 рік: 2112,0 2021 рік: 2221,8	Показники витрат				
								Кількість Центрів (од.)	1	1	1	
								Обсяг валових витрат Центрів (тис. грн)	24462,4	30460,2	32044,1	
								Обсяг фінансової підтримки для проведення інформаційно - комунікативних кампаній центрів (тис. грн)	21350,4	27760,2	29203,7	
								Обсяг видатків на придбання обладнання, предметів	-	3425,8	3603,9	

			бази та проведення ремонту орендованого приміщення, в тому числі облаштування відкритого громадського простору; підвищення рівня відкритості та прозорості міської влади, вироблення та поширення достовірної та об'єктивної інформації на веб-сайтах комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»		структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»	Разом	Всього: 91677,8 2019 рік: 23350,4 2020 рік: 33298,0 2021 рік: 35029,4	довгострокового користування та капітальний ремонт орендованого приміщення в тому числі облаштування відкритого громадського простору; (тис. грн)				
								Показники продукту				
								Обсяг валового доходу центрів (тис. грн)	24462,4	30460,2	32044,1	
								Обсяг доходів центрів (тис. грн)	3112,0	2700,0	2840,4	
								Кількість інформаційно - комунікативних кампаній центрів (од.)	20	21	22	
								Кількість одиниць придбаного обладнання, предметів довгострокового користування та капітальний ремонт орендованого приміщення (од.)	-	37	37	
								Показники ефективності				
								Середні видатки на проведення Центрами однієї інформаційно - комунікативної кампанії (грн)	1223120	1450486	1456550	
								Середні видатки на обладнання, предметів довгострокового користування та капітальний ремонт орендованого приміщення (грн./од)	-	92589	97403	
								Показники якості				
								Динаміка кількості проведених Центрами інформаційно - комунікативних кампаній в порівнянні з попереднім періодом, %	-	105	105	
								Рівень оновлення матеріально-технічної бази порівняно з минулим роком, %	-	200	100	
			1.3. Організації та проведення публічних	2019 – 2021	Департамент суспільних	Бюджет міста	Всього: 2827,3 2019 рік: 900,0	Показники витрат				
								Обсяги видатків на проведення	900,0	939,2	988,1	

			заходів_ за участю експертів, громадських організацій, інститутів громадського суспільства: круглих столів, публічних звітів, презентацій, брифінгів, пресконференцій, стратегічних сесій, міжвідомчих та міжнародних конференцій, форумів, майстер-класів, тренінгів, стажувань, обміну досвідом, досліджень; тематичних заходів для відповідальних за роз'яснення міських політик структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), районних в місті Києві державних адміністрацій, інститутів громадського суспільства, профільних громадських об'єднань, засобів масової інформації; розроблення проекту Комунікативної стратегії міста Києва;	роки	комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»	Києва	2020 рік: 939,2 2021 рік: 988,1	заходів (тис. грн)			
								Показники продукту			
								Кількість заходів (од.)	52	52	52
								Показники ефективності			
								Середні видатки на проведення одного заходу (грн)	17308	18062	19002
								Показники якості			
								Динаміка кількості заходів у порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
			1.4. Моніторинг	2019 –	Департамент	Бюджет	Всього: 633,4	Показники витрат			

			інформаційного простору (засобів масової інформації, Інтернет - ресурсів та соціальних мереж) та проведення соціологічних, аналітичних досліджень та опитувань;	2021 роки	суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»	міста Києва	2019 рік: 200,0 2020 рік: 211,2 2021 рік: 222,2	Обсяг видатків на проведення моніторингу (тис. грн)	200,0	211,2	222,2
								Показники продукту			
								Кількість ЗМІ що підлягають моніторингу (од.)	150	150	150
								Показники ефективності			
								Середні видатки на щоденний моніторинг ЗМІ (грн)	547,95	578,63	608,77
								Показники якості			
								Динаміка кількості ЗМІ, що підлягають моніторингу, у порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
			1.5. Розробка оригінал-макетів, виготовлення та безкоштовне розповсюдження поліграфічної, книжкової продукції, довідкових, іміджевих, презентаційних, просвітницьких, інформаційних матеріалів, посібників на підтримку тематичних заходів та	2019 – 2021 роки	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), структурні підрозділи виконавчого органу	Бюджет міста Києва	Всього: 3460,7 2019 рік: 1100,0 2020 рік: 1150,4 2021 рік: 1210,0	Показники витрат			
								Обсяг видатків на книговидавання (тис. грн)	400,0	900,0	946,8
								Обсяг видатків на поліграфічну продукцію (тис. грн)	400,0	589,6	620,2
								Показники продукту			
								Тираж книговидавань (од.)	2700	6000	6000
								Тираж поліграфічної продукції (од.)	41000	50000	50000
								Показники ефективності			
								Середні видатки на одиницю тиражу книговидавання (грн)	148,15	150,00	157,80
								Середні видатки на одиницю	9,76	11,66	12,40

		завдань, визначених у рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), планах та програмах, затверджених Київським міським головою, окремих доручень голови Київської міської державної адміністрації, першого заступника та заступників голови Київської міської державної адміністрації, загальнонаціональних проектів, завдань державної інформаційної політики тощо		Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»			тиражу поліграфічної продукції (грн)			
							Показники якості			
							Динаміка кількості тиражу книговидаць в порівнянні з попереднім періодом, %	45	222	100
							Динаміка кількості тиражу - поліграфічної продукції в порівнянні з попереднім періодом, %	66	122	100
							Показники витрат			
	2. Взаємодія з електронними ЗМІ різних форм власності щодо висвітлення діяльності органів виконавчої влади та місцевого	2.1. Інформаційна підтримка та роз'яснення суті міських політик шляхом висвітлення оперативної інформації про діяльність органів виконавчої влади та місцевого самоврядування у місті Києві; інформування про заходи відповідно до пріоритетів, визначених у	2019 – 2021 роки	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпані	Бюджет міста Києва	Всього: 409808,0 2019 рік: 84949,6 2020 рік: 173539,4 2021 рік: 151319,0	Кількість телекомпаній (од.)	1	1	1
							Кількість ставок, всього (од.)	215	215	215
							Обсяг валових витрат телекомпаній (тис. грн)	76670,4	111828,6	112383,7
					інші джерела	Всього: 24100,4 2019 рік: 7500,0 2020 рік: 8084,0 2021 рік: 8516,4	Обсяг фінансової підтримки телекомпаній за рахунок коштів місцевих бюджетів (тис. грн)	69920,4	104028,6	104178,1
					Разом	Всього: 433908,4 2019 рік: 92449,6	Обсяг видатків на придбання обладнання, спеціального обладнання, предметів довгострокового користування, створення універсального апаратно-студійного комплексу для забезпечення запису та прямої трансляції	-	50477,2	27117,6

		самоврядування відповідно до Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації»	рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), планах та програмах, затверджених Київським міським головою; створення програмного теле- і радіопродукту, соціальних роликів, спеціальних звітів і репортажів, "стрімів" з місць резонансних подій, вдосконалення прямо ефірних проєктів та зворотної комунікації з аудиторією, вдосконалення контенту власного унікального продукту, підтримка авторських програм тощо; оновлення технічного обладнання та спеціального обладнання/устаткування, програмного забезпечення, офісного та спеціалізованого ліцензування; створення нових сучасних студій, в тому числі віртуальних, оновлення дизайну та		я «Київ», комунальне підприємство «Радіостанція «Голос Києва»		2020 рік: 181623,4 2021 рік: 159835,4	інформаційних матеріалів (тис. грн)			
								Кількість радіостанцій (од.)	1	1	1
								Кількість ставок, всього (од.)	51	51	51
								Обсяг валових витрат радіостанцій (тис. грн)	14750,5	17138,0	18029,2
								Обсяг фінансової підтримки радіостанцій за рахунок коштів місцевих бюджетів (тис. грн)	13250,5	15554,0	16362,8
								Обсяг видатків на придбання обладнання та предметів довгострокового користування (тис. грн)	1778,7	3479,6	3660,5
								Показники продукту			
								Обсяг валових доходів телекомпаній (тис. грн)	76670,4	111828,6	112383,7
								Обсяг доходів телекомпаній (тис. грн)	6750,0	7800,0	8205,6
								Обсяг телепродукту (год)	8760	8784	8760
								Кількість одиниць придбаного обладнання (од.)	52	63	65
								Частка локального телевізійного контенту створена київськими виробниками в загальному обсязі київського телемовлення, %	50	60	70
								Обсяг валового доходу радіостанцій (тис. грн)	14750,5	17138,0	18029,2
								Обсяг доходів радіостанцій (тис. грн)	1500,0	1584,0	1666,4
								Обсяг радіомовлення (год)	8760	8784	8760
								Кількість одиниць придбаного обладнання (од.)	6	26	27
								Частка локального радійного контенту створена київськими виробниками в загальному обсязі київського радіомовлення, %	50	60	70
								Показники ефективності			
								Середні видатки на одиницю телепродукту (грн/год)	8752	12731	12829
								Середні видатки на придбання	475000	409162	417194

			графічного оформлення ефіру, закупівлі кінопродукції.					одиниці обладнання (грн/од)			
								Кумулятивне охоплення аудиторії телеканалу «Київ» на всіх медіа платформах (ефірне, супутникове та Інтернет телебачення, соціальні медіа та цифрові майданчики) за відповідний період, контактів	4000000	5000000	6250000
								Середні видатки на одиницю радіомовлення (грн/год)	1684	1951	2058
								Середні видатки на придбання одиниці обладнання (грн/од)	296450	133830	135574
								Кумулятивне охоплення аудиторії «Києва fm» на всіх медіа платформах (ефірне та Інтернет, соціальні медіа та цифрові майданчики) за відповідний період, контактів	1200000	1320000	1452000
								Показники якості			
								Динаміка обсягу телепродукту в порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
								Динаміка обсягу доходів телекомпанії в порівнянні з попереднім періодом, %	60	108	105
								Частка фінансової підтримки за рахунок коштів місцевих бюджетів у валовому доході телекомпанії, %	92	94	94
								Рівень оновлення матеріально-технічної бази, порівняно з минулим роком, %	-	104	105
								Динаміка кумулятивного охоплення аудиторії телеканалу «Київ» на всіх медіа платформах (ефірне, супутникове та Інтернет телебачення, соціальні медіа та цифрові майданчики), порівняно з минулим роком, %	100	125	125
			2.2. Інформаційна	2019 –	Департамент		Всього: 600,0	Показники витрат			

			підтримка та роз'яснення суті міських політик шляхом висвітлення оперативної інформації про діяльність органів виконавчої влади та місцевого самоврядування у місті Києві	2021 роки	суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)		2019 рік: 600,0 2020 рік: - 2021 рік: -	Обсяг видатків на виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями (тис. грн)	300,0	-	-
								Обсяг видатків на виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо (тис. грн)	300,0	-	-
								Показники продукту			
								Кількість угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями (од.)	1	-	-
								Кількість угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо (од.)	1	-	-
								Показники ефективності			
								Середні видатки на виконання 1 угоди щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями (грн)	300,0	-	-
								Середні видатки на виконання 1 угоди щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо (грн)	300,0	-	-
								Показники якості			
								Динаміка кількості угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями, %	100	-	-
								Динаміка кількості угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо, %	100	-	-

						Бюджет міста Києва	Всього: 507605,0 2019 рік: 110300,0 2020 рік: 208844,8 2021 рік: 188460,2				
						інші джерела	Всього: 36158,4 2019 рік: 11362,0 2020 рік: 12084,0 2021 рік: 12712,4				
						Разом	Всього: 543763,4 2019 рік: 121662,0 2020 рік: 220928,8 2021 рік: 201172,6				

Київський міський голова

Віталій КЛИЧКО

ПОЯСНЮВАЛЬНА ЗАПИСКА
до проєкту рішення Київської міської ради
«Про внесення змін до рішення Київської міської ради
від 18 грудня 2018 року № 465/6516 «Про затвердження міської цільової
програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва
на 2019-2021 роки»

1. Обґрунтування необхідності прийняття рішення

Проєкт цього рішення розроблено Департаментом суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) у зв'язку з підвищенням ефективності висвітлення діяльності органів державної влади, місцевого самоврядування міста Києва, значного збільшення активності мешканців столиці та необхідністю збільшення обсягів фінансування зазначеної міської цільової програми.

Протягом більш ніж дванадцяти років КП Київської міської ради «Телекомпанія Київ» проводить свою господарську діяльність у будівлі, яка перебуває в аварійному стані, а також, відповідно до рішення Київської міської ради від 12 липня 2007 року № 1169/1830 надано дозвіл на її знесення. На 2020 рік заплановано переїзд КП Київської міської ради «Телекомпанія «Київ» у нове приміщення. Цей переїзд потребує додаткових фінансових витрат, не передбачених Програмою. Витрати заплановані на створення нової технологічної інфраструктури телевізійного комплексу, а саме: побудова нової мережевої інфраструктури, придбання витратних матеріалів, додаткова закупівля та інсталяція телевізійного обладнання, оновлення студійних декорацій тощо.

Станом на сьогодні механізм проведення публічних консультацій/комунікацій не враховує нові тенденції розвитку інформаційно-комунікаційних технологій. Пошук нових моделей комунікації міської влади, громадських об'єднань, спільнот та недостатній рівень системного діалогу «влада-громада-партнери» потребує спеціальних інструментів та механізмів для здійснення комунікації, інформаційних обмінів, встановлення і підтримки постійного інформаційного зв'язку. Змінами до Програми передбачається модернізувати існуючі сайти КП «Центр публічної комунікації та інформації» (www.vechirniy.kyiv.ua, www.kreschatic.kiev.ua) та створення нового окремого інформаційного порталу КП «Центр публічної комунікації та інформації», який дасть наступні можливості:

- спростити процедуру публічних консультацій;
- бути включеним/залученим на ранніх етапах розробки та реалізації міських політик/ініціатив;
- отримувати повідомлення про публічні консультації;
- відкрити можливість мешканцям столиці мати єдиний інформаційний ресурс, який об'єднає величезний перелік електронних консультацій та інших електронних сервісів участі, які пропонує влада.

Одночасно столиця потребує просторів (спеціально обладнаних приміщень) для налагодження ефективної комунікації в трикутнику «влада-

громада-партнери». Європейські столиці (Варшава, Лондон, Лісабон, Париж) інтенсивно створюють креативні простори для спільної культурної та просвітницької діяльності мешканців. Такий шлях залучення жителів до участі у вирішенні будь-яких питань міста значно підвищує активність та задоволеність мешканців умовами для життя та реалізації проблем в місті.

Створення відкритого громадського простору при КП «Центр публічної комунікації та інформації» дозволить під одним дахом розмістити подієвий майданчик, коворкінг, нетворкінг, місце для організаційного розвитку в сфері культури, освіти і творчих активностей.

Відкритий простір створить можливості для того, аби кияни були соціально активними та продуктивними. Функціонування простору забезпечить можливість безпосередньої комунікації та інформування активних киян про міські політики, їх залучення до спільного вирішення нагальних проблем міста.

На реалізацію запропонованих заходів збільшуються кошти для КП Київської міської ради «Телекомпанія Київ», КП «Центр публічної комунікації та інформації».

2. Мета та завдання прийняття рішення

Метою прийняття рішення є:

- створення в м. Києві належних умов для розвитку інформаційного простору та інформаційної інфраструктури, сприяння реалізації конституційного права громадян на свободу слова та безперешкодній діяльності засобів масової інформації, зростання ролі інформації у формуванні інтелектуального потенціалу нації та з метою розв'язання питань, що назріли у зв'язку з активним розвитком інформаційної сфери країни;

- інформування територіальної громади міста Києва про реалізацію міської політики шляхом: підтримки комунальних засобів масової інформації для вироблення якісного інформаційного продукту; залучення громадськості до процесів формування, реалізації та контролю міської політики шляхом налагодження ефективної комунікації в трикутнику: «влада-громада-партнери»; проведення різних заходів інформаційної (комунікативної) діяльності для організаційного розвитку в сфері культури, освіти і творчих активностей.

3. Загальна характеристика рішення

Проект передбачає збільшення обсягу фінансування для КП Київської міської ради «Телекомпанія Київ», КП «Центр публічної комунікації та інформації».

Це збільшення впливатиме на затверджений комплекс заходів щодо виконання зазначеної Програми, окреслює пріоритетні напрямки діяльності виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) щодо забезпечення громадянам України, юридичним особам і державним органам права доступу до інформації про діяльність органів місцевої влади та місцевого самоврядування; розвиток інформаційних ресурсів міської влади; вдосконалення інформаційно-комунікативних технологій;

залучення до процесів суспільної комунікації всіх суб'єктів інформаційного простору міста з метою захисту інформаційної безпеки держави на території міста, просування і розвитку патріотичних, державотворчих цінностей, руйнування зовнішніх антиукраїнських пропагандистських міфів.

Протягом більш ніж дванадцяти років Телекомпанія «Київ» проводить свою господарську діяльність в будівлі, яка перебуває в аварійному стані та рішенням Київської міської ради від 12 липня 2007 року № 1169/1830 надано дозвіл на її знесення. На 2020 рік заплановано переїзд телекомпанії «Київ» у нове приміщення, що потребує додаткових фінансових витрат, необумовлених Програмою, які необхідні для оплати оренди приміщень та створення нової технологічної інфраструктури телевізійного комплексу, а саме: побудова нової мережевої інфраструктури, придбання витратних матеріалів, дозакупівля та інсталяція телевізійного обладнання, оновлення студійних декорацій тощо.

Створення відкритого громадського простору при КП «Центр публічної комунікації та інформації» дозволить під одним дахом розмістити подієвий майданчик, коворкінг, нетворкінг, місце для організаційного розвитку в сфері культури, освіти і творчих активностей.

Проект розпорядження не впливає на екологію та навколишнє природне середовище.

Рішенням Антимонопольного комітету України від 24 січня 2019 року №36-р «Про визначення підтримки суб'єктів господарювання, зазначеною у повідомленні, такою, що не є державною допомогою відповідно до Закону».

4. Стан нормативно-правової бази у даній сфері правового регулювання

Проект рішення розроблено з врахуванням Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні», рішення Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року № 520/2589 «Про Порядок розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві» (у редакції рішення Київської міської ради від 12 листопада 2019 року № 65/7638), Стратегії розвитку міста Києва до 2025 року, затвердженої рішенням Київської міської ради від 15 грудня 2011 року № 824/7060 (у редакції рішення Київської міської ради від 06 липня 2017 року № 724/2886).

5. Фінансово-економічне обґрунтування

Прийняття цього рішення потребує фінансування в межах асигнувань, передбачених кошторисом Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) на відповідні роки, затвердженим на виконання Програми.

6. Прогноз соціально-економічного та інших наслідків прийняття рішення

Прийняття цього рішення дозволить забезпечити:

- ефективну реалізацію права киян на одержання якісної, виваженої, об'єктивної інформації про діяльність органів місцевої влади та місцевого самоврядування;
- повноту та оперативність інформування мешканців столиці про діяльність органів місцевої влади та місцевого самоврядування з актуальних питань соціально-економічного та суспільно-політичного життя м. Києва.

7. Громадське обговорення

Не потребує громадського обговорення.

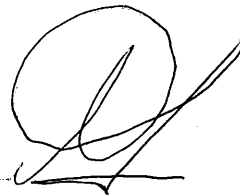
8. Суб'єкти подання рішення

Суб'єктом подання даного проєкту рішення є заступниця голови виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) Хонда Марина Петрівна.

Доповідач на пленарному засіданні сесії Київської міської ради – директор Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) Лелюк Роман Валерійович.

Відповідальний за супроводження проєкту рішення – начальник юридичного відділу Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) Глобенко Леся Василівна (тел. (044) 235-04-65).

Директор Департаменту
суспільних комунікацій



Роман ЛЕЛЮК

ПОРІВНЯЛЬНА ТАБЛИЦЯ

до проекту рішення Київської міської ради

Про внесення змін до Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки, затвердженої рішенням Київської міської ради від 18 грудня 2018 року №465/6516

Було						Стало					
Паспорт міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки											
8.	Загальний обсяг фінансових ресурсів, необхідних для реалізації програми	Всього:	у тому числі за роками			8.	Загальний обсяг фінансових ресурсів, необхідних для реалізації програми	Всього:	у тому числі за роками		
	всього, у тому числі:		2019	2020	2021		всього, у тому числі:		2019	2020	2021
	всього, у тому числі:	473137,6	149500,0	157872,0	165765,6		всього, у тому числі:	543763,4	121662,0	220928,8	201172,6
8.1.	коштів державного бюджету	-	-	-	-	8.1.	коштів державного бюджету	-	-	-	-
8.2.	коштів бюджету міста Києва	427248,0	135000,0	142560,0	149668,0	8.2.	коштів бюджету міста Києва	507605,0	110300,0	208844,8	188460,2
8.3.	коштів інших джерел	45889,6	14500,0	15312,0	16077,6	8.3.	коштів інших джерел	36158,4	11362,0	12084,0	12712,4

Вступ

Програма розроблена відповідно до Конституції України, що визначає державну інформаційну політику як сукупність основних напрямів і способів діяльності держави по одержанню, використанню, поширенню та зберіганню інформації, законів України «Про інформацію», «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про доступ до публічної інформації», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про інформаційні агентства», «Про видавничу справу», «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації», «Про внесення змін до деяких законів України щодо вдосконалення системи державного управління у книговидавничій сфері», указів Президента України від 09 грудня 2000 року № 1323/2000 «Про додаткові заходи щодо безперешкодної діяльності засобів масової інформації, дальшого утвердження свободи слова в Україні», від 21 березня 2006 року № 243/2006 «Про деякі заходи розвитку книговидавничої справи в Україні», від 19 червня 2013 року № 336/2013 «Про деякі заходи щодо державної підтримки книговидавничої справи і популяризації читання в Україні», від 01 травня 2014 року № 449/2014 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2014 року «Про заходи щодо вдосконалення формування та реалізації

Програма розроблена відповідно до Конституції України, що визначає державну інформаційну політику як сукупність основних напрямів і способів діяльності держави по одержанню, використанню, поширенню та зберіганню інформації, Законів України «Про інформацію», «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про доступ до публічної інформації», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про інформаційні агентства», «Про видавничу справу», «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні», «Про забезпечення функціонування української мови як державної», указів Президента України від 09 грудня 2000 року № 1323/2000 «Про додаткові заходи щодо безперешкодної діяльності засобів масової інформації, дальшого утвердження свободи слова в Україні», від 21 березня 2006 року № 243/2006 «Про деякі заходи з розвитку книговидавничої справи в Україні», від 19 червня 2013 року № 336/2013 «Про деякі заходи щодо державної підтримки книговидавничої справи і популяризації читання в Україні», від 23 липня 1998 року № 816/98 «Про деякі питання державної підтримки книговидавничої справи», від 01

державної політики у сфері інформаційної безпеки України», від 21 лютого 2017 року № 43/2017 «Про Концепцію вдосконалення інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2017- 2020 роки», постанов Кабінету Міністрів України від 04 січня 2002 року № 3 «Про Порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади», від 24 лютого 2003 року № 208 «Про заходи щодо створення електронної інформаційної системи «Електронний Уряд», від 02 жовтня 2003 року № 1539 «Про підтримку діяльності творчих спілок та книговидавничої справи», рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України», від 03 листопада 2010 року № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики», розпорядження Кабінету Міністрів України від 25 жовтня 2017 року № 779-р «Про схвалення Стратегії комунікації у сфері європейської інтеграції на 2018 — 2021 роки», рішення Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року № 520/2589 «Про Порядок розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві» та враховує положення Стратегії. Програма складається: 1. Напрями діяльності та заходи Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки, викладеної у додатку 1 до Програми. 2. Динаміка основних показників Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019-2021 роки, викладені у додатку 2 до Програми.	травня 2014 року № 449/2014 «Про рішення Ради національної безпеки і оборони України від 28 квітня 2014 року «Про заходи щодо вдосконалення формування та реалізації державної політики у сфері інформаційної безпеки України», від 21 лютого 2017 року № 43/2017 «Про Концепцію вдосконалення інформування громадськості з питань євроатлантичної інтеграції України на 2017-2020 роки», рішення Ради національної безпеки і оборони України від 29 грудня 2016 року «Про Доктрину інформаційної безпеки України», введено в дію Указом Президента України від 25 лютого 2017 року № 47/2017, постанов Кабінету Міністрів України від 04 січня 2002 року № 3 «Про Порядок оприлюднення у мережі Інтернет інформації про діяльність органів виконавчої влади», від 24 лютого 2003 року № 208 «Про заходи щодо створення електронної інформаційної системи «Електронний Уряд», від 02 жовтня 2003 року № 1539 «Про підтримку діяльності творчих спілок та книговидавничої справи», від 23 вересня 2015 року № 816/98 «Про заходи з увічнення пам'яті захисників України на період до 2020 року», від 03 листопада 2010 року № 996 «Про забезпечення участі громадськості у формуванні та реалізації державної політики», розпорядження Кабінету Міністрів України від 25 жовтня 2017 року № 779-р «Про схвалення Стратегії комунікації у сфері європейської інтеграції на 2018 — 2021 роки», рішення Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року № 520/2589 «Про Порядок розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві» та враховує положення Стратегії.
Оцінка творчого та матеріально-технічного стану комунальних підприємств	I. ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМ, НА РОЗВ'ЯЗАННЯ ЯКИХ СПРЯМОВАНА ПРОГРАМА
Комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпанія «Київ» Комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпанія «Київ» розпочало мовлення 21 серпня 1995 року на підставі ліцензій, виданих Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення серія НР № 1603-м від 02 листопада 2011 року (багатоканальне мовлення), серія НР № 1604-м від 11 вересня 2011 року (ефірне мовлення), серія НР № 00124-м від 18 серпня 2014 року (супутникове мовлення). Аналіз творчого та матеріально-технічного стану за 2016-2018 роки Щоденно в ефірі КП КМР «ТК «Київ» в середньому демонструється близько 14 годин контенту власного виробництва, з яких близько 8 годин становить інформаційно-аналітичний і публіцистичний оригінальний продукт. У сітці мовлення телекомпанії є такі проекти: «Служба порятунку», «Якісне життя», програми «Місто Добра», «Життєві історії», «Поради лікаря», «Школа права», «День у мегаполісі», інтерактивна програма «Депутатська приймальня», культурологічні - «Київські історії», «Прогулянки містом», оновлено проект «На часі», запущено новий прямоефірний проект «КиївLive». Шляхи розвитку комунальних засобів масової інформації на 2019-2021 роки Паралельно з матеріально-технічним розвитком потрібно постійно працювати над змістом і наповненням. Щоб бути цікавими аудиторії, особливу увагу слід приділяти створенню власного унікального продукту, який матиме попит у аудиторії (нові формати подачі інформації, розважальні та пізнавальні програми, проекти швидкого зворотного зв'язку і т.д.). Якщо будуть технічні можливості (наявність великого студійного павільйону) – запустити великі ток-шоу суспільно-політичної тематики з глядачами в студії. А також програми про подорожі, про будівництво та ремонти, присадибні ділянки.	Комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпанія «Київ» Комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпанія «Київ» розпочало мовлення 21 серпня 1995 року на підставі ліцензій, виданих Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення серія НР № 1603-м від 02 листопада 2011 року (багатоканальне мовлення), серія НР № 1604-м від 11 вересня 2011 року (ефірне мовлення), серія НР № 00124-м від 18 серпня 2014 року (супутникове мовлення). Аналіз творчого та матеріально-технічного стану за 2016 – 2018 роки Щоденно в ефірі КП КМР «ТК «Київ» в середньому демонструється близько 14 годин контенту власного виробництва, з яких близько 8 годин становить інформаційно-аналітичний і публіцистичний оригінальний продукт. У сітці мовлення телекомпанії є такі проекти та програми: «Київ.Рада», «Погоджувальна рада», «СТН-панорама», «60 хвилин», «Ранок по-київськи», «Лікар знає», «Служба порятунку», «Якісне життя» інтерактивна програма «Депутатська приймальня», культурологічні - «Київські історії», «Прогулянки містом», готуються до запуску нові прямоефірні програми «КиївLeakse» та «Сьогодні у світі». Традиційними для ефіру телеканалу стали включення у сітку мовлення термінових випусків СТН та трансляції найважливіших подій життя громади Києва. Шляхи розвитку комунальних засобів масової інформації на 2019 – 2021 роки Паралельно з матеріально-технічним розвитком, потрібно постійно працювати над змістом і наповненням. Стратегічна мета – об'єднання можливостей

Комунальне підприємство «Радіостанція «Голос Києва» Згідно з ліцензією на мовлення серія НР № 01190-м, виданою Національною радою України з питань телебачення та радіомовлення, від 10 листопада 2017 року, обсяг мовлення КП «Радіостанція «Голос Києва» складає 16 годин 30 хвилин виробництва власного продукту на добу, зокрема, інформаційно-аналітичних та публіцистичних програм – 4 години, науково-просвітницьких – 2 години, культурно-мистецьких – 2 години 10 хвилин, дитячих програм – 30 хвилин, розважальних – 4 години, підбірка музичних творів – 3 години 50 хвилин. Оскільки медійний світ рухається у напрямку електронних ЗМІ на основі КП «Радіостанція «Голос Києва» створено дві медіа-платформи у мережі facebook: Золота колекція української пісні – 45 тис підписників; Радіо Київ – 6 тис. підписників. Та два YouTube - канали: Радіо Київ – 1,5 тис підписників. Шляхи розвитку КП «Радіостанція «Голос Києва» на 2019-2021 роки Впродовж 7 років слоган радіостанції звучить як «У місті як вдома». З метою популяризації усвідомлення кожного киянина бути частиною свого міста (нести відповідальність та впливати на розвиток європейської столиці) прийнято рішення змінити слоган «Радіо Київ» до варіантів: «Я і моє місто», «Моє місто, моя музика, моє радіо», «Відчувай настрій твого міста». З урахуванням перспективи зміни позиціонування КП «Радіостанція «Голос Києва», часткової зміни музичного формату та якісної частки аудиторії існує невідкладна потреба до розширення слухацької аудиторії шляхом: проведення промо-кампанії радіостанції на можливих рекламних носіях; проведення промо-кампанії на базі соціально важливих проєктів у синергії із підрозділами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації); залучення до ведення передач відомих та зіркових особистостей; просування у соціальних мережах та підняття індексу цитування сайту; налагодження ефективних комунікацій в медійному просторі з підрозділами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації); проведення професійного тестування музичної бази КП «Радіостанція «Голос Києва» для подальшого вивчення музичних вподобань аудиторії (за умови додаткового фінансування); проведення професійного тестування інформаційної складової КП «Радіостанція «Голос Києва» з метою вивчення інформаційних потреб киян (за умови додаткового фінансування); проведення масштабної промо - кампанії КП «Радіостанція «Голос Києва» з метою її популяризації на базі соціально важливих проєктів: «У місті як вдома», «Київський фестиваль»; оновлення застарілого обладнання КП «Радіостанція «Голос Києва»; ліцензування програмного та офісного забезпечення. З метою утримання існуючої аудиторії, трансляції матеріалів «Радіо Київ» в Інтернет – просторі (YouTube та соціальні мережі) необхідно залучити додаткові кошти для зміцнення матеріально-технічної бази та створення аудіовізуальної продукції. Окрім того, забезпечити можливість систематичного навчання персоналу новітнім технологіям у сфері ІТ.	усіх медійних платформ (ТК Київ, Радіо Київ FM, інтернет-порталу та соціальних мереж) задля створення конвергентного продукту нового типу. Комунальне підприємство «Радіостанція «Голос Києва» Згідно з ліцензією на мовлення Серія НР № 01190-м, виданою Національною радою України з питань телебачення та радіомовлення, від 10 листопада 2017 року, обсяг мовлення комунального підприємства «Радіостанції «Голос Києва» складає 16 годин 30 хвилин виробництва власного продукту на добу, зокрема, інформаційно-аналітичних та публіцистичних програм – 4 години, науково-просвітницьких – 2 години, культурно-мистецьких – 2 години 10 хвилин, дитячих програм – 30 хвилин, розважальних – 4 години, добірка музичних творів – 3 години 50 хвилин. У липні 2019 року ефірні позивні радіо було змінено на «Київ FM», що більш відповідає сучасним тенденціям маркетингу та промоушена. Оскільки медійний світ рухається у напрямку електронних ЗМІ на основі комунального підприємства «Радіостанція «Голос Києва» створено декілька медіа-платформи у мережі facebook, YouTube, Telegram. Шляхи розвитку комунального підприємства «Радіостанція «Голос Києва» на 2019 – 2021 роки У серпні разом із зміною брэнда було змінено музичний формат, формат подачі новин, підхід до виробництва спеціальних програм. Новий слоган станції «Сучасна музика – актуальні новини», музичний формат – Радіо сучасних хітів (CHR), добровільно збільшена доля україномовної музики, а серед неї перевага відається творам нових виконавців, особливо киян. З урахуванням змін та позиціонування комунального підприємства «Радіостанції «Голос Києва», існує потреба подальшої стимуляції розширення слухацької аудиторії шляхом: об'єднання із комунальним підприємством Київської міської ради «Телекомпанією «Київ» в одну структуру для створення конвергентного продукту; проведення промо-кампанії об об'єднаній структури та окремо кожного підрозділу: телеканалу, радіостанції, усіх інтернет майданчиків на усіх можливих рекламних носіях; проведення промо-кампанії на базі соціально-важливих проєктів у синергії із структурними підрозділами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації); залучення до ведення передач відомих та зіркових особистостей; просування у соціальних мережах та підняття індексу цитування радіо та всіх його діджитальних платформах; подальше налагодження ефективних комунікацій в медійному просторі з структурними підрозділами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), представниками громадських організацій, активістів, волонтерів; постійне проведення професійного тестування музичної бази комунального підприємства «Радіостанції «Голос Києва» для подальшого вивчення музичних вподобань аудиторії (за умови додаткового фінансування); проведення професійного тестування інформаційної складової комунального підприємства «Радіостанції «Голос Києва» з метою вивчення інформаційних потреб киян (за умови додаткового фінансування); проведення масштабної промо – кампанії комунального підприємства «Радіостанції «Голос Києва», з метою популяризації як станції так і окремих її проєктів; оновлення застарілого обладнання комунального підприємства «Радіостанції «Голос Києва»; ліцензування програмного та офісного забезпечення. З метою утримання існуючої аудиторії, трансляції матеріалів Київ FM в Інтернет просторі (YouTube та соціальні мережі) необхідно залучити додаткові
---	---

Комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»

Запровадженню європейських стандартів побудови діалогу «влада-громадськість» як ключових пріоритетів розвитку столиці сприятиме поєднання інформаційних та комунікативних функцій міської влади шляхом створення КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації», що складається з двох окремих підрозділів – веб-сайту «Вечірній Київ» як джерела достовірної інформації про діяльність міської влади (у перспективі – інформаційного агентства) та відділу громадських консультацій та комунікацій.

Оскільки законодавець не визначився щодо цифрових комунальних видань, міська влада відповідно до Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» має право інформувати киян шляхом підтримки власного Інтернет-видання/інформаційного агентства на договірних засадах з комерційними друкованими ЗМІ, або передати право на друк комунальному підприємству.

Відповідно до завдань програми КП «Центр публічних комунікацій та інформації» впроваджує важливу суспільну функцію вироблення та поширення достовірної, об'єктивної, збалансованої інформації, роз'яснення суті міських політик, очікуваних результатів діяльності міської влади шляхом розвитку публічних комунікацій: цифрової версії тижневика з багатолітньою історією - «Вечірній Київ» та відділу публічних консультацій та комунікацій.

Наразі web-портал vechirniykyiev.com.ua виконує функції вироблення новин про сервіси, послуги, анонси, події, суспільно важливі заходи, що сприяє підвищенню рівня обізнаності киян про діяльність міської влади. Мультимедійні технології дають можливість проводити опитування громадської думки, підтримувати міські та національні інформаційні кампанії, протидіяти дезінформації та використанню ЗМІ як засобу конфліктної комунікації між різними групами, партіями, громадськими осередками. Як достовірну та об'єктивну інформацію новини web-порталу vechirniykyiev.com.ua щодня підхоплюють та поширюють інші Інтернет-ЗМІ.

Web-портал газети «Вечірній Київ»

Назва	2016 рік	2017 рік	2018 рік
Кількість читачів сайту (середньомісячна)	102513	115936	129993
Підписники Facebook	4187	14600	23300
Підписники Instagram	-	-	2419
Підписники Telegram	-	-	1242
Підписники YouTube	-	-	1466

Програма передбачає модернізацію web-порталу, що дозволить стати впливовою частиною системного інформування, більш активно включитися в політику «єдиного голосу». Поширення мультимедійного контенту (відео, інфографіка, соціальна реклама),

кошти для зміцнення матеріально-технічної бази та створення аудіо-візуальної продукції. Окрім того, забезпечити можливість систематичного навчання персоналу новітнім технологіям у сфері ІТ.

Комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»

Запровадженню європейських стандартів побудови діалогу «влада – громадськість», як ключових пріоритетів розвитку столиці, сприятиме поєднання інформаційних та комунікативних функцій міської влади шляхом створення комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації».

Оскільки законодавець не визначився щодо цифрових комунальних видань, міська влада відповідно до Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» має право інформувати киян шляхом підтримки власного Інтернет – видання.

Відповідно до завдань програми, комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічних комунікацій та інформації» впроваджує важливу суспільну функцію вироблення та поширення достовірної, об'єктивної, збалансованої інформації, роз'яснення суті міських політик, очікуваних результатів діяльності міської влади.

Наразі сайт «Вечірній Київ» виконує функції вироблення новин про сервіси, послуги, анонси, події, суспільно-важливі заходи, що сприяє підвищенню рівня обізнаності киян про діяльність міської влади. Мультимедійні технології дають можливість проводити опитування громадської думки, підтримувати міські та національні інформаційні кампанії.

Програма передбачає модернізацію сайтів комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічних комунікацій та інформації», що дозволить стати впливовою частиною системного інформування, більш активно включитися в політику «єдиного голосу». Поширення мультимедійного контенту (відео, інфографіка, соціальна реклама), підвищення трафіку, збільшення географії читачів/глядачів у тому числі, із комерційною метою, створює можливості розширення середньомісячної аудиторії сайтів до 300 000 тис. жінок та чоловіків.

Київ потребує просторів для налагодження ефективної комунікації в трикутнику: влада-громада-партнери. Європейські столиці останнім часом досить інтенсивно створюють креативні простори для спільної культурної та просвітницької діяльності мешканців. Це значно підвищує активність та задоволеність мешканців умовами для життя та реалізації в місті.

Створення відкритого громадського простору при комунальному підприємстві Київської міської ради «Центр публічних комунікацій та інформації» дозволить під одним дахом розмістити подієвий майданчик, коворкінг, нетворкінг, місце для організаційного розвитку в сфері культури, освіти і творчих активностей.

Відкритий простір створить можливості для того, аби кияни були соціально активними, продуктивними і щасливими. Функціонування простору забезпечить можливість безпосередньої комунікації та інформування активних киян про міські політики, залучати їх до спільного вирішення нагальних проблем міста.

підвищення трафіку, збільшення географії читачів/глядачів, у тому числі із комерційною метою, створює можливості розширення середньомісячної аудиторії vechirniykyiev.com.ua до 300 000 тис.

Основні функції відділу публічних консультацій та комунікацій Центру – міжвідомча координація, організація навчання та публічних консультацій в районах, проведення інформаційних кампаній, залучення неурядових організацій, співпраця із засобами масової інформації в сфері проведення заходів і реалізації проектів Бюджету участі у Києві. У столиці Польщі – місті Варшава – ці завдання виконує Центр соціальних комунікацій, що допомагає мешканцям витратити частку міського бюджету на проекти, які сама громада вважає найважливішими. З огляду на зростаючу популярність Бюджету участі серед киян (у 2018 році подано проектів на 2 млрд. грн), столиця України також потребує створення окремого структурного підрозділу виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) з правами юридичної особи. Центр забезпечує підготовку та проведення соціологічних, маркетингових досліджень, в тому числі проведення досліджень спільно з іншими структурними підрозділами, відомствами, замовлення соціальних і маркетингових досліджень на підтримку стратегічних цілей та ключових пріоритетів розвитку столиці

IV. ОБҐРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ І ЗАСОБІВ РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ, ОБСЯГІВ ТА ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ

Шляхи розв'язання проблем:

розвиток системи комунікацій влади з інституціями громадянського суспільства, де комунікації – невід'ємна частина управлінського процесу, інструмент формування довіри до влади, єдиний спосіб досягнення суспільного порозуміння;

забезпечення громадянам України, юридичним особам і державним органам права доступу до інформації про діяльність місцевих органів виконавчої влади та місцевого самоврядування;

розроблення та проведення інформаційних та комунікаційних кампаній на основі досліджень та аудиту інформаційно-комунікативних ресурсів міської влади;

забезпечення виконання угод, укладених з електронними, друкованими та цифровими ЗМІ з метою системного інформування про діяльність місцевих органів влади, поширення суспільно важливої інформації;

моніторинг ЗМІ, соціальних мереж, соціальних медіа, акаунтів лідерів громадської думки (масштаб та фокус висвітлення подій);

забезпечення фінансової підтримки діяльності телебачення, радіомовлення та цифрових та інших інформаційно-комунікаційних ресурсів, заснованих Київською міською радою;

зміцнення матеріально-технічної бази комунальних ЗМІ та інших інформаційно-комунікативних ресурсів, заснованих Київською міською радою;

сприяння популяризації української мови, культури, духовних цінностей, популяризація читання;

підвищення професійної підготовки фахівців Департаменту суспільних комунікацій, інших інформаційних та комунікаційних підрозділів, професійного рівня спікерів шляхом проведення семінарів, тренінгів, обміну досвідом.

На виконання передбачених Програмою заходів залучаються кошти бюджету міста Києва, інші джерела фінансування, не заборонені законодавством.

III. ОБҐРУНТУВАННЯ ШЛЯХІВ І ЗАСОБІВ РОЗВ'ЯЗАННЯ ПРОБЛЕМ, ОБСЯГІВ ТА ДЖЕРЕЛ ФІНАНСУВАННЯ, СТРОКИ ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ

Шляхи розв'язання проблем:

розвиток системи комунікацій влади з інституціями громадянського суспільства, де комунікації – невід'ємна частина управлінського процесу, інструмент формування довіри до влади, єдиний спосіб досягнення суспільного порозуміння;

забезпечення громадянам України, юридичним особам і державним органам права доступу до інформації про діяльність місцевих органів виконавчої влади та місцевого самоврядування;

розроблення та проведення інформаційних та комунікаційних кампаній на основі досліджень та аудиту інформаційно-комунікативних ресурсів міської влади;

забезпечення виконання угод, укладених з електронними, друкованими та цифровими ЗМІ з метою системного інформування про діяльність місцевих органів влади, поширення суспільно важливої інформації;

моніторинг ЗМІ, соціальних мереж, соціальних медіа, акаунтів лідерів громадської думки (масштаб та фокус висвітлення подій);

забезпечення фінансової підтримки діяльності телебачення, радіомовлення та цифрових та інших інформаційно-комунікаційних ресурсів, заснованих Київською міською радою;

зміцнення матеріально-технічної бази комунальних ЗМІ та інших інформаційно-комунікативних ресурсів, заснованих Київською міською радою, розвиток їх соціальних мереж Twitter, Facebook, Youtube та Instagram, як важливого інструменту комунікації громадян та влади;

сприяння популяризації української мови, культури, духовних цінностей, популяризація читання;

підвищення професійної підготовки фахівців Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), інших інформаційних та комунікаційних підрозділів, ЗМІ, професійного рівня спікерів шляхом проведення семінарів, тренінгів, обміну

досвідом.

На виконання передбачених Програмою заходів залучаються кошти бюджету міста Києва, інші джерела фінансування, не заборонені законодавством.

Прогнозні обсяги і джерела фінансування Програми:

Джерела фінансування	Обсяг фінансування, тис. гривень	У тому числі за роками		
		2019	2020	2021
Державний бюджет	-	-	-	-
Бюджет міста Києва	427248,0	135000,0	142560,0	149688,0
Власні надходження	45889,6	14500,0	15312,0	16077,6
Усього:	473137,6	149500,0	157872,0	165765,6

Джерела фінансування	Обсяг фінансування, тис. гривень	У тому числі за роками		
		2019	2020	2021
Державний бюджет	-	-	-	-
Бюджет міста Києва	507605,0	110300,0	208844,8	188460,2
Власні надходження	36158,4	11362,0	12084,0	12712,4
Усього:	543763,4	121662,0	220928,8	201172,6

IV. АНАЛІЗ ВПЛИВУ ЗАХОДІВ ПРОГРАМИ НА СОЦІАЛЬНО-ЕКОНОМІЧНЕ СТАНОВИЩЕ РІЗНИХ КАТЕГОРІЙ ЖІНОК ТА ЧОЛОВІКІВ, А ТАКОЖ НА ЗАБЕЗПЕЧЕННЯ ГЕНДЕРНОЇ РІВНОСТІ

Заходи Програми, спрямовані на успішну імплементацію стратегічних цілей розвитку міста Києва, мають безпосередній вплив на задоволення потреб в інформаційному продукті жінок та чоловіків різних категорій, які мешкають у столиці. Різноманітність інформаційно-комунікаційних технологій, джерел та каналів комунікації, покладених в основу виконання заходів Програми, дозволяє інтегрувати гендерний підхід в інформаційно-комунікаційну діяльність міської влади для ліквідації існуючих та можливих форм дискримінації та зневаги в суспільстві, а також надання рівного доступу жінкам та чоловікам різних категорій до інформації стосовно міських політик.

На сьогоднішній день в Україні і в столиці, зокрема, існують прояви нерівності як за статевую, так і за іншими соціальними ознаками. Такий стан речей обумовлений функціонуванням різного роду стереотипів стосовно положення та соціальних ролей жінок та чоловіків різних категорій. Суспільні стереотипи (гендерного та інших характерів) створюють перешкоди та обмеження для вільного вибору способу життя, у тому числі професійної та суспільної реалізації як для жінок, так і для чоловіків різних категорій, послаблюють механізми захисту та надання допомоги постраждалим від дискримінації та зневаги. Для просування на шляху досягнення європейських стандартів гендерної рівності необхідним є застосування системного підходу, який передбачає зміну гендерних відносин та зменшення впливу негативних традиційних гендерних стереотипів.

Програма та її заходи орієнтовані на постійну комунікацію з громадськістю стосовно:

- утвердження в суспільстві соціальної справедливості та позитивної гендерної рівності;
- сприяння подоланню дискримінаційних проявів та зневаги, упередженому ставленню до людей з обмеженнями життєдіяльності та здоров'я, запобігання домашньому насильству та насильству за ознакою статі тощо;
- забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків різних категорій та їх

	повноцінної участі в процесах формування, реалізації та контролю міських політик; - підтримку громадських ініціатив, спрямованих на формування гендерної культури та подолання стереотипів; - залучення до співпраці експертів, представників громадських організацій, діяльність яких спрямована на забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків різних категорій, а також на усунення негативних гендерних стереотипів. Таким чином, виконання заходів Програми, враховуючи вище викладене, є основою забезпечення гендерної рівності в суспільстві та сталого розвитку, оскільки має безпосередній вплив на: підвищення поінформованості мешканців міста щодо рівних прав жінок та чоловіків різних категорій, щодо згубності стереотипного сприйняття соціальних ролей жінок і чоловіків різних категорій; підвищення рівня готовності представників органів місцевої влади до інтеграції норм гендерної чутливості у свою діяльність.
V. НАПРЯМИ ДІЯЛЬНОСТІ, ПЕРЕЛІК ЗАВДАНЬ І ЗАХОДІВ ПРОГРАМИ ТА РЕЗУЛЬТАТИВНІ ПОКАЗНИКИ	V. ПЕРЕЛІК ЗАВДАНЬ І ЗАХОДІВ ПРОГРАМИ, РЕЗУЛЬТАТИВНІ ПОКАЗНИКИ ПРОГРАМИ
Системний підхід до реалізації цілей Стратегії потребує виконання міською владою ключових умов її імплементації (розділ 4, п. 3, 4, 6), зокрема: • залучення громадян до процесів формування, реалізації та контролю міської політики; • підвищення ефективності та прозорості роботи міських органів влади і служб; • взаємодію з іншими органами влади для просування міських ініціатив. Для успішної імплементації Стратегії Київська міська рада визначила ряд умов та завдань, в тому числі – налагодження комунікації влада-громадськість, що потребує виконання заходів: • створення Центру публічної комунікації та інформації з метою координації та контролю за проведенням громадських консультацій, розширення співпраці місцевих органів влади з неурядовими організаціями та ефективної реалізації міжвідомчих проєктів; • розроблення та впровадження Комунікативної стратегії м. Києва; • налагодження взаємодії з центральними органами виконавчої влади, зокрема, Адміністрацією Президента України, Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України та іншими органами державної влади для просування міських ініціатив та задоволення потреб киян; • реалізація проєкту «Бюджет участі» з метою залучення жителів до прийняття рішень. Напрями діяльності Програми викладені у додатку 1 до Програми. Очікувані результати та ефективність Програми: Реалізація Програми забезпечить наближення до загальноновизнаних демократичних європейських стандартів розвитку інформаційної та комунікаційної сфери, задоволення суспільного запиту киян щодо розвитку системного діалогу «влада – громадськість»: - забезпечення інформаційної підтримки стратегічних цілей розвитку Києва - 2025, ключових пріоритетів розвитку та завдань Стратегії; - впровадження комунікативної взаємодії між органами державної влади, органами місцевого самоврядування та громадськістю, засобами масової інформації й засобами масової комунікації;	Системний підхід до реалізації цілей Стратегії потребує виконання міською владою ключових умов її імплементації, зокрема: • залучення громадян до процесів формування, реалізації та контролю міської політики; • підвищення ефективності та прозорості роботи міських органів влади і служб; • взаємодію з іншими органами влади для просування міських ініціатив. Для успішної імплементації Стратегії Київська міська рада визначила ряд умов та завдань, в тому числі «налагодження комунікації «влада – громадськість», що потребує виконання заходів: • створення комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічних комунікацій та інформації» з метою координації та контролю за проведенням громадських консультацій, розширення співпраці місцевих органів влади з неурядовими організаціями та ефективної реалізації міжвідомчих проєктів; • розроблення та впровадження Комунікативної стратегії м. Києва; • налагодження взаємодії з центральними органами виконавчої влади, зокрема, Адміністрацією Президента України, Верховною Радою України, Кабінетом Міністрів України та іншими органами державної влади для просування міських ініціатив та задоволення потреб киян; • реалізація проєкту «Бюджет участі» з метою залучення жителів до прийняття рішень. Напрями діяльності Програми викладені у додатку 1 до Програми. Очікувані результати та ефективність Програми: Реалізація Програми забезпечить наближення до загальноновизнаних демократичних європейських стандартів розвитку інформаційної та комунікаційної сфери, задоволення суспільного запиту киян щодо розвитку системного діалогу «влада – громадськість»: - забезпечення інформаційної підтримки стратегічних цілей розвитку Києва -

зміцнення демократії, прозорості та відкритості органів державної влади та органів місцевого самоврядування шляхом впровадження публічних комунікацій з громадськістю, засобами масової комунікації;
 реалізація права кожного громадянина на участь в управлінні містом;
 затвердження та реалізація Комунікативної стратегії Києва на підтримку цілей Стратегії.
 Динаміка основних показників для м. Києва у сфері запровадження європейських стандартів комунікації «влада-громада» викладені у додатку 2 до Програми.

2025, ключових пріоритетів розвитку та завдань Стратегії;
 впровадження комунікативної взаємодії між органами державної влади, органами місцевого самоврядування та громадськістю, засобами масової інформації й засобами масової комунікації;
 зміцнення демократії, прозорості та відкритості органів державної влади та органів місцевого самоврядування шляхом впровадження публічних комунікацій з громадськістю, засобами масової комунікації;
 реалізація права кожного громадянина на участь в управлінні містом;
 затвердження та реалізації Комунікативної стратегії м. Києва на підтримку цілей Стратегії.

VI. ІНДИКАТОРИ ПРОГРАМИ

Індикатори Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 - 2021 роки			
№ п/п	Назва індикатора	Одиниця виміру	2020 рік
1	Розроблення Комунікативної стратегії міста Києва та плану реалізації заходів	Од. ()	1
2	Частка локального телевізійного контенту створена київськими виробниками в загальному обсязі телевізійного мовлення	%	50
3	Кумулятивне охоплення аудиторії Телеканалу «Київ» на всіх медіа платформах (ефірне. Супутникове та Інтернет телебачення, всі соціальні медіа та діджитавні майданчики) за відповідний період	Контакт	5 000 000
4	Частка локального радійного контенту створена київськими виробниками в загальному обсязі київського радіомовлення	%	50
5	Кумулятивне охоплення аудиторії «Київ fm» на всіх медіа платформах (ефірне та інтернет, соціальні медіа та діджитальні майданчики) за відповідний період	Контакт	1 200 000
6	Загальна кількість унікальних відвідувачів на сайтах КП «Центр публічної комунікації та інформації» (www.vechirniy.kyiv.ua , www.kreschatic.kiev.ua та новоствореного сайту КП «ЦПКІ»)	Контакт	1 000 000
7	Охоплення аудиторії в соціальних мережах КП «ЦПКІ»	Контакт	6 000 000
8	Кияни/мешканці столиці, що змінили свою думку після участі у заходах КП «ЦПКІ»	%	45

VI. КООРДИНАЦІЯ ТА КОНТРОЛЬ ЗА ХОДОМ ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ

Координацію виконання Програми здійснює заступник голови Київської міської державної адміністрації згідно з розподілом обов'язків, який координує дії виконавців Програми та контролює її виконання.

Безпосередній контроль за виконанням завдань і заходів Програми та за цільовим і ефективним використанням коштів здійснює відповідальний виконавець – Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), який є головним розпорядником коштів.

Департамент суспільних комунікацій забезпечує моніторинг виконання Програми, підготовку звітної та аналітичної інформації.

Відповідальний виконавець Програми щоквартально до 01 числа другого місяця, що настає за звітним періодом, подає Департаменту економіки та інвестицій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), Департаменту фінансів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), постійній комісії Київської міської ради з питань бюджету та соціально-економічного розвитку та постійній комісії Київської міської ради з питань культури, туризму та інформаційної політики узагальнену інформацію про стан виконання Програми.

Відповідальний виконавець Програми у разі потреби обґрунтовує необхідність запровадження додаткових заходів, їх продовження, забезпечує уточнення показників, обсягів і джерел фінансування, строків виконання заходів.

Керівники комунальних засобів масової інформації кожного півріччя календарного року до 01 числа другого місяця, що настає за звітним періодом, звітують про стан виконання Програми перед постійною комісією Київської міської ради з питань культури, туризму та інформаційної політики.

Після закінчення терміну реалізації Програми відповідальний виконавець складає заключний звіт про результати її виконання та подає його на розгляд сесії Київської міської ради разом із пояснювальною запискою про кінцеві результати виконання Програми.

VII. КООРДИНАЦІЯ ТА КОНТРОЛЬ ЗА ХОДОМ ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ

Координацію виконання Програми здійснюють заступники голови Київської міської державної адміністрації згідно з розподілом обов'язків, які координує дії виконавців Програми.

Безпосередній контроль за виконанням завдань і заходів Програми та за цільовим і ефективним використанням коштів здійснює відповідальний виконавець – Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), який є головним розпорядником коштів.

Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) забезпечує моніторинг виконання Програми, підготовку звітної та аналітичної інформації.

Відповідальний виконавець Програми щороку здійснює обґрунтовану оцінку результатів виконання програми та, у разі потреби, розробляє пропозиції щодо доцільності впровадження тих чи інших заходів, включення додаткових заходів і завдань, уточнення результативних показників та індикаторів програми, обсягів і джерел фінансування, переліку співвиконавців, строків виконання програми та окремих її завдань і заходів.

Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) надає звіти Київській міській раді, Департаменту фінансів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) та Департаменту економіки та інвестицій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) про виконання завдань і заходів Програми:

квартальні та річний – до 20 числа другого місяця, що настає за звітним періодом;

заклучний звіт – не пізніше ніж у тримісячний строк після закінчення встановлення строку виконання програми;

уточнені річні звіти (в разі необхідності) – до 01 квітня року, наступного за звітним.

Відповідальний виконавець Програми у вищезазначені терміни розміщує на Єдиному веб-порталі територіальної громади міста Києва річні (квартальний) звіт та заключний звіт про результати виконання Програми.

Було

Додаток 1
до Програми

Напрями діяльності та заходи Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки

розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки

№	Назва напрямку діяльності (пріоритетні завдання)	Перелік заходів Програми	Строк виконання заходу	Виконавці	Джерела фінансування	Очікувані обсяги фінансування, тис. грн			Очікувані результати	
						всього	у тому числі			
							2019	2020		2021
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11

I. Налагодження комунікації «влада-громада», розвиток цифрових, онлайн-комунікацій та заходи в галузі засобів масової інформації

І. Налягодження комунікації «влада-громада», розвиток цифрових, онлайн-комунікацій та заходи в галузі засобів масової інформації										
1	Комунікативна діяльність органів державної влади, місцевого самоврядування, інститутів громадського суспільства, громадських організацій, громадян, засобів масової інформації та комунікації, налагодження системного діалогу «влада - громадськість», каналів зворотного зв'язку; формування суспільної довіри	1.1. Вироблення та поширення інформації про діяльність міської влади, роз'яснення суті міських політик, забезпечення інформаційної підтримки	2019 –2021 роки	Департамент суспільних комунікацій, структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»	Бюджет міста Києва	86242,0	27250,4	28776,4	30215,2	Реалізація права кожного громадянина на участь в управлінні містом, забезпечення відкритості і прозорості шляхом впровадження публічних комунікацій з громадськістю, засобами масової комунікації у процесах формування і реалізації державної політики у всіх сферах суспільного життя столиці
		1.1.1. Проведення інформаційно-комунікаційних кампаній, реалізації комунікативних, проектів, заходів відповідно до ключових пріоритетів розвитку столиці, визначених у Стратегії міста Києва - 2025, рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях Київської міської державної адміністрації, планах та програмах, затверджених Київським міським головою, окремих дорученнях голови Київської міської державної адміністрації, першого заступника та заступників голови Київської міської державної адміністрації		Департамент суспільних комунікацій, структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»	інші джерела	6329,6	2000,0	2112,0	2217,6	
		1.1.2. Проведення інформаційно-комунікаційної кампанії щодо реалізації планів та		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР	Разом	92571,6	29250,4	30888,4	32432,8	

[illegible]

[illegible]

			інформації»							
		1.2.3. Створення та розповсюдження методик та практик підвищення спроможності представників громадськості у сфері публічних комунікацій	Департамент суспільних комунікацій, структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»							
		1.2.4. Підвищення рівня відкритості та прозорості міської влади, вироблення та поширення достовірної та об'єктивної інформації на веб-сайті «Вечірній Київ»	Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»							
		1.2.5. Забезпечення підтримки, хостінгу (розміщення та техобслуговування), модернізації, розробка додаткових розділів (сторінок), проведення опитувань, створення нових мобільних додатків веб-сайту комунального підприємства, де користувач зможе швидко отримати якісний інформаційний продукт	Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»							
		1.2.6. Організація тематичних семінарів,	Департамент суспільних							

	тренінгів для відповідальних за роз'яснення міських політик, інститутів громадського суспільства, профільних громадських об'єднань, засобів масової інформації		комунікацій, структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»							
	1.2.7. Зміцнення матеріально-технічної бази		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						()	
	1.3. Проведення соціологічних, аналітичних досліджень та опитувань		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»							
	1.4. Розвиток комунікаційного потенціалу структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) шляхом організації та проведення серії тренінгів з комунікацій, формування дієвої команди фахівців з комунікацій та створення карти відповідальності для залучених профільних фахівців підрозділу, експертів		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»							

	2	Забезпечення участі інститутів громадянського суспільства у процесах формування, реалізації і контролю державної та регіональної політики та налагодження ефективної взаємодії з органами виконавчої влади та органами місцевого самоврядування, просування іміджу столиці	1.5. Розроблення проекту Комунікаційної стратегії міста Києва 2.1.Адміністрування контенту Єдиного веб-порталу територіальної громади міста Києва 2.2. Забезпечення співпраці з засобами масової інформації, Інтернет – ресурсами, організація та проведення тематичних комунікаційних кампаній в соціальних медіа та соціальних мережах шляхом залучення нових інструментів для більш таргетованої взаємодії з аудиторією 2.3. Забезпечення співпраці з інформаційними агенціями 2.4. Створення мобільних додатків та розвиток веб – сайтів соціальних мереж, месенджерів 2.5. Організація інформаційних турів до Києва журналістів		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації» Департамент суспільних комунікацій Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації» Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації» Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації» Департамент суспільних комунікацій						Створення нових можливостей для розширення взаємодії з громадськістю та інформування киян про політики, сервіси, ініціативи влади, а також про проведені або заплановані реформи на зручних для них майданчиках. Підтримка міських та загальнонаціональних проектів шляхом виготовлення поліграфічної, книжкової продукції
--	---	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--

		українських та міжнародних засобів масової інформації 2.6. Моніторинг засобів масової інформації, Інтернет - ресурсів та соціальних мереж 2.7. Виготовлення та розповсюдження поліграфічної, книжкової продукції на підтримку завдань та заходів, визначених у рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях Київської міської державної адміністрації, планах та програмах, затверджених Київським міським головою, загальнонаціональних проектів, завдань державної інформаційної політики тощо 2.8. Роз'яснення міських політик шляхом замовлення, розробки та виготовлення інформаційних, довідкових, іміджевих, презентаційних, просвітницьких друкованих матеріалів, посібників, книжкової продукції в рамках інформаційно-комунікаційних кампаній 2.9. Виготовлення та розповсюдження книжкової, поліграфічної		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації» Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації» Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації» Департамент суспільних комунікацій, КП КМР						
--	--	--	--	---	--	--	--	--	--	--

		продукції просвітницького характеру на підтримку тематичних заходів		«Центр публічної комунікації та інформації»						
		2.10. Організація та проведення Конкурсу з відбору видавничих проектів з метою популяризації м. Києва, його історії, української мови, художнього слова, читання, просування загальноєвропейських цінностей		Департамент суспільних комунікацій						
		2.11. Безкоштовне розповсюдження поліграфічної, книжкової продукції, довідкових, іміджевих, презентаційних, просвітницьких, інформаційних друкованих матеріалів, посібників під час заходів, організованих міською владою		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «Центр публічної комунікації та інформації»						
II. Розвиток електронних засобів масової інформації (телебачення та радіомовлення)										
1	Взаємодія з електронними ЗМІ різних форм власності щодо висвітлення діяльності органів виконавчої влади та місцевого самоврядування відповідно до Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами	1.1. Інформаційна підтримка та роз'яснення суті міських політик: 1.1.1. Висвітлення оперативної інформації про діяльність органів виконавчої влади та місцевого самоврядування у місті Києві 1.1.2. Інформування про заходи відповідно до пріоритетів, визначених у рішеннях Київської	2019 – 2021 роки	Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва» Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва» Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ»,	Бюджет міста Києва інші джерела Разом	341006,0 39560,0 380566,0	107749,6 12500,0 120249,6	113783,6 13200,0 126983,6	119472,8 13860,0 133332,8	Забезпечення відкритості, прозорості та підзвітності Київської міської влади, належного рівня фінансування діяльності та матеріально-технічного стану місцевого комунального телебачення та радіомовлення

	масової інформації»	міської ради, розпорядженнях Київської міської державної адміністрації, планах та програмах, затверджених Київським міським головою	КП «Радіостанція «Голос Києва»							
		1.1.3. Оприлюднення (анонсування) розпоряджень Київського міського голови, розпоряджень виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), рішень Київської міської ради	Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»							
		1.1.4. Створення програмного теле- і радіопродукту, соціальних роликів, спеціальних звітів і репортажів, «стрімів» з місць резонансних подій, вдосконалення прямо ефірних проектів та зворотної комунікації з аудиторією, вдосконалення контенту власного унікального продукту, підтримка авторських програм тощо	Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»							
		1.2. Підтримка електронних комунальних засобів масової інформації, засновниками яких є Київська міська рада	Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»							
		1.2.1 Оновлення технічного обладнання та устаткування,	Департамент суспільних комунікацій, КП							

	програмного забезпечення, офісного та спеціалізованого ліцензування		КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
	1.2.2. Створення нових сучасних студій, в тому числі віртуальних, оновлення дизайну та графічного оформлення ефіру		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
	1.2.3. Підготовка студійного павільйону для запуску суспільно-політичного ток-шоу		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ»						
	1.3. Розвиток цифрових платформ, мобільних додатків комунальних електронних засобів масової інформації, засновниками яких є Київська міська рада:		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
	1.3.1. Запровадження онлайн-трансляції ефірного мовлення на усіх доступних веб – сайтах, соціальних мереж, месенджерів		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
	1.3.2. Створення окремого інформаційного продукту для Інтернет-аудиторії		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
	1.3.3. Використання YouTube як повноцінного паралельного майданчика комунікації		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						

		1.3.4. Створення мобільних додатків та розвиток веб – сайтів, соціальних мереж, месенджерів		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»						
		1.4. Закупівля кінопродукції		Департамент суспільних комунікацій, КП КМР «ТК «Київ»						
Усього						473137,6	149500,0	157872,0	165765,6	

Додаток 2
до Програми

**Динаміка основних показників Міської цільової програми
розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки**

Показники	2019	2020	2021
1. Налагодження комунікацій «влада-громада», розвиток цифрових, онлайн-комунікацій та заходи в галузі засобів масової інформації			
Показники затрат			
Кількість Центрів (од.)	1	1	1
Обсяг валових витрат Центрів (тис. грн)	25850,4	27298,0	28662,8
Обсяг фінансової підтримки для проведення інформаційно - комунікативних кампаній центрів (тис. грн)	23850,4	25186,0	26445,3
Обсяг видатків для проведення інформаційно - комунікативних кампаній (тис. грн)	1500,0	1584,0	1663,2
Обсяг видатків на книговидання (тис. грн)	400,0	422,4	443,5
Обсяг видатків на поліграфічну продукцію (тис. грн)	400,0	422,4	443,5
Обсяги видатків на проведення досліджень, сесій та заходів (тис. грн)	500,0	528,0	554,4
Обсяги видатків на проведення моніторингу (тис. грн)	200,0	211,2	221,8
Обсяги видатків на прес-конференції, брифінги, круглі столи, семінари тощо (тис. грн)	400,0	422,4	443,5
Показники продукту			
Обсяг валового доходу центрів (тис. грн)	25850,4	27298,0	28662,8
Обсяг доходів центрів (тис. грн)	2000,0	2112,0	2217,6
Кількість інформаційно - комунікативних кампаній центрів (од.)	20	21	22
Кількість інформаційно - комунікативних кампаній (од.)	3	4	5
Кількість угод з видавництвами (друкарнями) (од.)	2	2	2
Кількість книговидань (од.)	2	2	2
Кількість поліграфічної продукції (од.)	30	30	30
Тираж книговидань (од.)	2000	2000	2000
Тираж поліграфічної продукції (од.)	100000	100000	100000
Кількість досліджень, сесій та заходів (од.)	4	4	4
Кількість ЗМІ, що підлягають моніторингу (од.)	150	150	150

Кількість прес-конференцій, брифінгів, круглих столів, семінарів тощо (од.)	51	51	51
Показники ефективності			
Середні видатки на проведення Центрами однієї інформаційно - комунікативної кампанії (грн)	1292520	1299904	1302854
Середні видатки на проведення однієї інформаційно - комунікативної кампанії (грн)	500000	396000	415800
Середні видатки на одне книговидання (грн)	200000	211200	221750
Середні видатки на одне видання поліграфічної продукції (грн)	13333	14079	14784
Середні видатки на одиницю тиражу книговидання (грн)	200	211	222
Середні видатки на одиницю тиражу поліграфічної продукції (грн)	4,00	4,22	4,43
Середні видатки на проведення одного дослідження, сесії та заходу (грн)	125000	132000	138600
Середні видатки на щоденний моніторинг ЗМІ (грн)	653,59	690,19	724,70
Середні видатки на проведення однієї прес-конференції, брифінгу, круглого столу, семінару тощо (грн)	7843	8282	8696
Показники якості			
Динаміка кількості проведених Центрами інформаційно - комунікативних кампаній в порівнянні з попереднім періодом, %	-	105	105
Динаміка кількості проведених інформаційно - комунікативних кампаній в порівнянні з попереднім періодом, %	300	133	125
Динаміка кількості книговидань у порівнянні з попереднім періодом, %	12	100	100
Динаміка кількості видань поліграфічної продукції у порівнянні з попереднім періодом, %	115	100	100
Динаміка кількості тиражу книговидань в порівнянні з попереднім періодом, %	39	100	100
Динаміка кількості тиражу - поліграфічної продукції в порівнянні з попереднім періодом, %	138	100	100
Динаміка кількості заходів у порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
Динаміка кількості ЗМІ, що підлягають моніторингу, у порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
Динаміка кількості прес-конференцій, брифінгів, круглих столів, семінарів тощо у порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
2. Розвиток електронних засобів масової інформації (телебачення та радіомовлення)			
2.1. Телебачення			
Показники затрат			
Кількість телекомпаній (од.)	1	1	1
Кількість ставок, всього (од.)	215	215	215
Кількість ставок, керівників (од.)	22	22	22
Кількість ставок, журналістів (од.)	65	65	65
Кількість ставок, інших (од.)	128	128	128
Обсяг валових витрат телекомпаній (тис. грн)	78420,4	82812,0	86952,7
Обсяг фінансової підтримки телекомпаній за рахунок коштів місцевих бюджетів (тис. грн)	67420,4	71196,0	74755,9
Обсяг видатків на придбання обладнання та предметів довгострокового користування (тис. грн)	24700,0 *	26083,2	27387,4
Обсяг видатків на виконання угод щодо висвітлення інформації про	300,0	316,8	332,6

діяльність місцевих органів влади телекомпаніями (тис. грн)			
Показники продукту			
Обсяг валових доходів телекомпаній (тис. грн)	78420,4	82812,0	86952,7
Обсяг доходів телекомпаній (тис. грн)	11000,0	11616,0	12196,8
Обсяг телепродукту (год)	8760	8784	8760
Кількість одиниць придбаного обладнання (од.)	52	55	57
Кількість угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями (од.)	1	1	1
Показники ефективності			
Середні видатки на одиницю телепродукту (грн/год)	8952	9428	9926
Середні видатки на придбання одиниці обладнання (грн/од)	475000	474240	480481
Частка аудиторії телеканалу «Київ» в загальному обсязі телевізійної аудиторії м. Києва (середньодобова аудиторія) на кінець року, shr %	0,85	0,95	1,05
Середні видатки на виконання 1 угоди щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями (грн)	300,0	316,8	332,6
Показники якості			
Динаміка обсягу телепродукту в порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
Динаміка обсягу доходів телекомпанії в порівнянні з попереднім періодом, %	110	105,6	105
Частка фінансової підтримки за рахунок коштів місцевих бюджетів у валовому доході телекомпанії, %	86	86	86
Динаміка частки аудиторії телеканалу «Київ» в загальному обсязі телевізійної аудиторії м. Києва (середньодобова аудиторія), %	5,9	10,5	9,5
Рівень оновлення матеріально-технічної бази, порівняно з минулим роком, %	4	4	4
Динаміка кількості угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями, %	100	100	100
2.2. Радіомовлення			
Показники затрат			
Кількість радіостанцій (од.)	1	1	1
Кількість ставок, всього (од.)	57	57	57
Кількість ставок, керівників (од.)	10	10	10
Кількість ставок, журналістів (од.)	28	28	28
Кількість ставок, інших (од.)	19	19	19
Обсяг валових витрат радіостанцій (тис. грн)	14750,5	17138,0	17994,9
Обсяг фінансової підтримки радіостанцій за рахунок коштів місцевих бюджетів (тис. грн)	13250,5	15554,0	16331,7
Обсяг видатків на придбання обладнання та предметів довгострокового користування (тис. грн)	1778,7	316,8	332,6
Обсяг видатків на виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо (тис. грн)	300,0	316,8	332,6
Показники продукту			
Обсяг валового доходу радіостанцій (тис. грн)	14750,5	17138,0	17994,9
Обсяг доходів радіостанцій (тис. грн)	1500,0	1584,0	1663,2
Обсяг радіомовлення (год)	8760	8784	8760

Кількість одиниць придбаного обладнання (од.)	20	20	20
Кількість угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо (од.)	1	1	1
Показники ефективності			
Середні видатки на одиницю радіомовлення (грн/год)	1684	1951	2054
Середні видатки на придбання одиниці обладнання (грн/од)	88935	15850	16650
Частка аудиторії радіо «Київ» в загальному обсязі радіоаудиторії м. Києва (недільна аудиторія) на кінець року, shg %	3,9	4,5	5
Середні видатки на виконання 1 угоди щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо (грн)	300,0	316,8	332,6
Показники якості			
Динаміка обсягу радіомовлення в порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
Динаміка обсягу доходів радіостанцій в порівнянні з попереднім періодом, %	110	105,6	105
Частка фінансової підтримки за рахунок коштів місцевих бюджетів у валовому доході телекомпанії, %	91	91	91
Динаміка частки аудиторії радіо «Київ» в загальному обсязі радіоаудиторії м. Києва (недільна аудиторія), %	105	115	111
Рівень оновлення матеріально-технічної бази, порівняно з минулим роком, %	3,4	3,4	3,4
Динаміка кількості угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо, %	100	100	100

використання коштів, передбачених по спеціальному фонду бюджету міста Києва на капітальні видатки, можливе виключно після затвердження концепції розвитку телеканалу «Київ» постійною комісією Київської міської ради з питань культури, туризму та інформаційної політики на підставі презентації новопризначеним керівником КП КМР «ТК «Київ», обраним за результатом конкурсної процедури

Стало

Додаток 1 до Програми

Перелік завдань і заходів Програми

№	Оперативна ціль/Умова Стратегії розвитку міста Києва до 2025 року	Завдання програми	Заходи програми	Строки виконання заходу	Виконавці заходу	Джерело фінансування	Обсяги фінансування (тис. грн)	Очікуваний результат (результативні показники)			
								Назва показника	2019 рік	2020 рік	2021 рік
1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Залучення громадян до процесів формування, реалізації та	Налагодження комунікації «влада-громадськість»	1.1. Вироблення та поширення інформації про діяльність міської влади, роз'яснення суті міських політик, забезпечення	2019 – 2021 роки	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради	Бюджет міста Києва	Всього: 4535,7 2019 рік: 1500,0 2020 рік: 1479,4 2021 рік: 1556,3	Показники витрат			
								Обсяг видатків для проведення інформаційно-комунікативних кампаній (тис. грн)	1500,0	1479,4	1556,3
								Показники продукту			

контролю міської політики	інформаційної підтримки шляхом: розробки концепцій, організації та проведення інформаційно-комунікативних та просвітницьких кампаній; підготовки оригінал-макетів/ візуалізацій/інфографік в рамках комунікативних, проєктів, організації заходів відповідно до ключових пріоритетів розвитку столиці, визначених у Стратегії міста Києва - 2025, рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях Київської міської державної адміністрації, планах та програмах, затверджених Київським міським головою, окремих доручень голови Київської міської державної адміністрації, першого заступника та заступників голови Київської міської державної адміністрації; організації загальноміських конкурсів з відбору комунікаційних проєктів, ідей на підтримку	(Київської міської державної адміністрації), структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»	Кількість інформаційно - комунікативних кампаній (од.)	3	4	4
			Показники ефективності			
			Середні видатки на проведення однієї інформаційно - комунікативної кампанії (грн)	500000	369850	389075
			Показники якості			
			Динаміка кількості проведених інформаційно - комунікативних кампаній в порівнянні з попереднім періодом, %	300	133	100

			визначених пріоритетів міських політик, підтримка на конкурсних засадах суспільно важливих інформаційних проєктів на території міста Києва													
			1.2. Запровадження європейських практик участі шляхом підтримки комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»; зміцнення матеріально-технічної бази та проведення ремонту орендованого приміщення, в тому числі облаштування відкритого громадського простору; підвищення рівня відкритості та прозорості міської влади, вироблення та поширення достовірної та об'єктивної інформації на веб-сайтах комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»	2019 – 2021 роки	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»	Бюджет міста Києва	Всього: 85344,0 2019 рік: 21350,4 2020 рік: 31186,0 2021 рік: 32807,6	інші джерела	Всього: 6333,8 2019 рік: 2000,0 2020 рік: 2112,0 2021 рік: 2221,8	Всього: 91677,8 2019 рік: 23350,4 2020 рік: 33298,0 2021 рік: 35029,4	Разом	Показники витрат				
												Кількість Центрів (од.)	1	1	1	
												Обсяг валових витрат Центрів (тис. грн)	24462,4	30460,2	32044,1	
												Обсяг фінансової підтримки для проведення інформаційно - комунікативних кампаній центрів (тис. грн)	21350,4	27760,2	29203,7	
												Обсяг видатків на придбання обладнання, предметів довгострокового користування та капітальний ремонт орендованого приміщення в тому числі облаштування відкритого громадського простору; (тис. грн)	-	3425,8	3603,9	
												Показники продукту				
												Обсяг валового доходу центрів (тис. грн)	24462,4	30460,2	32044,1	
												Обсяг доходів центрів (тис. грн)	3112,0	2700,0	2840,4	
												Кількість інформаційно - комунікативних кампаній центрів (од.)	20	21	22	
												Кількість одиниць придбаного обладнання, предметів довгострокового користування та капітальний ремонт орендованого приміщення (од.)	-	37	37	
												Показники ефективності				
												Середні видатки на	1223120	1450486	1456550	

						проведення Центрами однієї інформаційно - комунікативної кампанії (грн)			
						Середні видатки на обладнання, предметів довгострокового користування та капітальний ремонт орендованого приміщення (грн./од)	-	92589	97403
						Показники якості			
						Динаміка кількості проведених Центрами інформаційно - комунікативних кампаній в порівнянні з попереднім періодом, %	-	105	105
						Рівень оновлення матеріально-технічної бази порівняно з минулим роком, %	-	200	100
						Показники витрат			
						Обсяги видатків на проведення заходів (тис. грн)	900,0	939,2	988,1
						Показники продукту			
						Кількість заходів (од.)	52	52	52
						Показники ефективності			
						Середні видатки на проведення одного заходу (грн)	17308	18062	19002
						Показники якості			
						1.3. Організації та проведення публічних заходів за участю експертів, громадських організацій, інститутів громадянського суспільства: круглих столів, публічних звітів, презентацій,	2019 – 2021 роки	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації	Бюджет міста Києва
						Всього: 2827,3 2019 рік: 900,0 2020 рік: 939,2 2021 рік: 988,1			

			брифінгів, пресконференцій, стратегічних сесій, міжвідомчих та міжнародних конференцій, форумів, майстер-класів, тренінгів, стажувань, обміну досвідом, досліджень; тематичних заходів для відповідальних за роз'яснення міських політик структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), районних в місті Києві державних адміністрацій, інститутів громадянського суспільства, профільних громадських об'єднань, засобів масової інформації; розроблення проекту Комунікативної стратегії міста Києва;		), структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»			Динаміка кількості заходів у порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
			1.4. Моніторинг інформаційного простору (засобів масової інформації, Інтернет - ресурсів та соціальних мереж) та проведення соціологічних, аналітичних досліджень та	2019 – 2021 роки	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної	Бюдже т міста Києва	Всього: 633,4 2019 рік: 200,0 2020 рік: 211,2 2021 рік: 222,2	Показники витрат			
								Обсяг видатків на проведення моніторингу (тис. грн)	200,0	211,2	222,2
								Показники продукту			
								Кількість ЗМІ що підлягають моніторингу (од.)	150	150	150
								Показники ефективності			

			опитувань;		адміністрації), структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації»			Середні видатки на щоденний моніторинг ЗМІ (грн)	547,95	578,63	608,77
								Показники якості			
								Динаміка кількості ЗМІ, що підлягають моніторингу, у порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
			1.5. Розробка оригінал-макетів, виготовлення та безкоштовне розповсюдження поліграфічної, книжкової продукції, довідкових, іміджевих, презентаційних, просвітницьких, інформаційних матеріалів, посібників на підтримку тематичних заходів та завдань, визначених у рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації),	2019 – 2021 роки	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), структурні підрозділи виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), комунальне підприємство Київської міської ради	Бюджет міста Києва	Всього: 3460,7 2019 рік: 1100,0 2020 рік: 1150,4 2021 рік: 1210,0	Показники витрат			
								Обсяг видатків на книговидання (тис. грн)	400,0	900,0	946,8
								Обсяг видатків на поліграфічну продукцію (тис. грн)	400,0	589,6	620,2
								Показники продукту			
								Тираж книговидань (од.)	2700	6000	6000
								Тираж поліграфічної продукції (од.)	41000	50000	50000
								Показники ефективності			
								Середні видатки на одиницю тиражу книговидання (грн)	148,15	150,00	157,80
								Середні видатки на одиницю тиражу поліграфічної продукції (грн)	9,76	11,66	12,40
								Показники якості			
								Динаміка кількості тиражу книговидань в порівнянні з попереднім періодом, %	45	222	100
								Динаміка кількості тиражу - поліграфічної продукції в	66	122	100

		планах та програмах, затверджених Київським міським головою, окремих доручень голови Київської міської державної адміністрації, першого заступника та заступників голови Київської міської державної адміністрації, загальнонаціональних проектів, завдань державної інформаційної політики тощо		«Центр публічної комунікації та інформації»			порівнянні з попереднім періодом, %								
2. Взаємодія з електронними ЗМІ різних форм власності щодо висвітлення діяльності органів виконавчої влади та місцевого самоврядування відповідно до Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної	2.1. Інформаційна підтримка та роз'яснення суті міських політик шляхом висвітлення оперативної інформації про діяльність органів виконавчої влади та місцевого самоврядування у місті Києві; інформування про заходи відповідно до пріоритетів, визначених у рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), планах та програмах, затверджених Київським міським головою; створення програмного теле- і	2019 – 2021 роки	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпанія «Київ», комунальне підприємство «Радіостанція «Голос Києва»	Бюджет міста Києва	Всього: 409808,0 2019 рік: 84949,6 2020 рік: 173539,4 2021 рік: 151319,0	Показники витрат									
						Кількість телекомпаній (од.)	1	1	1						
						Кількість ставок, всього (од.)	215	215	215						
						Обсяг валових витрат телекомпаній (тис. грн)	76670,4	111828,6	112383,7						
						Обсяг фінансової підтримки телекомпаній за рахунок коштів місцевих бюджетів (тис. грн)	69920,4	104028,6	104178,1						
						Обсяг видатків на придбання обладнання, спеціального обладнання, предметів довгострокового користування, створення універсального апаратно-студійного комплексу для забезпечення запису та прямої трансляції інформаційних матеріалів (тис. грн)	-	50477,2	27117,6						
						Кількість радіостанцій (од.)	1	1	1						
						Кількість ставок, всього (од.)	51	51	51						
						Обсяг валових витрат радіостанцій (тис. грн)	14750,5	17138,0	18029,2						
						Обсяг фінансової підтримки радіостанцій за рахунок	13250,5	15554,0	16362,8						

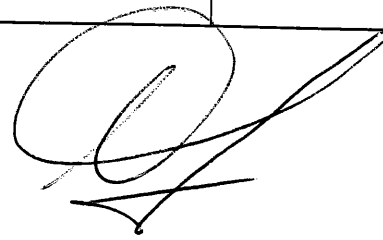
--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

						Інтернет телебачення, соціальні медіа та цифрові майданчики) за відповідний період, контактів			
						Середні видатки на одиницю радіомовлення (грн/год)	1684	1951	2058
						Середні видатки на придбання одиниці обладнання (грн/од)	296450	133830	135574
						Кумулятивне охоплення аудиторії «Києва fm» на всіх медіа платформах (ефірне та Інтернет, соціальні медіа та цифрові майданчики) за відповідний період, контактів	1200000	1320000	1452000
						Показники якості			
						Динаміка обсягу телепродукту в порівнянні з попереднім періодом, %	100	100	100
						Динаміка обсягу доходів телекомпанії в порівнянні з попереднім періодом, %	60	108	105
						Частка фінансової підтримки за рахунок коштів місцевих бюджетів у валовому доході телекомпанії, %	92	94	94
						Рівень оновлення матеріально-технічної бази, порівняно з минулим роком, %	-	104	105
						Динаміка кумулятивного охоплення аудиторії телеканалу «Київ» на всіх медіа платформах (ефірне, супутникове та Інтернет телебачення, соціальні медіа та цифрові майданчики), порівняно з минулим роком, %	100	125	125
						Показники витрат			
						Обсяг видатків на виконання угод щодо	300,0	-	-
						Всього: 600,0 2019 рік: 600,0 2020 рік: -			
						2.2. Інформаційна підтримка та роз'яснення суті	2019 – 2021 роки	Департамент суспільних комунікацій	

			міських політик шляхом висвітлення оперативної інформації про діяльність органів виконавчої влади та місцевого самоврядування у місті Києві		виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)		2021 рік: -	висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями (тис. грн)			
								Обсяг видатків на виконання угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо (тис. грн)	300,0	-	-
								Показники продукту			
								Кількість угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями (од.)	1	-	-
								Кількість угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо (од.)	1	-	-
								Показники ефективності			
								Середні видатки на виконання 1 угоди щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями (грн)	300,0	-	-
								Середні видатки на виконання 1 угоди щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо (грн)	300,0	-	-
								Показники якості			
								Динаміка кількості угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади телекомпаніями, %	100	-	-
								Динаміка кількості угод щодо висвітлення інформації про діяльність місцевих органів влади засобами радіо, %	100	-	-

						Бюджет міста Києва	Всього: 507605,0 2019 рік: 110300,0 2020 рік: 208844,8 2021 рік: 188460,2				
						інші джерела	Всього: 36158,4 2019 рік: 11362,0 2020 рік: 12084,0 2021 рік: 12712,4				
						Разом	Всього: 543763,4 2019 рік: 121662,0 2020 рік: 220928,8 2021 рік: 201172,6				

Директор Департаменту
суспільних комунікацій



Роман ЛЕЛЮК



ВИКОНАВЧИЙ ОРГАН КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ
(КИЇВСЬКА МІСЬКА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ)

ДЕПАРТАМЕНТ ЕКОНОМІКИ ТА ІНВЕСТИЦІЙ

вул.Хрещатик, 36, м. Київ, 01044, тел. (044) 202-72-78, Call-центр (044) 15-51

E-mail: org@guekmda.gov.ua Код ЄДРПОУ 04633423

№ _____
на № _____ від _____

Департамент суспільних комунікацій
виконавчого органу Київської міської
ради (Київської міської державної
адміністрації)

Департаментом економіки та інвестицій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) проведено експертизу проєкту змін до Комплексної міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 - 2021 роки, наданого листом від 12.02.2020 №059-377 (далі – проєкт КМЦП), в частині:

– відповідності підготовленого проєкту КМЦП вимогам Порядку розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві, затвердженому рішенням Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року №520/2589 (в редакції рішення Київської міської ради від 12 листопада 2019 року № 65/7638);

– відповідності проєкту програми стратегічним та оперативним цілям, завданням та заходам Стратегії розвитку міста Києва до 2025 року;

– реальності завдань та доцільності реалізації заходів, включених до підготовленого проєкту програми, взаємоузгодженості завдань та заходів програми з програмами та проєктами розвитку Плану заходів з реалізації Стратегії розвитку міста Києва до 2025 року.

За результатами експертизи повідомляємо, що проєкт КМЦП відповідає вищезазначеним вимогам.

Директор

Наталія МЕЛЬНИК



УКРАЇНА

ВИКОНАВЧИЙ ОРГАН КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ
(КИЇВСЬКА МІСЬКА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ)

ДЕПАРТАМЕНТ ФІНАНСІВ

*вул. Хрещатик, 36, м. Київ, 01044 тел. (044) 202 79 29, 202 77 58, 202 73 45
Контактний центр міста Києва (044) 15 51 E-mail: info@kmfd.gov.ua Код ЄДРПОУ 02317474*

Департамент суспільних
комунікацій виконавчого органу
Київської міської ради (Київської
міської державної адміністрації)

На виконання п.5 Розділу II Порядку розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві, затвердженого рішенням Київської міської ради від 12.11.2019 №65/7638, та з урахуванням листа Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 12.02.2020 №059-377 у Департаменті фінансів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) проведено експертизу проекту змін до Комплексної міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019–2021 роки, відповідно до якої надається позитивний висновок.

Заступник директора

Сергій СЛІПЧУК

Зауваження

до проекту рішення Київської міської ради «Про внесення змін до рішення Київської міської ради від 18 грудня 2018 року № 465/6516 «Про затвердження Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки»

Проект рішення Київської міської ради «Про внесення змін до рішення Київської міської ради від 18 грудня 2018 року № 465/6516 «Про затвердження Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки» розроблено Департаментом суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

За результатами юридичної експертизи проекту рішення зауважуємо наступне.

1. Відповідно до підпункту 8.2. пункту 8 Розділу II Порядку розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві, затвердженого рішенням Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року № 520/2589 (в редакції рішення Київської міської ради від 12 листопада 2019 року № 65/7638), (далі – Порядок) відповідальний виконавець програми забезпечує проведення експертизи проекту внесення змін до програми, його погодження та затвердження відповідно до пунктів 4, 5 та 7 цього розділу.

В свою чергу, згідно з підпунктами 5.2, 5.3, 5.4 пункту 5 Розділу II Порядку Департамент економіки та інвестицій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) та Департамент фінансів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) надають розробнику проекту у письмовій формі висновок «Про погодження проекту програми» (позитивний висновок).

Однак, висновки Департаменту економіки та інвестицій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) та Департаменту фінансів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) не відповідають вимогам підпункту 5.4 пункту 5 Розділу II Порядку.

2. Пояснювальна записка до проекту рішення не містить інформації/обґрунтування щодо стратегічної екологічної оцінки.

Виконувач обов'язків начальника
юридичного управління



Ольга ЯКОВЛЄВА

20 березня 2020 року



**Заступник міського голови –
секретар Київської міської ради**

Мусі В.В.
Страннікову А.М.
Гаршиній Г.А.

Прошу розглянути проект рішення від 23.03.2020
№08/231- 730/ІР в установленому порядку.

Пихтіній О.М.

Для контролю за проходженням та тиражування.

Юнаковій С.М.
Мондріївському В.М. – до відома
Поворознику М.Ю. – до відома

Володимир ПРОКОПІВ

“23” березня 2020 року
№ 08/231 – 730/ІР



УКРАЇНА

08/231-730/ПР
23.03.2020

**ВИКОНАВЧИЙ ОРГАН КИЇВСЬКОЇ МІСЬКОЇ РАДИ
(КИЇВСЬКА МІСЬКА ДЕРЖАВНА АДМІНІСТРАЦІЯ)**

вул. Хрещатик, 36, м. Київ, 01044, тел. (044) 202 71 29, (044) 202 75 58, факс 202 76 41, e-mail: kmda@kma.gov.ua

Контактний центр міста Києва (044) 15 51 Код ЄДРПОУ 00022527

E-mail для електронних звернень громадян: zvernen@kma.gov.ua

23.03.2020 № 009-32р

на № _____ від _____

Київська міська рада

Про подання проекту рішення

Відповідно до статей 26, 29 Регламенту Київської міської ради, затвердженого рішення Київської міської ради від 07 липня 2016 року №579/579, глави 3 розділу VIII Регламенту виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), затвердженого розпорядженням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 08 жовтня 2013 року №1810 за поданням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) направляю проект рішення Київської міської ради «Про внесення змін до рішення Київської міської ради від 18 грудня 2018 року № 465/6516 «Про затвердження Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки».

У відповідності до пункту 3.4 глави 3 розділу VIII Регламенту виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), затвердженого розпорядженням виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 08 жовтня 2013 року № 1810 інформую, що відповідальними за представлення та супроводження проекту рішення на всіх стадіях розгляду є директор Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) Лелюк Роман Валерійович (тел. 235-07-00).

Додатки:

- проект рішення Київської міської ради на 2 арк. в 1 прим.;
- пояснювальна записка на 4 арк. в 1 прим;
- додатки до проекту рішення Київської міської ради на 28 арк. в 1 прим;
- порівняльна таблиця до проекту рішення Київської міської ради на 35 арк. в 1 прим;

З повагою

Керівник апарату

Дмитро ЗАГУМЕННИЙ

Роман Лелюк 237-07-00

Анатолій Данильчук 235-05-15

189750