

**Пояснювальна записка до звіту про хід виконання**  
Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери  
міста Києва на 2022-2024 роки  
за 2022 рік

1. Узагальнені результати виконання завдань та заходів програми:

Кількість заходів програми, од.			Відсоток виконаних заходів, %
Всього	Виконаних	Невиконаних	
6	4	2 (1 частково виконаний)	67 %

1.1. Перелік найбільш вагомих виконаних заходів:

- налагодження дієвого діалогу між Київською міською радою, її органами, структурними підрозділами виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), районними в місті Києві державними адміністраціями, підприємствами, установами, організаціями комунальної власності територіальної громади міста Києва та громадянськістю з метою забезпечення інформаційних потреб киян шляхом проведення інформаційно-комунікативних і просвітницьких кампаній (1.1.);
- підвищення прозорості діяльності Київської міської ради, її органів, структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), районних в місті Києві державних адміністрацій, підприємств, установ, організацій комунальної власності територіальної громади міста Києва, налагодження дієвої взаємодії з територіальною громадою та засобами масової інформації шляхом організації та проведення заходів за участю експертів і представників громадянського суспільства (1.2.);
- виготовлення та поширення тематичних відео- та аудіороликів соціального характеру з метою роз'яснення суті міських політик для киян різних вікових категорій та соціальних груп (1.4.);
- забезпечення розробки та поширення якісного медіаконтенту для мешканців і гостей столиці, журналістського та експертного середовища, протидія дезінформації щодо спотворення процесів, які відбуваються в місті Києві шляхом вдосконалення комунікативного потенціалу (2.1.);
- об'єднання потужностей телекомпанії «Київ», радіостанції «Київ FM», вебпорталу [kuiv.media](http://kuiv.media), сервісів сучасних каналів комунікацій з метою:
  - задоволення інформаційних, освітніх і культурних потреб киян усіх вікових категорій і соціальних груп з осередком аудиторії 30 – 59 років, цільовою аудиторією 18+ та наявною аудиторією 4+;
  - створення мультимедійної платформи, поєднання традиційних і новітніх технологій виробництва контенту сучасних каналів комунікацій;
  - створення інклюзивного середовища та забезпечення безперешкодної доступності до інформації про події в місті Києві для осіб з обмеженими можливостями (зокрема, з порушенням зору та слуху) (2.2.).

### 1.2. Перелік найбільш вагомих невиконаних заходів:

- забезпечення літературних і просвітницьких потреб мешканців міста Києва всіх вікових категорій шляхом видання (підготовка до друку, друк) та безкоштовного розповсюдження книжкової (першодрук) та поліграфічної продукції, довідкових, іміджевих, презентаційних, просвітницьких, інформаційних матеріалів, виготовлення відзнак, посібників на підтримку заходів і завдань, визначених у рішеннях Київської міської ради, розпорядженнях Київського міського голови та виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), планах і програмах, затверджених Київським міським головою, окремих доручень Київського міського голови, заступника міського голови - секретаря Київської міської ради, першого заступника та заступників голови Київської міської державної адміністрації, загальнонаціональних проєктів, завдань державної інформаційної політики тощо (1.3.).

### 2. Оцінка ефективності виконання програми:

Результативні показники				Індикатори програми			
Кількість результативних показників, од.			Відсоток виконаних результативних показників, %	Кількість індикаторів програми, од.			Відсоток досягнутих індикаторів програми, %
Всього	Виконаних	Невиконаних		Всього	Досягнутих	Недосягнутих	
30	24	6	80%	11	11	-	100%

Враховуючи введення воєнного стану в Україні (відповідно до Указу Президента України від 24.02.2022 № 64 «Про введення воєнного стану в Україні» (зі змінами) у зв'язку із військовою агресією Російської Федерації проти України та спрямування бюджетних коштів під час воєнного стану на більш пріоритетні для життєдіяльності країни статті та витрати (беручи до уваги постанову Кабінету Міністрів України від 09.06.2021 № 590 «Про затвердження Порядку виконання повноважень Державною казначейською службою в особливому режимі в умовах воєнного стану»), не усі рахунки на послуги, визначені Міською цільовою програмою розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2022-2024 роки (далі – МЦП), було оплачено через казначейські служби. На виконання пункту 3 Протоколу доручень першого заступника начальника Київської міської військової адміністрації № 13 (9075), напрацьованого під час наради з обговорення оперативних питань 26.04.2022, з метою ефективності використання бюджетних коштів в умовах воєнного стану, було вжито заходів щодо оптимізації витрат коштів, передбачених на 2022 рік.

### Департамент суспільних комунікацій

В умовах повномасштабного російського вторгнення Департамент суспільних комунікацій забезпечив стабільне функціонування всієї інформаційно-комунікативної сфери столиці. За координації Департаменту 2022 – став роком розвитку столичних медіа, попри складні обставини. З урахуванням нових викликів, змінились тематичне наповнення інформаційних заходів та кампаній, формати та контент мовлення комунальних ЗМІ, а їх популярність та аудиторія значно зросли.

Не зважаючи на воєнний стан в Україні, власними силами Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) (далі – Департамент) та підпорядкованих комунальних підприємств протягом звітнього періоду забезпечено виконання пунктів 1.1., 1.2. та 1.4. (інформація додається нижче).

Пріоритетними напрямками виконання МЦП протягом січня-грудня 2022 року були:

✓ у період з 01.01.2022 по 31.12.2022 Департаментом спільно з Центром комунікації було проведено 29 інформаційно-комунікативних кампаній, з яких: власними силами Департаменту – 6, Центру комунікації – 14. За рахунок бюджету: Департамент – 2, Центр комунікації – 7:

1. інформаційно-комунікативна кампанія «Донор: Підтримай Україну – твоя країна – твоя кров»;
2. інформаційно-комунікативна кампанія «16 днів проти насильства»;
3. інформаційно-комунікативна кампанія «Пожежна безпека»;
4. інформаційно-комунікативна кампанія «Медіаграмотність»;
5. інформаційно-комунікативна кампанія щодо перейменування об'єктів топоніміки;
6. інформаційно-комунікативна кампанія «Звитяжні герої»;
7. інформаційно-комунікативна кампанія «Відновлення та розвиток ресурсів родини – дієва підтримка дитини»;
8. інформаційно-комунікативна кампанія «Пункти обігріву»;
9. інформаційно-комунікативна кампанія «Київ – це...»;
10. інформаційно-комунікативна кампанія «Українська – це круто!»;
11. інформаційно-комунікативна кампанія «Разом перемаємо!»;
12. інформаційно-комунікативна кампанія до Дня Конституції України;
13. інформаційно-комунікативна кампанія щодо психологічних порад під час дії воєнного стану;
14. інформаційно-комунікативна кампанія до Дня батька в Україні;
15. інформаційно-комунікативна кампанія до Дня захисту дітей в Україні;
16. інформаційно-комунікативна кампанія до Дня Європи в Україні;
17. інформаційно-комунікативна кампанія до Дня Незалежності України;
18. інформаційно-комунікативна кампанія до Дня Києва;
19. інформаційно-комунікативна кампанія до Дня захисників та захисниць України та Дня козацтва;
20. інформаційно-комунікативна кампанія щодо ефективного проходження опалювального сезону у місті Києві;
21. інформаційно-комунікативна кампанія щодо роз'яснення послуг «Центру комунального сервісу»;
22. інформаційно-комунікативна кампанія «Безпека дорожнього руху»;
23. інформаційно-комунікативна кампанія «Вірю в Збройні Сили України»;
24. інформаційно-комунікативна кампанія з інформування киян про основні правила поведінки містян у період режиму воєнного стану;
25. інформаційно-комунікативна кампанія «Переваги вакцинації від COVID-19»;
26. інформаційно-комунікативна кампанія з інформування киян про основні правила поведінки під час виникнення надзвичайних ситуацій;
27. інформаційно-комунікативна кампанія з інформування киян щодо отримання

соціальних пільг для внутрішньо-переміщених осіб;

28. інформаційно-комунікативна кампанія «Територіальна оборона міста Києва»;

29. інформаційно-комунікативна кампанія щодо поширення важливої інформації у сфері житлово-комунального господарства;

✓ підвищення індексу публічності та прозорості міської влади шляхом оперативного забезпечення громадськості вчасною, достовірною, об'єктивною, збалансованою інформацією про діяльність органів виконавчої влади та місцевого самоврядування в електронних та цифрових засобах масової інформації, а саме: в ефірі комунального підприємства Київської міської ради «Телекомпанія «Київ» (далі – КП КМР «ТК «Київ», телекомпанія «Київ») та комунального підприємства «Радіостанція «Голос Києва» (далі – КП «Радіостанція «Голос Києва», радіостанція «Київ FM»), на об'єднаному вебпорталі комунального підприємства Київської міської ради «Телекомпанія «Київ» і комунального підприємства «Радіостанція «Голос Києва» «Київ.Медіа» (<https://kyiv.media/>) (далі – «Київ.Медіа»); комунальним підприємством Київської міської ради «Київінформ» (далі – КП «Київінформ»), яке об'єднує такі джерела інформації, як вебпортал «Вечірній Київ», вебпортал та газету «Хрещатик Київ», а також відповідні сторінки у соціальній мережі «Фейсбук» та месенджері «Телеграм»; комунальним некомерційним підприємством виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) «Центр комунікації» (далі – Центр комунікації) на усіх його діджитал ресурсах;

✓ забезпечення оприлюднення розпоряджень та наказів Київської міської військової адміністрації, розпоряджень Київського міського голови, проєктів розпоряджень та розпоряджень виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), проєктів регуляторних актів на Офіційному порталі Києва у режимі 24/7, за винятком інформації у рубриках «Новини», «Анонси», «Фотогалерея»;

✓ з метою наближення проєкту Комунікативної стратегії міста Києва, розробленої у 2021 році, до реалій воєнного часу, Департаментом організовано тренінги:

- у липні 2022 року – тренінг для державних та публічних службовців структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) та районних в місті Києві державних адміністрацій на тему «Кризові комунікації в умовах війни». Лекцію провели Данило Метельський - начальник Науково-освітнього центру соціальних трансформацій, атестацій, тренінгів з підвищення кваліфікації, грантового менеджменту та організації міжнародних мистецьких резиденцій Київського міського центру народної творчості - Співоче поле та Ігор Булгаков - комунікаційний менеджер та графічний дизайнер Центру соціальних трансформацій/Center of Social Transformations. Основна мета – підвищення обізнаності державних службовців у сфері комунікацій з громадськістю та практичне вдосконалення комунікаційних навичок, зокрема в роботі у соціальних мережах;

- у грудні 2022 року – блок тренінгів для представників структурних підрозділів міської влади:

- «Оцінка ефективностей комунікацій»,
- «Кризові комунікації».

Мета заходів – налагодження комунікації влади з громадою, оперативне та правильне донесення інформації. Проєкт реалізовано [Центром стратегічних комунікацій та інформаційної безпеки](#) спільно з [Міністерством культури та інформаційної політики України](#), проєктом ЄС «Підтримка стратегічних комунікацій в Україні» та [Центр демократії та верховенства права](#) за фінансової підтримки Посольства Швеції в Україні.

Протягом звітного періоду до висвітлення основних пріоритетів життєдіяльності міста Києва в умовах військових дій та сучасних суспільно-економічних реалій долучилися комунальні засоби масової інформації: комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпанія «Київ», комунальне підприємство «Радіостанція «Голос Києва» та комунальне підприємство Київської міської ради «Київінформ».

У щоденному інформаційному мовленні в інтерактивному форматі телекомпанії «Київ» та радіостанції «Київ FM» відбувається постійна комунікація «влада-громада» між представниками столичної влади (депутатами Київської міської ради, заступниками голови виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), керівниками структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), представниками громадських організацій, експертами, військовими, представниками тероборони тощо) та глядачами й слухачами. Під час безперервного інформаційного мовлення на телеканалі та у рамках інформаційно-аналітичних програм на радіо охоплюються усі аспекти та актуальні події життя столиці в умовах воєнного стану.

КП «Київінформ» активно долучається до висвітлення основних пріоритетів розвитку міста Києва в сучасних суспільно-економічних реаліях. Тематичні матеріали розміщуються на вебпорталі «Вечірній Київ» за тегами: #Комунікації (<https://vechirniy.kyiv.ua/tag/85/>), #Громадянське суспільство (<https://vechirniy.kyiv.ua/tag/86/>), #Центр комунікації (<https://vechirniy.kyiv.ua/tag/344/>).

На реалізацію проєкту Комунікативної стратегії міста Києва вплинуло впровадження в Україні воєнного стану, у зв'язку з яким її затвердження призупинено через необхідність коригування проєкту з урахуванням нових умов та викликів сьогодення;

✓ організація Департаментом заходів на базі Українського національного інформаційного агентства «Укрінформ» за темами визначеними МЦП: підготовка та розміщення інтерв'ю:

- Марини Хонди – заступниці голови Київської міської державної адміністрації: «Ми вже з літа готуємося до важкої зими»,
- Петра Пантелеєва – заступника голови Київської міської державної адміністрації: «Київ щодня нарощує потужності, щоб вистояти у випадку критичної ситуації»,

підготовка та розміщення статей:

- «Виставка «Війна крізь об'єктив: фото з України» як доказ для трибуналу над росією»;
- «Громадська Рада при Київській міській державній адміністрації розглянула близько 50 питань»;
- «Інтеграція петицій у «Київ Цифровий» популяризувала сервіс у десятки разів – Київська міська державна адміністрація»;

«З лютого оператори «гарячої лінії» Києва опрацювали майже мільйон звернень»;

- «Мешканці столиці вже підтримали 92 петиції до Київради – Хацевич»;

✓ Департамент спільно з КП «Київінформ» власними силами протягом звітного періоду провели ряд заходів, до прикладу:

- групову психологічну підтримку для редакції «Вечірній Київ» від Інституту розвитку регіональної преси;
- організували в місті Києві прокатний пункт бронежилетів для працівників медіа (за домовленістю з Національною спілкою журналістів України);
- показ фільму «Вітер зі сходу» – вебпортал «Вечірній Київ» став медіапартнером кіновечора з народною артисткою України Адою Роговцевою;
- у грудні КП «Київінформ» разом зі Національною спілкою журналістів України було реалізовано проєкт «Стіна» – фотовиставку «Війна крізь об'єктив: фото з України». Відкриття фотовиставки відбулося 02.12.2022 у фойє станції метро «Золоті Ворота». Цей проєкт реалізований у співпраці із європейськими партнерами і покликаний привернути додаткову увагу міжнародної спільноти до війни в Україні. Крім експонування у місті Києві та найбільших містах України, виставка побуває у ряді великих європейських міст тощо.

✓ Департаментом спільно з КП «Київінформ» виготовлено та поширено 64 тематичних відеоролики соціального характеру з метою роз'яснення суті міських політик для киян різних вікових категорій та соціальних груп. Матеріали розміщено на створеному офіційному акаунті «Вечірній Київ» у мережі «Тікток» (<https://www.tiktok.com/@vechirniykyiv>).

Основна тематика відеороликів:

- війна, пам'ять про полеглих героїв, патріотизм та волонтерська робота (30 відеоматеріалів);
- Київ, кияни та їх взаємодія з міською владою (29 відеоматеріалів);
- соціальний захист та культура (5 відеоматеріалів).

### **КП «Київінформ»**

- У січні-грудні 2022 року:
- загальна кількість унікальних відвідувачів на вебресурсах КП «Київінформ» за даними Google Analytics становить 11,4 млн;
- підприємством виготовлено 22 116 інформаційних матеріалів;
- загальне охоплення аудиторії в соціальних мережах КП «Київінформ» – 58,6 млн переглядів;
- загальна кількість переглядів сторінок вебсайтів (вебпорталів) КП «Київінформ» становила 51,9 млн).

У перші місяці військового вторгнення в Україну КП «Київінформ» працювало в цілодобовому режимі, забезпечуючи висвітлення останніх новин у Києві та Україні, оперативних зведень із лінії фронту, заяв урядовців та військового керівництва України та столиці. Кількість статей у стрічці новин було збільшено: якщо в довоєнний період в середньому за тиждень виходило близько 200 матеріалів, то в перші місяці військового вторгнення – кількість зросла до 350-400 матеріалів.

Основними напрямками діяльності КП «Київінформ» у звітному періоді були:

- забезпечення розробки та поширення якісного медіа-контенту для мешканців та гостей столиці, журналістського та експертного середовища, протидія дезінформації та спотворення процесів, які відбуваються у місті Києві через вдосконалення комунікативного потенціалу шляхом:

- висвітлення на ресурсах КП «Київінформ» найактуальніших новин міста, виходу циклу інтерв'ю з депутатами Київської міської ради та посадовцями виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) на актуальні теми; виступів військових спікерів;
- подачі найоперативнішої інформації від служб міста Києва та Київської області;
- інформування про головні рішення та кроки, які здійснює столична влада для забезпечення повноцінної життєдіяльності Києва в умовах воєнного стану;
- спростування фейків та запобігання паніці серед населення (із перших днів військового вторгнення Російської Федерації в Україну), а наприкінці вересня КП «Київінформ» започатковано новий напрямок діяльності – проєкт «Стоп фейк», в рамках якого на кінець року виявлено 24 інформаційні кампанії, що містять недостовірну, або маніпулятивно викладену інформацію та вжито 319 інформаційних дій для спростування недостовірної інформації, роз'яснення логіки прийнятих рішень.

- випуск газети «Хрещатик Київ» – публікації оголошень, реклами, повідомлень та офіційних документів Київської міської ради, виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), новин про головні події в столиці, аналізу рішень столичної влади та їх впливу на життєдіяльність міста (тираж за 2022 рік становить 34,5 тис. примірників);

- спецвипуск газети «Вечірній Київ» – у грудні 2022 року, тиражем 5925 примірників, присвячений Героям-киянам. На восьми сторінках зібрано історії про загиблих. Деякі з них також розміщені на меморіальних дошках у Міністерстві у справах ветеранів;

- з метою увіковічнення героїзму та підтримки патріотичного духу під час війни, продовжується інтенсивна робота в рамках спецпроєкту «У кожного свій фронт» (розповідаються історії захисників, волонтерів, підприємців, врятованих людей, полеглих воїнів); для збереження пам'яті про захисників, які віддали своє життя у боротьбі за Україну, підприємство започаткувало рубрику «Пантеон Героїв»; створено та постійно оновлюються рубрики: «Свій фронт», «Віримо у ЗСУ», «Герої-кияни», «Нові топоніми Києва», «Неподарована державність» та інші, в яких журналісти розповідають про щоденні подвиги українців, роль нових імен для України та столиці;

- активне поширення у соцмережах та засобах масової інформації фотографій фотокореспондентів КП «Київінформ», які знімали унікальні кадри воєнних подій (після відступу ворога від міст: Києва, Бучі, Ірпеня, Бородянки інших). У липні 2022 року, з метою увіковічнення історичної правди про страшні наслідки військової агресії Російської Федерації на території України, світлини фотокореспондентів підприємства із збереженням авторства передано на зберігання до архіву Центрального державного кінофотофоноархіву України ім. Г. С. Пшеничного.

## Центр комунікації

Протягом 2022 року опубліковано:

- фейсбук: 1 159 постів (з них 937 дописів з інформаційно-роз'яснювальними інфографіками власного виробництва), із загальним охопленням 5 мільйонів 100 тисяч унікальних користувачів;
- телеграм: 1 140 публікацій;
- інстаграм сторінка – відновлено з 25.03.2022, станом на 31.12.2022 – 560 публікацій;
- тікток сторінка – створено 31.05.2022. Станом на 31.12.2022 опубліковано 560 публікацій.

Основними напрямками роботи Центру комунікації, окрім проведення інформаційно-комунікативних кампаній, у звітному періоді були:

- роз'яснення суті міських політик в умовах воєнного стану, висвітлення актуальної та корисної інформації для населення міста Києва з офіційних джерел, таких як Кабінет Міністрів України, Міністерство охорони здоров'я України, Київська міська рада, Київська міська військова адміністрація, Центр протидії дезінформації тощо на усіх діджитал ресурсах Центру комунікації.

Пріоритетні тематики публікацій Центру комунікації у соціальних мережах:

- поради щодо безпеки життєдіяльності мешканців столиці;
- поради, застереження та першочергові дії у разі виникнення небезпечних ситуацій;
- корисні поради щодо психологічного та емоційного стану під час війни;
- поради від МОЗ;
- поради від Центру протидії дезінформації;
- оновлення інформації, щодо роботи діджитал застосунку Київ Цифровий (мапи працюючих АЗС, ринків, приватних бізнесів тощо);
- мотиваційні відео та публікації, що висвітлюють героїзм Збройних Сил України, територіальної оборони, ДСНС, медичних працівників, волонтерів та мешканців Києва, які боронять нашу столицю та Україну.

## КП КМР «ТК «Київ» та КП «Радіостанція «Голос Києва»

З початку повномасштабного російського вторгнення в Україну – телекомпанія «Київ» та радіостанція «Київ FM» ведуть безперервне інформаційне мовлення, інформуючи про ситуацію в країні та безпосередньо у місті Києві, включаючи репортажі з місця подій у столиці. Телекомпанія «Київ» також використовувала ефір спільного марафону медіагруп 1+1 media, StarLightMedia та InterMediaGroup, ініційованого Міністерством культури та інформаційної політики України.

Об'єднано потужності телекомпанії «Київ» та радіостанції «Київ FM». Завершено монтаж декорацій та технічного телевізійного облаштування студії радіостанції «Київ FM», що забезпечило одночасне мовлення з нового студійного майданчика одразу у два ефіри, «переклички» між студіями, використання її як додаткового гостьового майданчика для запуску нових розмовних проєктів, а також запису музичних номерів та невеликих концертів з якісним звуком; облаштовано та запущено в експлуатацію знімальний майданчик для повідомлення оперативної інформації та ситуації на дорогах; ідея локації – створення своєрідного «пункту



оперативного чергового», який слідує за всіма надзвичайними подіями та забезпечує їх повідомлення у режимі breaking news.

Важливою складовою роботи телекомпанії «Київ» та радіостанції «Київ FM» є оповіщення цивільного населення про небезпеку – повідомлення про сигнали повітряної тривоги. телекомпанія «Київ» стала першою телевізійною кнопкою для киян, які ховалися у Київському метрополітені («постійні мешканці» підземки мали доступ до інформації про життя столиці в режимі реального часу).

У прямому ефірі телекомпанії «Київ» та радіостанції «Київ FM» продовжується висвітлення поточної ситуації в країні та у місті Києві, зокрема про ситуацію в районах бойових дій, подробиці життя кожного району столиці, руйнування та відновлення критичної міської інфраструктури, місця укриття та роботу гуманітарних штабів, інформація про роботу аптек, магазинів, екстрені відомості щодо відкритих гуманітарних коридорів для евакуації населення, застереження людей щодо небезпек у звільнених від окупанта містах, про роботу метрополітену в режимі укриття та відновлення транспортного сполучення, про евакуаційні рейси та роботу залізниці, дотримання правил, які рятують життя в умовах воєнного стану, про ситуацію із енергосистемою столиці після російських атак тощо. До тематичних гостьових теле- та радіоефірів залучаються профільні експерти; оперативно транслюються офіційні ролики, виступи офіційних спікерів й посадовців. Також інформація дублюється на ютуб-каналі, онлайн-платформах підприємств, оперативно оновлюється на інформаційному сайті і соціальних мережах підприємств.

За рік на об'єднаному вебпорталі комунального підприємства Київської міської ради «Телекомпанія «Київ» і комунального підприємства «Радіостанція «Голос Києва» «Київ.Медіа» вдвічі зросла загальна кількість унікальних користувачів – до 3 млн відвідувачів.

## **Телекомпанія «Київ»**

Впродовж звітнього періоду рейтинг телеканалу «Київ» був стабільно високим і досягав максимальних показників в 4,5% долі. Загальне охоплення сягає близько 700 тисяч киян на місяць за даними панелі «Ланет». У порівнянні із аналогічним періодом 2021 року дані показники каналу виростили у понад 10 разів за показником долі та у 3 рази за показником охоплення аудиторії. За даними панелі «Ланет» телекомпанія «Київ» входить до 7 найпопулярніших каналів серед її користувачів й підписників. З урахуванням мовлення в кабельних мережах, ОТТ провайдерах України та на супутнику – на кінець звітнього періоду загальне щотижневе охоплення у глядачах всієї України сягає 5 мільйонів.

Враховуючи відсутність офіційного телевимірювання, телекомпанією розроблено власна методика телевимірювання, спираючись на відкриті дані ОТТ провайдерів.

За підсумками звітнього періоду акаунти телекомпанії «Київ» на діджитал платформах показали такі результати:

- фейсбук: зростання з 64 тис. до 80 тис. підписників, сукупне охоплення публікацій телекомпанії «Київ» у мережі «Фейсбук» за 12 місяців 2022 року – понад 22 млн унікальних користувачів;
- ютуб «телеканал «Київ»: зростання з 38,5 тис. до 360 тис. підписників у січні-грудні 2022 року, кількість переглядів за 12 місяців 2022 року – 241,2 млн;

- ютуб «КІЇВ24»: станом на кінець 2022 року 208 тис. підписників, кількість переглядів за 12 місяців 2022 року – 191 млн переглядів;
- інстаграм: з 9 тис. до 10,5 тис. підписників у січні – грудні 2022 року, охоплення за 12 місяців 2022 року склало 663 тис.;
- тікток: акаунт «КиївNewsRoom» створено на початку 2022 року, кількість переглядів відеоконтенту за 12 місяців 2022 року – 19,5 млн;
- телеграм канал: зростання з 970 до 3,3 тис. підписників у січні – грудні 2022 року.

Ефір будніх днів телекомпанії «Київ» забезпечено власним мовленням з 7:00 до 23:00, згодом було подовжено до 01:00, а у вихідні дні прямий ефір триває впродовж 10 годин з оригінальною інформацією.

Основними напрямками телекомпанії «Київ» у звітному періоді були:

- переформатування роботи усіх технічних служб та редакцій телекомпанії «Київ» й забезпечення роботи 24/7 у прямому ефірі з оригінальною, найактуальнішою та оперативною інформацією (на фоні пошкодження об'єктів критичної інфраструктури та «віялових» відключень електропостачання у столиці восени, телекомпанія «Київ» вирішує питання роботи студії та безперервного виходу у прямий ефір за допомогою дизель-генератора);

- оптимізація структури та налагодження технологічних процесів інформаційного мовлення телекомпанії «Київ» (завершення форматування денної сітки мовлення; зростання медіапоказників телекомпанії «Київ», зокрема, у липні поточного року завершено створення власного аналітичного відділу; розпочато аудит візуального оформлення телекомпанії «Київ», за результатами якого буде здійснено оновлення стилю, враховуючи вимоги сьогодення;

- узгодження та підписання ряду договорів з ТОВ «ВОЛЯ-КАБЕЛЬ» про співпрацю, що дає можливість розширити розповсюдження (ретрансляцію) програм телекомпанії «Київ» на території України в аналоговому та цифровому форматі, у тому числі, з використанням IP-протоколу, включаючи використання технології IPTV (понад 30 міст); розроблена власна методика телевимірювання, спираючись на відкриті дані ОТТ провайдерів);

- забезпечення знімальних груп телекомпанії «Київ» з перших днів війни бронезилетами та шоломами; продовження роботи у ефірі навіть під час повітряних тривог; захист ефіру від несанкціонованого втручання; проведення додаткового аналізу вихідних даних КП КМР «ТК «Київ» на усіх медіаресурсах на наявність потенційно небезпечної інформації, якою міг би скористатися ворог;

- створення інклюзивного середовища та забезпечення безперешкодної доступності до інформації про події у місті Києві для осіб з обмеженими можливостями шляхом перекладу жестовою мовою вечірніх блоків новин «Київ.Newsroom». Одночасно ефір телеканалу супроводжується рухомих рядком, в якому подається соціально-важлива та актуальна інформація;

- запуск «Військового блогу» (практично з перших днів повномасштабної війни в Україні – репортажі з гарячих точок, знімальна група однією з перших побувала на місцях злочинів Російської Федерації у Київській області);

- паралельно з інформаційним мовленням, велась робота над документальними проектами: створено цикл фільмів короткого формату «Міста-герої» про ті міста, що потерпають від російської навали – Київ, Чернігів, Харків, Одеса, Маріуполь, Охтирка, Миколаїв, Буча, Гостомель, Ірпінь; цикл сюжетів про врятованих тварин й тих людей, які готові обмежувати власні потреби заради чотирилапих друзів; журналісти телекомпанії «Київ» продовжують документувати звірства окупаційних військ Російської Федерації, які вони вчиняли на території передмістя; зроблено цикл сюжетів про військових полку «Азов»; цикл «Моя війна» про історії людей, які змінили свої мирні професії на військову справу й стали на захист Батьківщини; проєкт «Війна – це» – про тих, хто втратив своє життя на війні, тих, хто не знає про долю своїх рідних;

- з метою формування та розвитку медійнограмотної спільноти, яка здатна протидіяти російській пропаганді впроваджено такі проєкти: спільно з Управлінням стратегічних комунікацій Апарату Головнокомандувача Збройних Сил України, телекомпанією «Київ» запущено у виробництво цикл програм «ІПСО» (розвінчуються міфи та наративи кремлівської пропаганди та технології впливу); рубрика «Новини з-за парєбріка» (розвінчується російська пропаганда); «Говорить Київ» – авторське шоу ведучого Богдана Буткевича, де обговорюються найактуальніші політичні, культурні та соціальні новин дня (програма передбачає й відео версію, яка транслюється в ефірі телекомпанії «Київ»);

- у співпраці із ТОВ «СтратКом» створено цикл телесюжетів «(Не)вдома» (історії біженців з окупованих міст України, які знайшли прихисток у Києві та змогли реалізуватися); рубрику «Зона комфорту» (журналісти телекомпанії «Київ» разом з військовослужбовцями та експертами діляться інформацією про те, як виживати в умовах сьогодення: як розвести багаття, очистити воду, зібрати наплічник, правильно поводитися в умовах відключення світла та ядерної загрози тощо);

- День Незалежності у столиці відпрацьовано на трьох локаціях: Хрещатику, даху ресторану «Авалон» та студії телеканалу «Київ» (під час повітряної тривоги мовили з бомбосховища); запрошено представників ЗСУ, політиків, зірок, волонтерів; обговорено 6 місяців українського протистояння російським загарбникам.

## **Радіостанція «Київ FM»**

Радіостанція «Київ FM» присутня в додатку «RadioPlayer»; аудиторію радіостанції розширено шляхом платформи «Tuneln» (станом на кінець звітнього періоду – 18 300 іноземних слухачів).

За підсумками звітнього періоду акаунти радіостанції «Київ FM» на діджитал платформах показали значний приріст охоплення:

- охоплення фейсбук: на кінець 2022 року склало 8,7 млн користувачів;
- охоплення інстаграм: понад 890 тис. користувачів;

- на онлайн-платформі радіостанції «Київ FM» «SOUNDCLOUD» на кінець 2022 року – 13 994 прослуховувань.

З 01.02.2022 відбулося переформатування радіостанції «Київ FM» із музично-інформаційної у інформаційну радіостанцію (в ефірі залишилося не більше 10% музики, здебільшого української).

З початком повномасштабного вторгнення Російської Федерації – перехід радіостанції «Київ FM» на власний інформаційний марафон у проміжку з 8:00 до 20:00.

З травня 2022 року радіостанція «Київ FM» повернулася до систематизованого лінійного ефіру (до ефіру повернулися випуски новин – їх стало більше, додалися інформаційні випуски на вихідних, новини спорту).

Про роботу радіостанції «Київ FM» під час війни розповідали іноземні медіа, зокрема, у німецькому журналі «bedrohte Völker - rogram» вийшла стаття «Вийти за межі».

Основні напрямки діяльності радіостанції «Київ FM» упродовж 2022 року:

- у відповідь на інформаційні виклики агресії Російської Федерації оперативно запущено 4 нових актуальних проекти: «Шукачі притулку» (про українців, які були змушені втікати від війни й шукати прихистку у різних країнах світу); «Іскра життя» (історії українців, яким вдалося вижити в окупації, в полоні, під час бомбардувань); «СтопФейк» – (розвінчування російської пропаганди); «Хедлайни» (огляд міжнародних засобів масової інформації);

- з початку червня і до кінця звітнього періоду ефірна лінійка наповнювалася новими програмами, зокрема, запустилися нові проекти, які відповідають вимогам часу: «Сам собі країна» (присвячений культурним явищам різних періодів історії України); «Кольори серця» (історії українців, які з робочих чи особистих мотивів давно живуть і працюють за кордоном); «Блогпост» (щоденна авторська рубрика військового оглядача про види зброї, яка стоїть на озброєнні української армії); «#АНАЛОГОВНЕСТ» (програма, яка висміює намагання росіян здійснити імпортозаміщення товарів та послуг західних компаній); «Відкритий простір» (програма про відбудову зруйнованих росіянами міст та сіл України); «Третій сектор» (щотижнева авторська інформаційна програма Ярослава Федоренка про вплив громадянського суспільства на розвиток України); «Зелений коридор» (практичні рекомендації та алгоритми дій, які допомагають впоратися з будь-якою непростою життєвою ситуацією, а також дбати про психічне здоров'я під час війни); «Ми залишились» (про відомих киян, які не покидали столицю від першого дня повномасштабного вторгнення та ведуть свій особистий фронт кожен на своєму місці); «Герої України» (про українських захисників та захисниць, які віддали своє життя захищаючи Україну, були відзначені званням Героя України посмертно); у співпраці із телекомпанією «Київ» та Управлінням стратегічних комунікацій Апарату Головнокомандувача ЗСУ запущено у виробництво цикл програм «ІПСО», у яких ведучі розкривають суть інформаційно-психологічних спецоперацій ворога. Ці програми поширюються на платформі з обміну контентом між телекомпаніями – Media Change Ukraine, яка діє під егідою Національної ради України з питань телебачення та радіомовлення для місцевих мовників в Україні;

- впродовж звітного періоду в ефірі радіостанції продовжила виходити програма «Київ:Разом» (для допомоги бізнесу, який відновлює роботу в місті Києві під час воєнного стану надається можливість безкоштовно рекламувати свої послуги, та отримати інформаційну підтримку на усіх медіамайданчиках); новий проєкт «Експертна думка» (цікаві розмови з цікавими людьми, де у форматі радіовіжн із гостями обговорюються найрізноманітніші питання життя столиці: від політики до бізнес-проєктів, від інноваційних технологій до актуальних подій культури);

- повернення в ефір радіостанції «Київ FM» проєкту «Київ: Вголос» (створено комунікаційний медіаміст «влада-громада», гостями якої є ньюзмейкери Києва, керівники фракцій/депутати Київської міської ради, заступники голови Київської міської державної адміністрації, керівники структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), обговорюються питання життя столиці сьогодні та долання тих викликів і загроз, які можуть виникати через російську агресію);

- розвиток інформаційно-аналітичного та інформаційно-розважального мовлення шляхом повернення в ефір радіостанції «Київ FM» ряду затребуваних та цікавих проєктів, до яких додалися й нові актуальні проєкти: «Картина дня» (інформаційно-аналітична програма – підсумки дня із залученням профільних експертів на актуальні теми); «Я не можу не спитати» (інтерв'ю з відомими людьми – політиками, письменниками, лідерами думок та інші); «Київ ІнтерАктив» (інтерактивний проєкт з обговоренням актуальних тем міста із слухачами); «Культура: Війна» (новий погляд на українську історію та культуру – слухачів закликають поважати історію країни, пам'ятати власних героїв, відмовитися від нав'язаних цінностей); «Камон плей» (огляд головних спортивних новин тижня); «#KYIVMISTAN» – щотижнева музично-аналітична програма про мистецтво музики та життя, яким воно є; «Коротка історія людства» - програма про визначні події, які формували світову цивілізацію; «Класика жанру» (дитяча програма, яка готується за допомогою самих дітей – малечою озвучуються тексти пісень в ефірі); ранкове інформаційно-розважальне шоу «KYIV MORNING SHOW» (щотижнева музично-аналітична програма про український хіп-хоп – запрошуються цікаві гості: музиканти, продюсери, актори, організатори, проводяться розіграші, ігри, квести з подарунками від партнерів та радіостанції); «Місячні ТрАНбони» (авторська програма про розвиток вітчизняної музики); «Nadya Vasina Show» (авторське шоу гімнастки Надії Васиної; гості програми – люди спорту та активної життєвої позиції, які змінюють світ та пропагують здоровий спосіб життя); «Практична дитинологія» (про дітей від 0 до 18 років – з найкращими експертами у своїй сфері розбирають найпоширеніші ситуації пов'язані з вихованням, освітою та здоров'ям дітей);

- розширення лінійки коротких (до хвилини) інформаційних передач радіостанції «Київ FM»: «Гіннес на FM» (коротка розповідь про світові рекорди, які потрапили до довідника всесвітньо визнаної колекції світових рекордів, як людських досягнень, так і екстремальних фактів природи); «Все про все» (добірка цікавих фактів та відкриттів, яка дивує та вражає кожного слухача); «Історія їжі» (все про їжу), «Чотири кути» (про нерухомість); «Аліска про Київ» (про знакові місця столиці та інші);

- запуск до Дня Незалежності України проєкту «Народжені вільними» (розмови з маленькими українцями про їх ставлення до російської агресії проти України, розвитку нашої держави, бачення майбутнього держави очима дітей).

3. Обґрунтування причин невиконання (низького виконання) програми в цілому: враховуючи введення воєнного стану в Україні (відповідно до Указу Президента України від 24.02.2022 № 64 «Про введення воєнного стану в Україні» (зі змінами) у зв'язку із військовою агресією Російської Федерації проти України, спрямування бюджетних коштів під час воєнного стану на більш пріоритетні для життєдіяльності країни статті та витрати (беручи до уваги постанову Кабінету Міністрів України від 09.06.2021 № 590 «Про затвердження Порядку виконання повноважень Державною казначейською службою в особливому режимі в умовах воєнного стану»), не усі рахунки на послуги, визначені даною МЦП, мали можливість бути оплаченими через казначейські служби. На виконання пункту 3 Протоколу доручень першого заступника начальника Київської міської військової адміністрації № 13 (9075), напрацьованого під час наради з обговорення оперативних питань 26.04.2022, з метою ефективності використання бюджетних коштів в умовах воєнного стану, було вжито заходів щодо оптимізації витрат коштів, передбачених на 2022 рік.

Отже, впродовж звітнього періоду була обмежена можливість проведення інформаційно-комунікативних та просвітницьких кампаній, заходів за участю експертів та представників громадянського суспільства; видання та безкоштовного розповсюдження книжкової та поліграфічної продукції, довідкових, інформаційних матеріалів тощо; виготовлення та поширення тематичних відео- та аудіороликів соціального характеру.

Відповідальний виконавець:

Начальник управління  
інформаційної політики та комунікацій

Леся ГЛОБЕНКО

Директор Департаменту суспільних комунікацій  
виконавчого органу Київської міської ради  
(Київської міської державної адміністрації)

Роман ЛЕЛЮК