

РЕЗУЛЬТАТИ
заключного моніторингу проекту
Програма партнерства у галузі мас-медіа в Україні (UMPP)

Піврічний/річний/заключний (зазначити необхідне)	Заключний
Період звітування	20.09.2015-15.05.2023
1.	Вихідні дані проекту (програми)
Партнер з розвитку	Уряд США через Державний департамент США
Бенефіціар	Державний комітет телебачення і радіомовлення України
Реципієнт	<ol style="list-style-type: none"> 1. ПП «Інформаційне агентство «Центр медіа», м. Одеса 2. Редакція газети «Є», м. Хмельницький 3. «057.ua», ФОП Черкашина І.В., м. Харків 4. «061.ua», ФОП Деркач С.О., м. Запоріжжя 5. ТОВ «ТРК «Львівська хвиля», м. Львів 6. ТОВ Медіа-центр «Наше Слово», м. Мена, м. Чернігів 7. ТОВ «Слобідський край», м. Харків 8. ТОВ «Медіа-центр «Білопільщина» м. Білопілья, м. Суми 9. ГО «Вінницька обласна ГО «Агенція журналістських розслідувань», м. Вінниця; 10. ТОВ «Обрії 1919», м. Ізюм, м. Харків 11. ГО «Миколаївський центр журналістських розслідувань», м. Миколаїв 12. ТОВ «TV-4», м. Тернопіль 13. ГО «Центр досліджень соціальних перспектив Донбасу», м. Київ 14. ПП «Редакція газети «Николаевские новости», м. Миколаїв 15. ПП «Видавничий дім «Приватна газета», м. Кременчук 16. ТОВ «ЧМГ», м. Чернігів 17. ПП «Редакція газети «Гривна», м. Херсон 18. ТОВ «Рекламно-інформаційне агентство «K&K», м. Старобільськ 19. ТОВ «Телерадіокомпанія «Град», м. Одеса 20. ТОВ «Всі Суми Панорама-медіа», м. Суми 21. Закарпатська обласна організація «Ужгородський прес-клуб», м. Ужгород 22. Дочірнє підприємство «Телерадіокомпанія «Аверс», м. Луцьк 23. ГО «Наші гроші», м. Київ 24. ГО «Центр журналістських розслідувань», м. Київ 25. Дочірнє підприємство «Галицький кореспондент», м. Івано-Франківськ 26. ТОВ «Інформаційно-аналітичне агентство «Остро», м. Київ 27. Рівненська обласна правозахисна ГО «Агентство журналістських розслідувань», м. Рівне 28. ГО «Твоє місто Львів», м. Львів 29. ТОВ «Телерадіокомпанія «Сігма», м. Лозова, м. Харків 30. АТ «Національна суспільна телерадіокомпанія України», м. Київ 31. ТОВ «Агенція медіа-технологій «СІД Інформ», м. Луцьк 32. ПП «Медіа ресурс», м. Житомир

	<p>33. ГО «Бюро», м. Дніпро 34. ГО «Слідство.Інфо», м. Київ 35. Сайт Маріуполя 0629.com.ua (ФОП Калантаєвська О.В.)</p>
Номер реєстраційної картки проекту	№ 3324 від 17.11.2015 (перереєстрації: від 25.11.2016 № 3324-01, від 16.01.2017 № 3324-02, від 16.01.2018 № 3324-03, від 09.10.2018 № 3324-04, від 15.01.2019 № 3324-05, від 13.10.2019 № 3324-06, від 07.02.2020 № 3324-07, від 15.02.2021 № 3324-08, від 05.10.2021 № 3324-09, від 21.11.2022 № 3324-10).
2. Інформація про досягнення очікуваних результатів	
Узагальнені результати реалізації проекту (програми) в кількісних та/або якісних показниках	<p>За звітний період «Програмою партнерства у галузі мас-медіа в Україні (UMPP)» (далі – Програма UMPP) підтримано 35 медіа організацій, а саме: 12 друкованих, 11 онлайн, 5 телерадіомовників та 7 розслідувальних агенцій.</p> <p>Програма UMPP забезпечила відібрані українські інформаційні агенції короткотерміновими та довготерміновими можливостями, щоб сформувавши тривалі партнерські відносини з колегами із США через участь в практичному навчанні, організованому їх партнерами із США.</p> <p>За звітний період в рамках Програми UMPP створено 15 партнерств між обраними телевізійними й онлайн інформаційними агенціями та агентствами журналістських розслідувань США та України, розвинуто довготривалі відносини між окремими медіа експертами.</p> <p>76 представників українських медіа стажувалися в американських редакціях, 35 американських медіа менеджерів та журналістів працювали в Україні.</p> <p>Забезпечено навчання експертів українських агенцій під час стажування в американських агенціях. Було втілено ідеї та проекти розвитку медіа агенцій, які були розроблені під час участі в Програмі UMPP, а також надано допомогу колегам з інших агенцій у розвитку незалежних медіа в Україні.</p> <p>Підтримано 55 грантових проектів від учасників та випускників програми.</p> <p>За період з травня 2022 року по травень 2023 року Програма UMPP отримала дозвіл від партнера з розвитку перенаправити кошти, невитрачені на організацію стажування в США, на підтримку регіональних медіа в умовах війни. За цей період 20 регіональних медіа надрукували 236,610 примірників локальних газет та безкоштовно розповсюдили їх в 6 прифронтових та прикордонних регіонах України (Харківській, Миколаївській, Чернігівській, Полтавській, Херсонській, Сумській областях). Створено спільні публікації: Миколаїв-Херсон, Ізюм – Харків, Бахмут – Хмельницький.</p> <p>Створено 100 радіопрограм, зокрема на такі теми, як: «синдром провини тих, хто вижив»; «емоційне вигорання»; «помилки у спілкуванні з військовими».</p>

	Створено 7 телепрограм на теми про внутрішньо переміщених осіб, питання здоров'я, про волонтерські ініціативи, про освіту під час війни. Охоплення аудиторії складає: друкованою продукцією – 1500000 читачів, через онлайн платформи – 4500000 відвідувачів, 8252 глядачів переглянули 5 прямих стрімів/трансляцій двох редакцій після тренінгів зі стрімінгу.
Посилання на інтернет-ресурси, де розміщено інформацію про результати реалізації проекту (програми) та інші матеріали або документи, розроблені в рамках проекту (програми)	Розсилка новин на e-mail. Публікації новин на сторінці програми у Фейсбуці: https://www.facebook.com/UkraineMediaPartnershipProgram/
Загальна сума витрачених під час реалізації проекту (програми) коштів міжнародної технічної допомоги на кінець звітного періоду (за наявності), у тому числі за категоріями:	2,491,073.00 дол. США (станом на 15.05.2023 року)
послуги з організації тренінгів, навчання, опитування, інформаційні кампанії	-
консультаційні послуги	-
обладнання	-
будівельні, ремонтні роботи, технічний нагляд	-
адміністративні витрати виконавця	-
3. Порівняння запланованих результатів проекту (програми) з досягнутими	

Кількісні та/або якісні критерії результативності проекту (програми)	Заплановані результати на кінець звітного періоду	Фактичні результати на кінець звітного періоду
<p>Активна участь експертів українських агенцій у обміні досвідом з американськими колегами під час участі в програмі. Задовільне навчання професіоналів українських агенцій під час стажування в американських агенціях. Втілення ідей та проектів, розроблених під час участі в програмі для розвитку своїх медіа агенцій та допомога колегам з інших агенцій у розвитку незалежних медіа в Україні.</p> <p>Найняти зовнішнього експерта з оцінки впливу програми UMPP на розвиток медіа.</p>	<p>Створити 14 партнерств в період 2015-2019</p> <p>Провести зовнішнє оцінювання впливу програми UMPP за 2014-2019 роки</p>	<p>Всі 14 партнерств успішно створені. У результаті партнерства відбулося покращення навичок медіа експертів у сферах виробництва контенту для різних платформ, планування та проведення журналістських розслідувань, бізнес менеджменту та маркетингу і просування.</p> <p>Змінили формати презентації інформації: текстові та відео експлейнери (пояснювальні матеріали), лонгріди, подкасти, залучено більше діджитал матеріалів, детальний план прямих трансляцій.</p> <p>Інструменти подання інформації: збільшено інфографіку в кращій якості, кепши відео.</p> <p>Використання соціальних мереж: покращилось розуміння сприйняття даних та інформації користувачами соцмереж, підвищено комунікування з читачами, таргетування користувачів соцмереж, створення сторінок в Інстаграмі, адаптація відео для Інстаграму, конкурси серед підписників.</p> <p>Проведено оцінювання впливу «Програми партнерства у галузі мас-медіа в Україні (UMPP)» та виявлено можливості для покращення роботи, а саме:</p> <p>1. Розширити використання даних у проекті, включаючи розширення сфери моніторингу та оцінки.</p> <p>Моніторинг та оцінка Програми UMPP може бути посилена шляхом розробки плану МіО із конкретними показниками, включаючи результати та показники впливу Програми UMPP, орієнтовані на зростання та потреби реципієнтів Програми. Програма UMPP буде проводити технічну оцінку для всіх партнерів та контролювати прогрес кількісно та якісно.</p> <p>2. Посилити співпрацю між українськими та американськими партнерами:</p>

Програма UMPP може будувати міцніші зв'язки між українськими та американськими партнерами через частіші перевірки статусу партнерства, вебінари та інші типи модерowanego онлайн спілкування для інформування американських партнерів про прогрес українських медіа. Крім того, після завершення партнерства Програма UMPP може підтримувати українські медіа за допомогою американських та українських наставників (менторів), частково фінансуючи таку менторську підтримку.

3. Встановити пріоритетні напрямки технічної допомоги під час обмінів у чотирьох ключових сферах, де зовнішня оцінка виявила найбільший вплив: стратегічне мислення, покращення онлайн присутності, диверсифікація форматів контенту, залучення громади.

4. Спеціалізуватися за потребою.

Програма UMPP також може адаптувати візити по обміну у відповідності до плану розвитку, розробленого після технічної оцінки потреб медіа організації, на які посилаються респонденти, наприклад, таких як:

- спеціальне навчання для технічного персоналу - операторів, спеціалістів з інфографіки, фотографів.
- більш тісна взаємодія менеджерів з продажів з американськими колегами..

5. Адаптувати склад групи учасників стажування в США.

За оцінкою зовнішнього експерта, склад учасників групи впливає на подальше прийняття рішень про зміни в розвитку організації. Якщо в групі є топ-менеджери та власники ЗМІ, то це сильно впливає на результати партнерства і забезпечує швидше досягнення позитивних результатів для учасників програми.

6. Розглянути можливість дворічного терміну програми.

Більш ефективний результат роботи Програма UMPP отримає, якщо буде використовувати дворічний термін проведення обмінів з обраними партнерами. Навіть якщо Програма UMPP фінансується щорічно, треба складати план роботи з партнерами, які не змінюються протягом двох років. При дворічному терміні виконання Програми, набувається більше часу для проведення технічних оцінок, організації стажувань, встановлення конкретних цілей для

		стажування і моніторингу їх виконання.
	Створити професійний посібник для працівників медіа сфери.	У 2017 році команда «Програми партнерства у галузі мас-медіа в Україні (UMPP)» склала <i>Посібник із найкращих практик та медіа-інструментів</i> , англійською та українською мовами. У посібнику представлено найкращі медіа-практики США, успішно адаптовані до місцевого контексту та використані українськими регіональними медіа. Посібник складається з таких розділів, як: прямі онлайн-трансляції в дії, способи проведення аукціонного шоу, ресурси, необхідні для монетизації через YouTube, онлайн-реклами як інструмент отримання доходу та організація команди для прямих трансляцій. Також кожен розділ містить очікувані результати. Було розроблено шість найкращих медіа-порад – від управління бізнесом під час рецесії та творчих порад щодо написання текстів до онлайн-інструментів для створення інтерактивного контенту.
	Створити 8 партнерств в період 2020-2022	У звітному періоді «Програма партнерства у галузі мас-медіа в Україні (UMPP)» не змогла організувати всі партнерства. Було створено тільки одне партнерство з восьми. Через поширення COVID-19 та введений карантин, заборону міжнародних авіаперельотів, партнерські візити до США та в Україну було призупинено через пандемію. В період карантину всі учасники програми працювали віддалено з дому. Команда Програми UMPP запропонувала та розробила віртуальні партнерства між українськими та американськими партнерами (іменовані цифрові діалоги), які задовольнили найбільші потреби партнерів. Серія цифрових діалогів була призначена для того, щоб українські медіа мали змістовні професійні дискусії з американськими колегами, сприяли б їхньому професійному розвитку в ключових цільових сферах. Загалом Програма UMPP фасилітувала 27 цифрових діалогів із 8 американськими медіа-партнерами та 9 українськими медіа, 36 американськими та 40 українськими представниками медіа.
Підвищення спроможності медіа через серію тренінгів та	Програма UMPP сприяла підвищенню потенціалу через	В березні 2020 року команда Програми UMPP організувала тренінг для 16 регіональних журналістів з медіа - випускників 2019-2020 років. Тренінг складався з трьох модулів і був

<p>вебінарів.</p>	<p>навчання від колег та вдосконалення професійних навичок, таких як управління соціальними мережами, продажі під час кризи, робота з відео та просування контенту.</p> <p>Пілотування програми наставництва/менторства для досвідчених американських та українських медіа експертів, які розвивають навички українських партнерів у пріоритетних сферах, визначених за допомогою технічної оцінки.</p>	<p>присвячений роботі журналістів у соціальних мережах під час виборів. В опитуванні після тренінгу 13 із 16 респондентів повідомили, що вже почали використовувати навички та знання, які вони отримали, пов'язані з адаптацією контенту до різних аудиторій, аналізом конкурентів, роботою в трендах Google, Playbuzz, Facebook creator, Google аналітика, опитування Telegram і спрощення контенту в Instagram.</p> <p>Програма UMPP сприяла професійному онлайн-обміну між українськими медіа.</p> <p>У квітні 2020 року онлайн-партнер Програми UMPP з м. Слов'янська, громадська організація «Має Сенс», представила свою стратегію виживання в кризу, щоб зберегти онлайн-продажі.</p> <p>Ще два партнери Програми UMPP, газета «Є» та «20 хвилин Житомир», поділилися своїми труднощами та способами вивести свій бізнес у кризовому періоді.</p> <p>В травні 2020 року проведено вебінар з маркетингу та просування новинного контенту для 18 регіональних медіа. Після тренінгу учасники повідомили, що почали втілювати нові ідеї, зокрема створювати контент більш зручним для сприйняття та використовувати підходи для охоплення аудиторії, такі як гумор та емодзі.</p> <p>У звітний період на стажування поїхала одна група з 5 людей з двох редакцій (4 представники-газети «Одеське життя», м. Одеса, та 1 представник газети «Є», м. Хмельницький).</p> <p>МЕНТОРСТВО:</p> <p>Із 43 учасниками з восьми медіа працювали сім українських та двоє американських менторів. 75% онлайн-наставництв було завершено до початку війни. Решта 25% були частково завершені з перспективою продовження після закінчення війни. Деякі з основних моментів менторства:</p> <p>ГО «Має Сенс» розробили план заходів на кожен місяць із розподілом ролей та показників ефективності.</p> <p>Запорізька редакція «061.ua» опублікувала 10 інфографік за допомогою Canva та Piktochart, використовувала безкоштовні інструменти створення відео на різних пристроях (VN, DaVinci Resolve та Adobe Premiere Rush), створила канал</p>
-------------------	---	--

		<p>Youtube із 1000 підписниками та 181 196 переглядами.</p> <p>Понад тридцять журналістів та редакторів, які входять до мережі «Район.in.ua», вдосконалювали свої письменницькі навички, створювали ексклюзивні матеріали для сайтів мережі, спілкувалися між собою, обмінювалися досвідом та підтримували один одного у професійному зростанні.</p>
<p>Забезпечити безперервну роботу мережі медіа-випускників Програми UMPP в умовах війни після повномасштабного вторгнення.</p>	<p>Підтримати 20 медіа організацій в період 2022-2023</p>	<p>У березні 2022 року, отримавши дозвіл від партнера з розвитку, Програма UMPP змінила призначення коштів, запланованих для візитів по обміну в США та Україні, створила Фонд швидкого реагування та підтримала 16 медіа організацій у розмірі 105 000 доларів США на період квітень – червень 2022 року.</p> <p>Найбільшу фінансову підтримку було надано 6 друкованим партнерам, які найгостріше відчували наслідки війни.</p> <p>У вересні 2022 року Рада міжнародних наукових досліджень та обмінів (IREX) отримала додаткове фінансування на 8 місяців у сумі 350 000 доларів США для підтримки 20 регіональних медіа партнерів. Медіа мали змогу продовжити роботу з початком повномасштабного вторгнення, друкувати газети і розповсюджувати безкоштовно серед читачів у найвідділеніших точках та на деокупованих територіях. Телерадіомовники мали змогу створювати програми про життя в умовах війни, про важливу інформацію для ВПО, психологічний стан тощо.</p> <p>З 12 основних медіа: 2 мали однаковий рівень контенту, 9 значно збільшили виробництво значущого контенту для споживачів новин порівняно з початковим довоєнним рівнем (з 10% до 50%). Один мовник (ТВ-4, м. Тернопіль) зменшив контент на 30% через значну втрату доходів від продажів та втрату персоналу з реклами. Багато телешоу було закрито після лютого 2022 року, не маючи спонсорів і рекламодавців.</p> <p>З 5 медіа, що перебувають у кризі: 1 медіа мало такий самий рівень контенту, одне медіа зменшило виробництво контенту на 10%, 3 медіа збільшили виробництво контенту з 30% до 40% від</p>

	<p>Підвищити обізнаність про ситуацію в Україні та роботу медіа у воєнний період. Організувати прес-тур до США.</p>	<p>початкового довоєнного рівня.</p> <p>Із 3 медіа, що перебувають у дуже складних умовах (релокація, втрата офісу, втрата працівників): усі три медіа збільшили виробництво контенту на 10% від початкового довоєнного рівня.</p> <p>У жовтні 2022 року для підвищення обізнаності про виклики та успіхи медіа під час війни, семеро випускників Програми UMPP з прикордонних регіонів та семеро партнерів Програми UMPP у 2019-2022 роках вирушили у прес-тур до Сполучених Штатів Америки для зустрічі з журналістами у м. Вашингтоні та м. Нью-Йорку, щоб розповісти свої історії про репортажі у війну та виживання, про труднощі українських медіа та України загалом, а також обговорити медіа-тенденції та потенційні можливості співпраці з американськими партнерами.</p> <p>Команда Програми UMPP провела ряд партнерських візитів протягом поїздки. Так, у м. Нью-Йорку група відвідала місцеву станцію новин CBS, щоб обговорити трансляцію, рейтинги та залучення аудиторії на веб-сайтах різних телевізійних мереж. На заході в Міському університеті м. Нью-Йорка (CUNY) шість представників із м. Чернігова, м. Сум, м. Миколаєва, м. Кадіївка, м. Херсона та м. Запоріжжя розповіли, як миттєво перетворитися з цивільного репортера на воєнного, а також про виклики редакції у воєнний час.</p> <p>У м. Вашингтоні група зустрілася з представниками Посольства України в Сполучених Штатах Америки, щоб почути ключові повідомлення, які українці та журналісти можуть поширити, щоб звернутися до міжнародної спільноти. Крім того, команда працювала з Wall Street Journal, щоб дізнатися про відоме друковане видання з платним доступом і сильною цифровою підпискою. Команда WSJ організувала черговий прес-брифінг для своєї команди, на якому представники м.Маріуполя, м. Слов'янська, м. Чернігова та м. Херсона поділилися своїми історіями стійкості українських медіа.</p> <p>На завершення прес-туру група провела прес-конференцію в головному офісі Ради міжнародних досліджень та обмінів (IREX) у м. Вашингтоні для співробітників IREX та гостей з міжнародних організацій. Четверо представників із м. Маріуполя, м. Луцька, м. Слов'янська та м.</p>
--	---	---

		Харкова розповіли про роботу своїх редакцій під час війни, про події, які вплинули на них не лише професійно, а й особисто, а також обговорили шляхи виходу з кризи. Захід висвітлювався «Голосом Америки» та зібрав 50 учасників з міжнародних партнерських організацій та ЗМІ.
--	--	--

4. Узагальнена оцінка бенефіціаром результатів проекту (програми)

Реалізація проекту «Програма партнерства у галузі мас-медіа в Україні (UMPP)» у період з 2015- 2023 забезпечило виконання завдань у межах проекту. Посольство США в Україні виділило новий грант на суму 350 000 дол США на період 30 травня 2024 року - 30 травня 2025 року для імплементації проектної діяльності «Програми партнерства у галузі мас-медіа в Україні (UMPP)», у зв'язку з цим потребується реєстрація нового проекту з такою ж назвою.

5. Проблемні питання та/або пропозиції

На квітень 2022 року було заплановано візити двох груп представників українських медіа до США. Але через початок російської агресії всі візити відмінили. Через воєнний стан в країні та складні умови роботи редакції, Програма UMPP отримала дозвіл партнера з розвитку на зміну призначення коштів, виділених на візити по обміну на підтримку редакції з мережі Програми UMPP. Крім допомоги з релокації, Програма UMPP підтримала інші операційні потреби 16 медіа організацій.

Координатор проекту

(підпис)

Олександр Ободович