

**Інформація про стан виконання проектів міжнародної технічної допомоги, бенефіціаром яких є Держкомтелерадіо.
Результати річного моніторингу за 2022 рік**

РЕЗУЛЬТАТИ
поточного/заключного моніторингу
проекту (програми) Підтримка регіоналізації суспільного мовлення в Україні

Піврічний/річний/заключний (зазначити необхідне)	Річний
Період звітування	січень – грудень 2022
Партнер з розвитку	1. Вихідні дані проекту (програми) Уряд Королівства Швеції через Шведське агентство з питань міжнародного розвитку та співробітництва (Sida)
Бенефіціар	Державний комітет телебачення і радіомовлення України
Реципієнт	Акціонерне товариство «Національна суспільна телерадіокомпанія України» Код ЄДРПОУ 23152907
Номер реєстраційної картки проекту	3967-01 від 24.10.2022
Узагальнені результати реалізації проекту (програми) в кількісних та/або якісних показниках	2. Інформація про досягнення очікуваних результатів Розвинений редакційний виробничий процес, цифрове публікування новин і збільшене охоплення аудиторії та двостороння взаємодія із нею в регіональних філіях АТ «НСТУ»
Посилання на інтернет-ресурси, де розміщено інформацію про результати реалізації проекту (програми) та інші	1. Результати річного моніторингу проекту «Підтримка Регіоналізації Суспільного Мовлення в Україні» за 2019 рік: https://согр.sustrine.media/document/409 2. Результати річного моніторингу проекту «Підтримка Регіоналізації Суспільного Мовлення в Україні» за 2020 рік: https://согр.sustrine.media/document/494

<p>матеріали або документи, розроблені в рамках проекту (програми)</p>		<p>3. Результати річного моніторингу проекту «Підтримка Регіоналізації Суспільного Мовлення в Україні» за 2021 рік: https://sopr.susriplne.media/document/1144</p> <p>4. Результати піврічного моніторингу проекту «Підтримка Регіоналізації Суспільного Мовлення в Україні» за січень-червень 2022 року: https://sopr.susriplne.media/document/1245</p>
<p>Загальна сума витрачених під час реалізації проекту (програми) коштів міжнародної технічної допомоги на кінець звітного періоду (за наявності), у тому числі за категоріями:</p>	<p>12 469 341 SEK</p>	
<p>послуги з організації тренінгів, навчання, опитування, інформаційні кампанії</p>	<p>1 963 546 SEK</p>	
<p>консультативні послуги</p>	<p>3 951 148 SEK</p>	
<p>обладнання</p>	<p>6 441 436 SEK</p>	<p><i>*видати, що фінансується в рамках проекту безпосередньо Шведським агентством з питань міжнародного розвитку та співробітництва (Sida) через організацію Growth Agents</i></p>
<p>будівельні, ремонтні роботи, технічний нагляд</p>	<p>-</p>	
<p>адміністративні витрати виконавця</p>	<p>113 211 SEK</p>	
<p>3. Порівняння запланованих результатів проекту (програми) з досягнутими</p>		
<p>Кількісні та/або якісні критерії результативності проекту (програми)</p>	<p>Заплановані результати на кінець звітного періоду</p>	<p>Фактичні результати на кінець звітного періоду</p>
<p>Регіональні філії АТ «НСТУ» матимуть чітке розуміння цінностей Суспільного медіа</p>	<p>Внутрішнє вимірювання індикаторів Суспільного медіа (PSI) впроваджено у щоденну роботу всіх філій та підтримується за допомогою звітів про моніторинг і оцінку, що здійснюється АТ «НСТУ»</p>	<p>Триває впровадження регулярного вимірювання індикаторів Суспільного медіа та редакційних практик забезпечення їхнього цільового рівня у всіх філіях АТ «НСТУ».</p>

Збільшення довіри аудиторії до регіональних філій АТ «НСТУ»	Посилення новинного контенту Суспільного медіа та виробництва цифрових новин у пріоритетних регіональних філіях АТ «НСТУ»	Середньомісячне охоплення аудиторії цифрових новин АТ «НСТУ» у період з січня по грудень 2022: - унікальних користувачів – 3,7 млн. - переглядів сторінок – 18,5 млн. Затальна кількість підписників у соцмережах становить 6 825 424. Середньомісячне охоплення аудиторії мобільного додатка Суспільне Новини: - iOS – 3700 користувачів; - Android – 1500 користувачів. У період повномасштабного військового вторгнення виробництво марафонів та запланованих оригінальних новин було призупинено.
Ефективний редакційний виробничий процес впроваджений та імплементований у регіональних філіях АТ «НСТУ»	Оптимізований мультимедійний робочий процес, створений у ньозрумі Центральної дирекції та пріоритетних регіональних філіях АТ «НСТУ»	Розроблена нова концепція регіональних хабів та локальних бюро по всій Україні. Здійснено 2 навчальні візити до Швеції з метою вивчення досвіду редакційного виробничого процесу та регіональної структури шведського суспільного телебачення та радіо. У двох навчальних візитах до Швеції було задіяно 9 працівників з Центральної дирекції АТ «НСТУ» та 4 консультанти зі Швеції.
Зручні для користувача платформи для публікації новин розвинуті та використовуються працівниками та аудиторією регіональних філій АТ «НСТУ»	"Susriple 3.0" SMS оптимізована для мультимедійного робочого процесу та оновлена розробниками ПЗ АТ «НСТУ» "Susriple Media" оновлено розробниками програмного забезпечення АТ «НСТУ»	В частині поетапного вдосконалення сайту доставлено ряд пакетів оновлень, а саме: - Модернізація архітектури Susriple.Media (разом із SMS Susriple 2.0) для розгортання у хмарній інфраструктурі Google Cloud; - пакети оновлень до модуля "редактор публікацій"; - пакети вдосконалень з технічної SEO оптимізації; - пакети інших вдосконалень та виправлень помилок; - вдосконалення кібербезпеки.
Посилена управлінська журналістська спроможність регіональних філій АТ «НСТУ»	Ключові співробітники та керівники в регіональних філіях АТ «НСТУ» пройшли навчання щодо цінностей Суспільного медіа,	У лютому було організовано посилений 2-денний тренінг, в якому взяло участь 8 тренерів проекту з пілотних філій АТ «НСТУ». У ході навчання було розроблено тренінгові матеріали для розгортання проекту на пріоритетні філії АТ «НСТУ». Отримані знання та навички мали допомогти тренерам провести заплановані навчальні візити до регіонів.

<p>розробленого мультимедійного робочого процесу та використання "Suprline 3.0"</p> <p>Ключові співробітники та керівники пройшли навчання щодо дитячого контенту для розслідувань</p> <p>Здійснено передачу знань щодо дитячого контенту для ключових керівників та персоналу</p>	<p>У зв'язку із повномасштабним військовим вторгненням проведення розгортання навчального матеріалу проекту стало неможливим.</p> <p>В рамках проекту команди регіональних філій АТ «НСТУ» (Суспільне Карпати, Суспільне Львів, Суспільне Харків та Суспільне Рівне) були посилені додатковими кадрами (по 1 редактору для кожної з філій).</p> <p>Триває подальша підтримка команди розслідувань та команди дитячого контенту - впроваджена фінансова підтримка для створення дитячого цифрового контенту, а саме другого сезону мультимедійного серіалу "ТОГО".</p> <p>Впроваджено посилення команди розслідування додатковими кадрами (1 журналіст розслідувач) та був організований 1 навчальний візит до Швеції для посилення спроможності команди.</p> <p>В навчальному візиті в Швецію було задіяно 4 учасники з команди розслідувань АТ «НСТУ» та 2 консультанти зі Швеції.</p> <p>Здійснено 2 навчальних візита до Швеції, у яких взяли участь 9 працівників з Центральної дирекції АТ «НСТУ» та 4 консультанти зі Швеції.</p>
<p>4. Узагальнена оцінка бенефіціаром результатів проекту (програми)</p> <p>У звітний період проект продовжував працювати в умовах військової агресії росії проти України та забезпечив виконання завдань у межах проекту.</p>	
<p>5. Проблемні питання та/або пропозиції</p>	
<p>Повномасштабне військове вторгнення росії в Україні зумовило сповільнення реалізації проекту та зміну ключових напрямків роботи:</p> <ul style="list-style-type: none"> - скасовані всі заплановані навчальні та робочі візити шведських експертних груп та української команди тренерів до регіональних філій АТ «НСТУ»; - поставальники обладнання, яке закуповується в рамках реалізації проекту, повідомляють про затримки із доставками закуплених одиниць техніки. Ведуться переговори щодо заміни деяких одиниць обладнання на інші моделі з рівноцінною потужністю. <p>Як наслідок, протягом січня - грудня 2022 року:</p> <ul style="list-style-type: none"> - усі заплановані тренінгові та навчальні активності в Україні були частково скасовані чи переведені в онлайн формат; - кошти, що були заплановані для оплати тренінгів та навчальних заходів, частково були перерозподілені на підтримку виробництва дитячого контенту та кадрову підтримку команд в пілотних регіональних філіях АТ «НСТУ» та команди розслідувань; - 3 (три) навчальні візити до Швеції були організовані з метою забезпечення навчальних заходів із дотриманням безпеки для працівників АТ «НСТУ» та шведських експертів; - усі зустрічі шведсько-українських робочих груп відбуваються у онлайн форматі; 	

- комунікація та звітність щодо розробки програмного забезпечення відбувається у онлайн форматі;
 - пріоритети щодо потреб технічного обладнання були частково змінені в зв'язку з повномасштабним військовим вторгненням. Поставки деяких одиниць обладнання затримуються;
 - окрім звичних технічних запитів, команда проекту також займається закупівлею бронезкилетів та інших запитів.
- * з 23 травня 2022 року АТ «НСТУ» оновило дизайн-систему своїх активів. 19 травня Національною радою України з питань телебачення і радіомовлення були внесені зміни до ліцензій суспільного мовника.

РЕЗУЛЬТАТИ

поточного/заключного моніторингу проекту (програми)

Програма партнерства у галузі мас-медіа в Україні (УМРР)

Піврічний/річний/заключний (зазначити необхідне)	Річний
Період звітування	01.01.2022-31.12.2022
Партнер з розвитку	1. Вихідні дані проекту (програми) Уряд США через Державний департамент США
Бенефіціар	Державний комітет телебачення і радіомовлення України
Репіцієнт	<ol style="list-style-type: none"> 1. ТОВ «Агенція медіа-технологій «СІД Інформ» (2020-2021), м. Луцьк; 2. ПП «Інформаційне агентство «Центр медіа» (2020-2021), м. Одеса; 3. Редакція газети «Є» (2019-2020), м. Хмельницький; 4. ГО «Має Сенс» (2019-2020), м. Слов'янськ; 5. ПП «Медіа ресурс» (2019-2020), м. Житомир; 6. ФОП Черкашина Інна Вікторівна (2019-2020), м. Харків; 7. ФОП Деркач Світлана Олександрівна (2019-2020), м. Запоріжжя 8. ГО «Бюро» (2019-2020), м. Дніпро; 9. АТ «Національна суспільна телерадіокомпанія України».
Номер реєстраційної картки проекту	3324-09, 3324-10

2. Інформація про досягнення очікуваних результатів

<p>Узагальнені результати реалізації проекту (програми) в кількісних та/або якісних показниках</p>	<p>У звітному періоді програма УМРР працювала з 9 поточними партнерами програми та надавала безповоротну фінансову підтримку 16 медіа організаціям, випускникам програми.</p> <p>У березні 2022 року, отримавши дозвіл від донора, програма УМРР змінила призначення коштів, запланованих для візитів по обміну в США та Україні, і створила Фонд швидкого реагування. Фонд у розмірі 105 000 доларів США підтримував 16 медіа організацій на період квітень – червень.</p> <p>Програма продовжила друтий раунд віртуальних дискусій між партнерами в Україні та США. З початком війни програма організувала 5 онлайн зустрічей, 2 онлайн інтерв'ю та онлайн конференцію з американськими ЗМІ.</p> <p>5 українських та 2 американських ментори завершили роботу з редакціями по пріоритетних темах з планів розвитку, розроблених в рамках технічної оцінки операційних процесів.</p> <p>У жовтні програма організувала прес-тур до США для 14 представників регіональних медіа організацій (партнерів та випускників програми).</p> <p>У жовтні програма УМРР організувала онлайн конференцію для випускників програми для святкування 20-річчя програми партнерства в галузі мас-медіа в Україні.</p> <p>У вересні PIREX отримав додаткове фінансування на 8 місяців 350 000 доларів США для підтримки 20 регіональних медіа партнерів. Подали документи на реєстрацію програми. Отримали реєстраційну карту 3324-10 в грудні.</p> <p>Відбрали 18 заявок для підтримки індивідуальних проектів та 6 заявок для підтримки спеціальних та спільних проектів.</p>
<p>Посилання на інтернет-ресурси, де розміщено інформацію про результати реалізації проекту (програми) та інші матеріали або документи, розроблені в рамках проекту (програми)</p>	<p>Розсилка новин на e-mail. Публікації новин на сторінці програми у Фейсбукі: https://www.facebook.com/UkraineMediaPartnershipProgram/</p> <p>Інтерв'ю представників регіональних ЗМІ Голосу Америки у Вашингтоні https://www.americanradio.com/interveiw: (початок на 36:16 хв).</p>
<p>Загальна сума витрачених під час реалізації проекту (програми) коштів міжнародної технічної допомоги на кінець звітного періоду (за наявності), у тому числі за категоріями:</p>	<p>439,252 дол. США (станом на 30.11.2022р.)</p>

послуги з організації тренінгів, навчання, опитування, інформаційні кампанії	-		
консультативні 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
Провести третій раунд онлайн зустрічей між американськими та українськими медіа партнерами по пріоритетних темах з планів розвитку.	Провести мінімум 5 онлайн зустрічей між американськими та українськими медіа партнерами.	<p>У січні 2022 року розпочався третій раунд віртуальних дискусій між партнерами в Україні та США на пріоритетні теми з розроблених планів розвитку українських медіа партнерів. Проведено 1 онлайн зустріч по пріоритетних темах. Надалі зустрічі проводилися у форматі інтерв'ю та онлайн спілкування щодо ситуації з редакціями після початку війни. Провели 2 інтерв'ю з американськими виданнями, 5 онлайн зустрічей та 1 конференцію.</p> <p>У лютому 2022 року проведено онлайн зустріч по пріоритетних темах розв'язку:</p> <p>- 1 онлайн дискусія між редакціями «Колорадо Сан» та редакцією мережі гіперлокальних сайтів «Район.ін.ца», м. Луїзья, щодо моделі читачької підтримки редакцій. Американські колеги поділилися моделлю мембершип – формат читачької підтримки-членства з отриманням певних переваг перед іншими читачами щодо отримання доступу до контенту.</p> <p>У березні 2022 року проведено 2 онлайн інтерв'ю з українськими журналістами:</p> <p>-онлайн інтерв'ю редактора газети «Олбані Таймз Юніон» з керівником ГО «Має сенс» (м. Слов'янськ). Говорили про ситуацію в Україні та роботу редакції в умовах воєнного стану.</p> <p>-онлайн інтерв'ю журналіста американського онлайн видання «Слейт» (The Slate) з редактором сайту 057.на мережі сітісайтс (м. Харків).</p> <p>У березні-травні 2022 року проведено 5 онлайн зустрічей:</p>

<p>Запустити новий конкурс міні-грантів. Приймаються індивідуальні проекти від медіа-організацій, націлені на посилення однієї або декількох пріоритетних сфер розвитку, згідно з планом розвитку кожного ЗМІ-учасника, розробленого після технічної оцінки потреб</p>	<p>Відібрати та підтримати проекти для міні-грантів:</p>	<p>- між редакціями «Дулут Ньюз Трібьюн» та «20 хвилини», м. Житомир (ПП «Медіа ресурс»), під час якої обговорювали складну фінансову ситуацію української редакції з початком війни через втрату рекламного ринку, призупинення друку газет та адаптацію до нових умов.</p> <p>- між редакцією газети «Олбані Таймз Юніон» та ГО «Має Сенс», м. Слов'янськ, під час якої представники ГО «Має Сенс» розповіли про роботу в місці релокації редакції (м. Чернівці) і про плани на найближчі місяці.</p> <p>- 2 онлайн зустрічі між редакцією газети «Дезерт Сан» та газети «Слобідський край», м. Харків.</p> <p>- між редакцією газети «Ранок Таймз» та газети «Одеськая жизнь», м. Одеса, під час якої обговорювали як редакція адаптувалася до нових умов роботи, яка ситуація в місті, про роботу журналістів.</p> <p>У березні 2022 року проведено онлайн конференцію між представниками американських медіа зі штату Колорадо та українськими журналістами з 8 міст.</p> <p>Під час онлайн конференції кожен з українських журналістів розповів про ситуацію з редакцією, скільки журналістів змушені були переїхати в безпечні міста, як працює редакція, з яких джерел отримують фінансову підтримку і як планують подальшу роботу.</p> <p>Після зустрічі кілька американських медіа поділилися опублікованими матеріалами:</p> <p>Colorado Gazette: Ukrainian media: Free press now a target in war with Russia</p> <p>Ragosa Springs Sun: Aiming themselves with laptops</p> <p>2 проекти були відібрані для міні-грантів на період грудень 2021 року – червень 2022 року. Через війну в країні і втрату рекламного ринку, грантери попросили змінити фокус проектів. В березні-квітні зробили модифікації до договорів.</p> <p>Проекти 1. Створення стратегії монетизації мережі Район.in.ua , ТОВ «Агенція медіа-технологій «СІД Інформ», м. Луцьк. <i>Цілі проекту:</i> розробка стратегії розвитку комерційного відділу; формалізація роботи комерційного відділу; розробка інструментів для залучення коптів напряму від аудиторії; розробка маркетингової кампанії для просування комерційних продуктів Район.in.ua.</p>
--	--	--

Модифікація гранту в умовах воєнного стану: скоротили кількість годин тренера з продажу реклами (проведено 14 з 40 запланованих годин) і перенесли цю суму на дослідження аудиторії щодо готовності співфінансувати редакцію та промоцію читальського фінансування медіа.

Результати проекту:

1. Комерційний відділ встиг укріпитися інституційно, а також забезпечив подвійне зростання доходу у січні та лютому 2022 року у порівнянні з аналогічним періодом 2021 року.

У березні і квітні через війну рекламний ринок завмер, однак станом на травень менеджерам з реклами вдалося відновити 50% довоєнних надходжень завдяки отриманим знанням і навичкам під час навчання, а також репутації незалежного та інфраструктурно важливого для регіону медіа.

Результатом проекту є і рішення змінити структуру комерційного відділу: запровадити посаду комерційного директора, який контролюватиме роботу менеджерів з реклами, грантів та читальської спільноти.

2. Навчена і вмотивована команда комерційного відділу працює ефективно та етично, зуміла впоратися з викликами та новою реальністю, що породила війна. Менеджери з реклами у березні-квітні працювали як менеджери соцмереж, що дало додаткові навички і розуміння потреб аудиторії та клієнтів.

3. Аудиторія отримала зрозумілий інструмент для фінансової підтримки редакції. Найбільш лояльні читачі взяли участь в опитуванні та долучилися до фінансування роботи редакції у критичний період.

4. Місцевий бізнес поінформований про комерційні продукти Район.in.ua, входить до пулу партнерів редакції.

Проект 2. Розбудова рекламного відділу видання «Одеськая жизнь»

ППІ «Інформаційне агентство «Центр медіа», м. Одеса.

Цілі проекту: налагодження інституційних процесів та розбудова рекламного відділу.

Модифікація гранту в умовах воєнного стану: скоротили кількість годин тренера з продажу реклами (проведено 20 з 40 запланованих годин) і перенесли цю суму на підтримку роботи 14 працівників медіа центру впродовж квітня-травня.

Результати: розробили бізнес-процеси і посадові інструкції для редакції, провели зустрічі всередині колективу, запустили процес рекрутингу. Протягом лютого проводили співбесіди з кандидатами. На 01.03.22 був запланований старт навчання для рекламних менеджерів. Після модифікації гранту оплатили зарплати 14 працівникам за квітень-травень. Надрукували 9 газет.

<p>Створити Фонд швидкого реагування для підтримки медіа організації з мережі програми UMPP (нова діяльність в умовах воєнного стану за погодження донора)</p>	<p>Створений фонд швидкого реагування в розмірі 105 000 доларів США</p>	<p>Фонд швидкого реагування програми UMPP підтримав 16 заявок від партнерів та випускників програми.</p> <p>Проект 1: Створення контенту і друк газет ПШ «ІА «Центр медіа», м. Одеса <i>Короткий опис проекту:</i> 5996 доларів США на щотижневий друк 5 газет протягом місяця. <i>Цілі проекту:</i> Відновити друк газет і подолати проблеми з логістикою, розповсюдженням і друком видань. Одним з викликів у відновленні друку газет у повному обсязі є його фінансування. <i>Результати:</i> Надрукували і розповсюдили регіональні газети «Одеське життя» (№12, 6900 примірників), «На пенсії. Одеса» (№12, 13500 примірників) і «Пенсійна телепрограма. Одеса» (№12, 4900 примірників) у видавництвах «Чорномор'я», м. Одеса.</p> <p>Проект 2: Створення контенту і друк газет Редакція газети «Є», м. Хмельницький <i>Короткий опис проекту:</i> 10 000 доларів США на створення контенту і друк 4 газет та оплату праці 5 працівникам. <i>Цілі проекту:</i> охоплення більшої аудиторії за рахунок збільшення тиражу «Сім'йної газети» та доставки газет не лише передплатникам, а й безкоштовній роздачі в різних регіонах України. Здебільшого на Хмельниччині, де розташовується редакція газети. <i>Результати:</i> Надрукували і розповсюдили 4 номери «Сім'йної газети» тиражем 62 тисячі кожен випуск з актуальною та корисною інформацією для читачів, яка стосувалася життя українців під час повномасштабної війни.</p> <p>Проект 3: Створення контенту для сайту та соціальних мереж ПШ «Медіа ресурс», м. Житомир <i>Короткий опис проекту:</i> 5000 доларів США на створення контенту та оплату праці 5 працівникам. <i>Цілі проекту:</i> Збільшення аудиторії цифрових платформ. <i>Результати:</i> За час реалізації проекту журналістами підготовлено та випущено близько 400 унікальних матеріалів, досягнуто рекордного зростання показників відвідуваності сайту “20 хвилин”, м. Житомир.</p> <p>Проект 4: Створення контенту для 8 сайтів мережі сіbuses. ФОП Черкашина Інна Вікторівна, м. Харків</p>
--	---	--

Короткий опис проекту: 7000 доларів США на створення контенту і оплату праці 24 журналістам 8 сайтів мережі сітусітес.

Цілі проекту: Підтримати роботу 8 редакцій і зберегти аудиторію сайтів.
Результати: Всім редакціям вдалося утримати аудиторію. Кілька редакцій збільшили залученість читачів і отримали вищі показники унікальних відвідувачів сайтів.

Сайт, місто	Показник, квітень, 2022	Показник, травень, 2022	Показник, червень, 2022	Порівняння Червень, 2021
057. на Харків	1 081 833	992 638	826 678	1 317 018
048. на Одеса	2 341 468	1 476 519	1 310 478	987 068
061. на Запоріжжя	2 687 646	2 072 302	1 696 194	1 028 428
051. на Миколаїв	1 586 259	939 859	777 062	442 276
0564. на Кривий Ріг	1 989 929	1 255 577	1 110 723	949 974
032. на Львів	2 697 704	2 337 800	1 040 636	491 670
056. на Дніпро	2 025 341	1 160 466	904 105	664 061
044. на Київ	700 397	816 625	398 471	286 588
	15 110 577	11 050 786	8 064 347	6 167 083

Проект 5: Створення контенту для мешканців Ізюмського району та підтримка незалежних медіа в умовах війни.

ТОВ «Обрії 1919», м. Ізюм, Харківська обл.

Короткий опис проекту: 6000 доларів США на створення контенту, релокацію, витрати на друк і папір, оплату праці 4 працівникам та придбання обладнання.

Цілі проекту: Донести важливу інформацію до тих, хто залишився в окупації і хто зміг вирватись з м. Ізюм.

Результати: Журналістами редакції «Обрії Ізюмщини» був встановлений стабільний зв'язок з керівництвом Ізюмської військової адміністрації, Ізюмської міської ради, військовими та головами громад Ізюмщини, також тримався постійний зв'язок з волонтерами, які займалися евакуацією громадян та доставкою гуманітарної допомоги на окуповану територію. Редакція встановила тісний контакт з мешканцями Ізюмщини, які залишили тимчасово окуповану територію і саме через них доносили необхідну інформацію для тих, хто залишився в окупації. З 19 квітня 2022 року протягом трьох місяців на сайті обті. com. ua. було оприлюднено 59 новин, які стосувалися реального стану справ в Ізюмському районі.

Багато уваги журналісти приділяли матеріалам, які стосувалися розповсюдження пропаганди, виявленню фейків та недостовірної інформації, аналізували матеріали інформаційних листівок, які друкували російські загарбники.

Проект 6: Створення контенту для друкованого видання та цифрових платформ

ТОВ «Медіа центр «Наше слово», м. Мена, Чернігівська обл.

Короткий опис проекту: 4800 доларів США на створення контенту, оплату праці 5 працівникам і технічне обслуговування сайту.

Цілі проекту: Оперативно надавати важливу інформацію читачам та відвідувачам сайту та соціальних мереж.

Результати: Протягом дії проекту через друковане та онлайн медіа надавалася оперативна інформація для аудиторії близько 40 тисяч осіб. Зокрема, створено спільний проект редакцій трьох друкованих видань – «Наше слово» (м. Мена), «Маяк» (м. Корюківка) та «Новини Городнянщини» (м. Городня). Відновлено випуск газети. Видання охопило інформуванням жителів мінімум шести громад Чернігівської області – Менської, Корюківської, Холмиської, Березнянської, Городнянської, Тупичівської.

Забезпечено постійне оновлення сайту Суєди.Сіту. За час реалізації проекту на сайті опубліковано 200 матеріалів різної тематики та різних форматів. Основна увага приділялася наслідкам окупації території громад та їх ліквідації, історії людей, які пережили окупацію, відновленню місцевої економіки та інфраструктури, практичної інформації, як жителям громад вирішувати свої проблеми, отримати допомогу тощо.

Проект 7: Видання газет та надання інформаційних послуг в онлайн режимі

ТОВ «Медіа центр «Білопільщина», м. Білопілья, Сумська обл.

Короткий опис проекту: 4480 доларів США на створення контенту, оплату праці 5 працівникам і придбання обладнання.

Цілі проекту: Зберегти друковане видання «Білопільщина» і сайт «Білопілья.Сіту».

Результати: Головний ключовий позитивний результат (в умовах блокування області ворогом, в умовах припинення виходу газети, в умовах відсутності можливості працювати в офісі і під час постійних загроз обстрілів) збережено друковане видання, частину колективу і збільшено кількість онлайн користувачів ресурсів: газета «Білопільщина», сайт Білопілья.Сіту, <https://bilorilla.city/articles>, відповідна сторінка. Білопілья.сіту - газета

"Вілопільщина", <https://www.facebook.com/VilopillaCity>, група Вілопілья Сіту – новини для вас <https://www.facebook.com/groups/391366428935689>, і телеграм-канал <https://t.me/vilopillaCity>. Зазначені ресурси були єдиними джерелами інформації для 4 громад Вілопільщини, які надавали і надають інформацію читачам. Максимально протидіяли дезінформації, поширювали лише офіційну інформацію, узгоджену з офіційними службами.

Проект 8: Створення коментарю для м. Миколаєва та підтримка незалежної редакції під час війни

Редакція газети «Николаевские новости», м. Миколаїв

Короткий опис проекту: 7005 доларів США на покриття операційних витрат, оплата праці 5 працівникам, технічне обслуговування та відновлення повноцінної роботи сайту і випусків паперової версії газети; заміна та придбання втраченої комп'ютерної та офісної техніки.

Результати: Придбано комп'ютерне обладнання, проведено технічне обслуговування та виконані регламентні роботи сайту. Проведено часткову модернізацію мобільної версії сайту. Сайт niknews.mk.ua адаптовано з технічними вимогами нового хостингового майданчика. Відновлено функціонування фотогалереї, створено рубрику «Війна», яка стала лідером за відвідуваністю. Загалом виготовлено понад дві тисячі публікацій.

Закінчення першого етапу проекту та реалізація другого етапу (23 червня-18 липня) полягала у випуску пілотних друкованих номерів «Николаевских новостей». Перший номер було видано 23 червня 2022 року, і це була перша газета, яка побачила світ майже через чотири місяці від початку бойових дій на Миколаївщині. Другий і третій пілотний номери газети надруковані відповідно 30 червня і 7 липня. І це стало важливою подією в житті місцевої громади, оскільки відновлення місцевих друкованих медіа – це добрий знак повернення до мирного життя на Миколаївщині. Газети надійшли також всім передплатникам, за винятком тих, які перебувають на тимчасово окупованих територіях області.

Проект 9: Створення коментарю та підтримка незалежних редакцій м. Вінниці, м. Тернополя, м. Козятина та м. Хмельницького під час війни

ПП «РІА Медіа», м. Вінниця

Короткий опис проекту: 5000 доларів США на створення контенту та оплату праці 15 працівникам.

Результати: Впродовж грантового періоду за місяць було створено 2162 статті. З них: 1785 коротких інформаційних повідомлень та 377 авторських матеріалів. Усі статті були розміщені на веб-сайтах, частина статей було розміщено також

на сторінках медіа у Facebook, Telegram каналах та у Viber. Незначна частина статей додатково розповсюджувались за допомогою push-повідомлень.

Проект 10: Стратегічний план медіакорпорації "Є"

ТОВ «ТВ-4», м. Тернопіль

Короткий опис проекту: 6500 доларів США на організацію та проведення щоденно у будні інформаційної програми «Провінційні вісті», підсумкової інформаційної програми «Провінційні вісті. Тиждень», прямих ефірів (ТВ, сайт, сторінки соціальних мереж) у форматі брифінгів, stream-включень, аналітичних програм, крутих столів, телемостів з ТРК з інших регіонів; спецрепортажі про долі людей, бійців ЗСУ, волонтерів, переселенців..

Цілі проекту: інформування суспільства про актуальну ситуацію в області під час війни, а також його гуртування навколо спільних цінностей, допомоги один одному та єднання.

Результати: командою телеканалу TV-4 було знято та випущено у ефір, соцмережі, наступні матеріали:

- 12 спецрепортажів
- 20 брифінгів
- 6 stream-включень
- 1 телеміст
- 8 підсумкових випусків новин
- 40 випусків новин «Провінційні вісті».

Проект 11: Інформаційна кампанія "Strong Ukraine" для пояснення глибших контекстів України і російської агресії світові.

ГО «Твоє місто Львів», м. Львів

Короткий опис проекту: 5015 доларів США на організацію та проведення серії з 10 тематичних дискусій з журналістами провідних світових видань, що висвітлюють сьгодні російську агресію в Україні. Створення і публікації на ресурсах медіа-хабу «Твоє місто» та Lviv Now серії відеозаписів, аналітичних і новинних публікацій на основі проведених заходів. Промоційна кампанія для просування контенту серед англомовних аудиторій.

Цілі проекту: створення контенту, який зможуть і будуть використовувати світові ЗМІ для створення матеріалів про Україну. Покращити розуміння України і контекстів російської агресії проти України серед журналістів провідних світових ЗМІ.

Результати: За час реалізації проекту було проведено серію зустрічей з українськими та світовими експертами і міжнародними журналістами у студії

Медіа-хабу "Твое місто", а також опубліковано серію аналітичних публікацій, що пояснюють українські контексти глобальним аудиторіям.

Створено інформаційний проект у соціальних мережах Facebook, Instagram та YouTube під єдиною назвою "Strong Ukraine", де, окрім створеного у межах проекту контенту, публікується інший контент (як виробництва «Твого міста»), так і інших медіа) на тематику, цікаву аудиторії: [Facebook page](#), [Instagram page](#), [YouTube channel](#).

Частина контенту також увійшла до спеціального двомовного друкованого видання "Твое місто" / "Lviv Now", розповсюдженого серед готелів і кафе/ресторанів м. Львова у травні-червні 2022 року: <https://tvоемісто.tv/news/tvoemistotv.uvrustu10.dvopolmci.gazeti.pro.te.uak.cikt.aipa.zmniuue.svit.132380.html> (тираж - 5 000 примірників).

Проект 12: Виготовлення коніменту

ГО «Центр досліджень соціальних проблем Донбасу», м. Київ

Короткий опис проекту: 8000 доларів США на виготовлення новин та написання статей для сайту "Острів", оплата праці 6 журналістам, придбання обладнання. *Цілі проекту:* Збереження кількості і якості контенту на сайті "Острів", незважаючи на вимушену реорганізацію роботи редакції, втрату рекламних надходжень і різке зростання вартості побуту журналістів-переселенців на нових місцях проживання. Збереження та зростання відвідуваності сайту.

Результати: виготовлено 300 новин і досягнуто 320 097 переглядів. В середньому 1 новину переглядають 500 разів, але більшість новин, виготовлених в рамках даного проекту, отримували 1200-1500 переглядів.

Аудиторія сайту збільшилася на 61% в порівнянні з таким самим періодом 2021 року.

За період виконання проекту виготовлено 13 статей з охопленням 41 681 переглядів.

Проект 13: Виготовлення власного ексклюзивного відеоконіменту

ГО «Миколаївський центр журналістських розслідувань», м. Миколаїв
Короткий опис проекту: 5905 доларів США на створення контенту, оплату праці 3 журналістам та придбання комп'ютерної та офісної техніки.

Цілі проекту: Виготовлення контенту і збільшення аудиторії
Результати: Протягом проекту МЦЖР виробив власний ексклюзивний відеоконтент про ведення бойових дій у м. Миколаєві та області, щоденно інформував суспільство про хід бойових дій на території України та в південних регіонах зокрема, а також про військові злочини, вчинені росіянами в Україні.

Вироблений контент розміщувався на сайті МІДЖР та на сторінках у соціальних мережах, що дозволило збільшити аудиторію на всіх майданчиках.

Завдяки реалізації проекту за підтримки ІРЕХ МІДЖР вдалося досягти всіх поставлених результатів, покрити базові потреби редакції: здійснювати регулярну оплату оренди офісного приміщення і комунальних послуг, оновити наявну матеріальну базу редакції. Забезпечили вироблення більшого обсягу якісного відеоконтенту протягом дії гранту, аби інформувати суспільство про воєнні дії в Миколаївській області та розвивати власний канал НікСентер TV на YouTube. Крім того, завдяки проекту, МІДЖР забезпечив регулярне і безперебійне висвітлення подій у регіоні, щодня наповнюючи сайт ніксентер.org об'єктивними, правдивими і незантажованими новинами, надавши всім громадянам правдиву інформацію про російсько-українську війну.

Проект 14: Висвітлення історії внутрішньо переселених осіб та жителів Вінницької області в період війни

ГО «Вінницька агенція журналістських розслідувань», м. Вінниця

Короткий опис проекту: 4028 доларів США на висвітлення історій ВПО та оплати праці 4 журналістам протягом 3 міс.

Цілі проекту: створення контенту і підтримка роботи редакції.

Результати: за час виконання проекту журналісти організації, згідно умов договору, зібрали інформацію, написали та опублікували на сайті Вінницької агенції журналістських розслідувань var1.info - 15 мультимедійних матеріалів. Посилання на статті також розміщувалися на сторінці Агенції у Facebook <https://www.facebook.com/vinair> та на сторінці Центру Громадського Контролю «ДІЙ-Вінниця» <https://www.facebook.com/beactiveinvinnytsia/>.

Загальне охоплення матеріалів на сайті на час подання звіту на сторінці Агенції у Facebook – понад 80 тисяч

Загальна кількість переглядів матеріалів на сайті var1.info на час подання звіту - близько 9 тисяч.

Проект 15: Створення контенту та підтримка роботи редакції

ПП «Видавничий дім «Триєстна газета», м. Кременчук

Короткий опис проекту: 5744 доларів США на створення контенту та оплати праці 11 працівників протягом 3 місяців.

Цілі проекту: оперативно та достовірно висвітлювати події в країні та регіоні.

Результати: участь у проекті дала можливість адаптуватися до зьогодення, спланувати робочий графік, прописати медіаплан роботи на період грантової підтримки, що забезпечило вирішення нагальних питань.

		<ul style="list-style-type: none"> - планування контенту, - обговорення якості контенту; - визначення топ-новин, - розподіл тем та напрямків для розширених матеріалів між журналістами редакції; - аналітика переглядів та відвідувань сайту; - аналітика соцмереж; - графік роботи журналістів. <p>Відповідно до Google Аналітика за цей період 807 000 користувачів мали змогу отримувати якісний контент.</p> <p>Проект 16: Створення інформаційно-музичного контенту</p> <p><i>Радіо «Львівська хвиля», м. Львів</i></p> <p><i>Короткий опис проекту: 9975 доларів США на створення та трансляцію інформаційно-музичного марафону та програми «Новини-Акценти» та на оплату праці 15 працівникам.</i></p> <p><i>Цілі проекту: підтримка бойового духу слухачів за допомогою створеного інформаційно-музичного контенту та психологічної програми «Є мозок».</i></p> <p><i>Результати: трансляція понад 30 епізодів психологічної програми «Є мозок», в яких обговорювалися проблеми: як здолати страх, психологічні проблеми вимушено-переміщених осіб, дитяча тривожність, як впоратися з панікою, як перекопати близьких покинути небезпечні території та інші.</i></p> <p><i>Проведено 5 радіо-мостів з містами, які стали прихистком для вимушено-переміщених осіб: Луцьк (двічі), Мужачево, Чернівці, Ужгород. Проведені інтерв'ю з гостями студії: артисти - Круть, Христина Соловій, Таянна, Юрій Горбунов, Артем Пивоваров; військовик - Володимир Парасюк, політик - Дмитро Разумков, лікар-інфекціоніст - Андрій Орфін.</i></p>
<p>Задустити новий елемент програми – менторська підтримка для українських медіа організацій</p>	<p>Відібрати 12 українських та 8 американських менторів для роботи з українськими медіа партнерами в період жовтень 2021 року - жовтень 2022 року.</p> <p>У жовтні 2021 року розпочата робота 5</p>	<p>5 українських та 2 американських ментори завершили менторську підтримку в лютому-березні 2022 року.</p> <p><i>1. Олег Хоменок – ГО «Бюро», м. Дніпро.</i></p> <p><i>Теми програм:</i> оволодіти аналітикою Google для збільшення відвідуваності сайту і збільшення аудиторії, робота над адаптацією контенту для соціальних мереж.</p> <p><i>Важливі результати роботи ментора з редакцією:</i> редакція почала розміщувати нові публікації двічі на місяць, що призвело до збільшення аудиторії. Аналіз відвідуваності сайту за два місяці в порівнянні з аналогічним періодом минулого</p>

Українських менторів та 2х американських менторів з українськими медіа партнерами

року показує значне зростання аудиторії з 8 тис. до понад 21 тис. унікальних користувачів.

2. Олена Догінова – сайт 057.ua, м. Харків

Теми програм: вивчити етичні принципи журналістських розслідувань, оволодіти інструментами для роботи з великими даними.

Важливі результати роботи ментора з редакцією: опубліковано один матеріал про фейкові СОУП-сертифікати. Журналіст системно досліджував власність та зв'язки харківських депутатів, працював над реконструкцією смертельних ДТП у Харкові.

3. Омар Довженко – мережа сайтів «Район.in.ua», м. Дрицьк

Теми програм: підвищити якість та ефективність мережі Район.In.ua шляхом підвищення професійного рівня журналістів-редакторів і зокрема збільшення кількості ексклюзивних матеріалів.

Важливі результати роботи ментора з редакцією: зросла кількість ексклюзивних матеріалів, а також відвідуваність більшості ресурсів мережі. В роботі журналістів застосовуються запропоновані інструменти та шаблони: (наприклад, опитування в соціальних мережах, на основі яких пишеться матеріал чи серія матеріалів). Журналісти-редактори мережі розширили коло потенційних тем, героїв і форматів, які раніше не розглядалися. Понад тридцять журналістів-редакторів, які входять до мережі «Район.in.ua», зустрічалися та спілкувалися між собою, обмінювалися досвідом, підтримували один одного у професійному зростанні, що сприяло формуванню більш професійної команди. Записано низку інтерв'ю з головами територіальних громад, запитання для яких базувалися на журналістських стандартах і, відповідно, сприяли більшій прозорості місцевого самоврядування.

4. Дмитро Кліманов – ШІ «Медіа ресурс», м. Житомир

Теми програм: розробити стратегічне бачення компанії, розробити операційний план.

Важливі результати роботи ментора з редакцією: з початком війни, ментор не встиг завершити розпочате, але надав наступні рекомендації: провести сесію зі стратегічного планування та формалізації процесів; розробити технологічну структуру та встановити КРІ для співробітників; працювати над цінностями, які повинні розділяти всі працівники; керівництво має зосередитися на плануванні та аналізі; варті уваги та масштабування рішення щодо дерусифікації (виробництво контенту лише українською) та використання наявних ресурсів.

5. Євген Таранухін – ШІ «Медіа ресурс», м. Житомир

Теми програми: створення мультимедійної редакції, як єдиного центру для всіх редакційних рішень і єдиного робочого процесу для всіх матеріалів. Покращити створення та розповсюдження контенту.

Важливі результати роботи ментора з редакцією: за результатами аналізу редакційних процесів були вироблені пропозиції щодо планування для редакції: змінити процес потижневого планування, використовувати при плануванні електронні засоби, такі, як канбан дошка Trello, при довгостроковому плануванні виключити планування інформаційних приводів для новин, залишивши для довгострокового планування лише тематичні матеріали та інформаційні блоки, у разі позаплататних ситуацій використовувати окремий тип планування для кожної ситуації.

Для виробництва журналістських матеріалів було вироблено такі пропозиції: при плануванні враховувати охолодження інтересів цільової аудиторії, підвищити вимоги до структури та змісту новинних матеріалів, збільшити виробництво власних фото та відеоматеріалів, формалізувавши вимоги до них.

Коментар: з кінця лютого 2022 року друкована версія не виходить через проблеми з логістикою, пов'язані з початком військової агресії Росії. Робота з редакцією у будь-якому разі буде продовжено.

6. Майкл Арнольд - АТ «Національна суспільна телерадіокомпанія України» (UA:Суми, UA:Чернігів, UA:Черкаси)

Теми програми: покращити залучення громад, партнерство між регіонами. *Важливі результати роботи ментора з редакцією:* спільний новинний марафон у грудні 2021 року присвячений святу Святого Миколая. В даному проекті були створені мультимедійні матеріали/сюжети та публікації в соціальних мережах. Проект із залучення соціальних медіа на початку 2022 року в Сумах був зосереджений на отриманні відгуків користувачів для інформування про новини. Це тестування було визнано успішним, оскільки воно викликало сильні відгуки та виявило багато тем для майбутнього висвітлення журналістами UA:Суми.

7. Маріса Порто – Редакція газети «Є», м. Хмельницький

Теми програми: посилення лідерських якостей керівників середньої ланки (начальників відділів), тімбілдінг.

Важливі результати роботи ментора з редакцією: для працівників відділу продажів і бухгалтерії ментор провів презентацію про способи надання конструктивного зворотного зв'язку працівникам і керівництву. Кожен відділ розробив плани роботи, які пов'язані зі стратегічними цілями організації. Розроблені плани презентували видавці. Керівники відділів презентували плани

<p>Організувати візит до США для представників регіональних медіа</p>	<p>Організувати логістику для отримання американської візи в Консульстві США у Варшаві. Організувати візити до американських ЗМІ, прес-конференції з представниками медіа США в Нью-Йорку та Вашингтоні.</p>	<p>видавцеві, який дав зворотній зв'язок і відділи внесли корективи згідно з його коментарями</p> <p>8-16 жовтня 2022 року відбувся прес-тур УМРР до Нью-Йорку та Вашингтону, округ Колумбія.</p> <p>З початку війни медіа-мережа ІРЕХ із 57 організації випускників надає критичні новини громадам у всіх регіонах України. Медіа-партнери виконували цю роботу перед обличчям безлічі викликів, включаючи фізичні ризики, психологічні тригери та атаки на телекомунікаційні системи. Партнери УМРР стали прямими мішенями російських груп. З 24 лютого 2022 року загинули 42 українські та іноземні журналісти, 8 з них – під час виконання завдань.</p> <p>Для підвищення обізнаності про виклики та успіхи ЗМІ під час війни, семеро випускників УМРР з прикордонних регіонів та семеро партнерів УМРР 2019-2022 вирушили у прес-тур до Сполучених Штатів, щоб зустрілися з журналістами у Вашингтоні, округ Колумбія та Нью-Йорку, поділитися своїми історіями про репортажі про війну та виживання, розповісти про труднощі українських ЗМІ та України загалом, а також обговорити медіа-тенденції та потенційні можливості співпраці з американськими партнерами.</p> <p>УМРР провів ряд партнерських візитів протягом поїздки. У Нью-Йорку група відвідала місцеву станцію новин CBS, обговорили трансляцію новин, рейтинги та залучення аудиторії на веб-сайтах різних телевізійних мереж. На прес-конференції в Міському університеті Нью-Йорка (CUNY) пість представників із Чернігова, Сум, Миколаєва, Станіслава, Херсона та Запоріжжя розповіли, як це миттєво перетворилося з цивільного на військове репортера, а також про виклики редакції.</p> <p>У Вашингтоні, округ Колумбія, група зустрілася з Посольством України в Сполучених Штатах Америки, де почули ключові повідомлення, які українці та журналісти можуть поширити, щоб звернутися до міжнародної спільноти. Крім того, команда працювала з Wall Street Journal, дізналися про відоме друковане видання з платним доступом і сильною цифровою підпискою. Команда WSJ організувала черговий прес-брифінг для своєї команди, на якому представники Маріуполя, Слов'янська, Чернігова та Херсона поділилися своїми історіями стійкості ЗМІ.</p>
---	--	---

		<p>Наступні візити до онлайн-видань The Grid News і Slate відкрили дискусію про нові моделі медіа та альтернативне оформлення новин порівняно з традиційними веб-сайтами.</p> <p>На завершення прес-туру група провела захід у штаб-квартирі PIREX для представників медіа та міжнародних організацій у Вашингтоні. Четверо роботодавців із Маріуполя, Луцька, Слов'янська та Харкова розповіли про роботу своїх редакцій під час війни, медійний ландшафт, як події 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.</p> <p>Усі американські партнери, яких зустріли під час поїздки, поділилися, як багато вони отримали від зустрічі з українськими журналістами, і високо оцінили їх чудову роботу та стійкість.</p>
<p>Онлайн конференція 20-річчя програми UMPP</p>	<p>Організувати онлайн зустріч партнерів та випускників програми UMPP для обміну досвідом виживання в умовах війни.</p>	<p>27 жовтня 2022 року програма UMPP організувала онлайн-захід з нагоди святкування 20-річчя програми.</p> <p>35 учасників долучилися через Zoom, щоб поділитися своїми історіями виживання в нових умовах війни та почути кілька життєво важливих рекомендацій від колег, які пережили окупацію та активні бойові дії.</p> <p>Шеф-редактор Новин UA: Чернігів Алла Скорик розповіла, як працювала їхня філія з початку повномасштабної війни. Команда залишалася в місті, поки не зруйнували електростанцію. Під час втримання залишилося лише двоє репортерів і оператор, які були єдиними представниками ЗМІ, які повідомили світові новини. UA:Чернігів та UA:Суспільне співпрацювали із ЗМІ з 60 країн світу та поділилися своїми історіями та відеозаписами з New York Times та Associated Press та іншими іноземними ЗМІ.</p> <p>Костянтин Григоренко, головний редактор гіперлокальної газети в Харківській області, поділився історіями, як Ізюм жив в окупації 6 місяців. Колектив «Обрій Ізюмщини» частково переїхав, але 60% колег залишилися в Ізюмі. З лютого 2022 року аудиторія групи «Обрій» у Facebook зросла з 8 000 до 18 000 підписників. З моменту деокупації Ізюму, надруковано два номери та працюють над третім. Люди, які спостерігали за успішним контрнаступом української армії на Харківщині, дізналися, що місцеві громади, які залишилися під окупацією, з перших днів не мали інформації про те, що відбувається в</p>

		<p>Україні. Тому друк і доставка газет на деокуповані території регіону є життєво важливим і підтримується на державному рівні.</p> <p><i>НСТУ документує воєнні злочини.</i></p> <p>24 лютого 2022 року змінила роботу групи журналістів розслідувальників Суспільного мовника України. До повномасштабного вторгнення журналісти-розслідувачі документували факти корупції в Україні. Зараз вони працюють над воєнними злочинами російської армії.</p> <p>Алла Садовник, журналістка-розслідувачка НСТУ, презентувала 2 документальних фільми, створені командою.</p> <p><i>Фільм «Буча 22»</i> (з англійськими субтитрами) розповідає історію однієї сім'ї, яка втекла від війни на Донбасі у 2014 році. У березні в Бучі, намагаючись втекти від російського вторгнення, загинули мати та двоє синів. Їхню машину збили росіяни. Діти та їх мати загинули на місці, а батька леве врятували з ампутованою однією ногою. Завдяки свідкам, журналістам Суспільного вдалося отримати докази присутності на місці стрільнини конкретного підрозділу російських військ. У фільмі йдеться про розшук та ідентифікацію російських військових, десантні машини та безуспішні спроби окупантів приховати свої воєнні злочини.</p> <p><i>Фільм «Щоденник євцілої»</i> розповідає історію невеликого містечка Ягідне Чернігівської області. Коли російські військові окупували Ягідне, вони загнали місцевих жителів у підвал місцевої школи. Беручи їх в заручники, росіяни зробили «живий щит» і розмістили свої штаби на інших поверхах школи.</p> <p>У підвалі без вентиляції перебувало понад 350 людей – старенькі та діти. У таких умовах місцеві перебували майже місяць. Загинуло десять людей похилого віку. Ще сімох розстріляли росіяни. Фільм, заснований на щоденнику одного із заручників, відтворює моторошні подробиці російського воєнного злочину. Журналістам вдалося встановити місцезнаходження російських підрозділів, які перетворили жителів Ягідного на "живий щит", і поспілкуватися з російським офіцером, причетним до злочину.</p> <p>Виконавчий директор «Телегазети» Дмитро Кліманов, маючи досвід передислокації своєї команди з окупованих територій у безпечніші місця, поділився деякими рекомендаціями, щодо роботи в умовах воєнних реалій, з колегами з інших регіонів.</p>
--	--	---

<p>Запустити новий конкурс міні-грантів по новій ресстраційній картці 3324-10.</p> <p>Приймаються наступні проекти від медіа-організацій:</p> <p>Індивідуальні, індивідуальні із залученням експерта, спільні проекти між учасниками мережі UMPP та спеціальні проекти із залученням медіа організації, не з мережі UMPP.</p>	<p>Оголосити конкурс.</p> <p>Оцінити подані заявки.</p> <p>Відібрати кращі проекти для підтримки.</p>	<p>Валерій Гармаш, співзасновник ГО «Має Сенс», шеф-редактор міського сайту Слов'янська 6262.com.ua, поділився деякими управлінськими ідеями, як утримати клієнтів під час кризи. Після переїзду до м. Чернівці, ГО Має Сенс купила міський сайт Чернівців 0372.ua для збільшення місцевої клієнттури та розширення аудиторії.</p> <p>Також Гармаш представив дві стратегії, над якими працювала його команда. Одна стратегія, перша віха: як ми працюємо під час війни до дня перемоги. Ми орієнтувалися на стабілізацію організації та роботи редакції. Інша стратегія, друга віха – як ми будемо працювати після перемоги.</p> <p>Анастасія Борема, SMM-менеджер редакції розслідувань Вірус.іфо провела короткий тренінг для учасників щодо алгоритмів YouTube та інструментів для просування медіапродуктів.</p>
<p>4. Узагальнена оцінка бенефіціаром результатів проекту (програми)</p> <p>У звітний період проект продовжував працювати в умовах військової агресії росії проти України та забезпечив виконання завданнь у межах проекту.</p>		
<p>5. Проблемні питання та/або пропозиції</p> <p>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 отримала дозвіл донора на зміну призначення</p>		

коштів виділених на візити по обміну на підтримку редакції з мережі програми UMRP. Крім допомоги з релокації, програма підтримала інші операційні потреби 16 медіа організацій.

У вересні донор підтримав додаткове фінансування програми на 8 місяців, але через вимкнення електроенергії, змогли запустити субгранти 20 реципієнтам програми лише в грудні. Скоротився період імплементації підтриманих проектів з 6 місяців до 4 місяців.

РЕЗУЛЬТАТИ

поточного моніторингу проекту (програми)

Медійна програма в Україні

Піврічний/річний/заклопочний (Зазначити необхідне)	Річний
Період звітування	Січень-грудень 2022
Партнер з розвитку	1. Вихідні дані проекту (програми) Уряд США через Агентство США з міжнародного розвитку, USAID
Бенефіціар	Державний комітет телебачення і радіомовлення України
Реципієнт	<ol style="list-style-type: none"> 1 Одеська обласна організація ВГО «Комітет виборців України» 2 Громадська організація «БЮРО» 3 Громадська організація «Миколайський центр журналістських розслідувань» 4 Громадська організація «Запорізький центр розслідувань» 5 Громадська організація «Львівська група» 6 Громадська організація «Центр досліджень соціальних перспектив Донбасу» 7 Громадська організація «ЕДЮКЕЙШНЛ ЕРА» 8 ТОВ «ВД «Медіа-ДЖ» 9 Громадська організація «ЗОО Ужгородський прес-клуб» 10 Громадська організація «БАХМУТСЬКА ФОРТЕЦЯ» 11 Громадська організація «МАЄ СЕНС» 12 Громадська організація «Агенція журналістських розслідувань «Четверта влада» 13 Громадська організація «Слідство Інфо» 14 Громадська організація «Звільнення Криму» 15 Громадська організація "Інтерв'юз-Україна" 16 Міжнародний благодійний фонд «Академія Української Преси» 17 Громадська організація "Інститут демократії імені Пилипа Орлика" 18 Громадська організація «Інститут масової інформації» 19 Громадська організація «Детектор медіа»

20	Громадська організація «Громадське телебачення»
21	Громадська організація Херсонська обласна агенція громадської журналістики «МІСТ»
22	Громадська організація «Центр публічних розслідувань»
23	Громадська організація «Українська правда»
24	Громадська організація «Харківський прес-клуб ринкових реформ»
25	Громадська організація «Інститут Розвитку Регіональної Преси»
26	Громадська організація «Тернопільський прес-клуб»
27	Громадська організація "ТОМ 14"
28	Громадська організація «Громадське радіо»
29	Громадська організація «ДП-Україна»
30	Громадська організація «Інститут політичної інформації»
31	Волинська обласна громадська організація «Волинський прес-клуб»
32	Громадська організація «ФУНДАЦІЯ СУСПІЛЬНИСТЬ»
33	Громадська організація "Інформаційний прес-центр"
34	Громадська організація «Центр демократії та верховенства права»
35	Громадська організація «Асоціація вільних журналістів»
36	Товариство з обмеженою відповідальністю "Інформаційне агентство "ШТАБІЗНЕСІНФОРМ"
37	Громадська організація «Українське Телебачення Торонто»
38	Громадська організація «Центр журналістських розслідувань «Сила правди»
39	Всеукраїнська громадська організація «Комісія з Журналістської Етики»
40	Товариство з обмеженою відповідальністю «7 ІНФОРМ»
41	Товариство з обмеженою відповідальністю «Міська телерадіокомпанія Чернівці»
42	Товариство з обмеженою відповідальністю Рекламно-інформаційне агентство «K&K»
43	Товариство з обмеженою відповідальністю «СЛОВІДСЬКИЙ КРАЙ»
44	Товариство з обмеженою відповідальністю «Радіостанція «Великий Луг»
45	Громадська організація "Львівський медіафорум"
46	Громадська організація «Центр аналітики і розслідувань»
47	Громадська організація «Кі Медіа»
48	Громадська організація «Платформа Ідей»
49	Товариство з обмеженою відповідальністю "БАБЕЛЬ"
50	Благодійна організація «Фонд милосердя та здоров'я»
51	Громадська організація «СІД Медіа Група»
52	Громадська організація «Українська медійна ініціатива»
53	Громадська організація «МедіаПорт 20»
54	Громадська організація «Трибун»
55	Товариство з обмеженою відповідальністю "Альфаком"

Номер реєстраційної картки проекту	<p>56 Громадська організація «Медіа-Погляд»</p> <p>57 Товариство з обмеженою відповідальністю "УКР ІНФОРМ ПІНОС"</p> <p>58 Товариство з обмеженою відповідальністю "Громадсько - політичний портал "Акцент"</p> <p>59 "Громадська організація «Центр Медіарозслідувань «ПРОЗОРО» "</p> <p>60 Громадська організація «Національна асоціація медіа»</p> <p>61 Товариство з обмеженою відповідальністю «ЗН УА»</p> <p>62 Акціонерне товариство "Національна суспільна телерадіокомпанія України"</p> <p>63 Громадська організація "АГЕНЦІЯ РОЗВИТКУ ЛОКАЛЬНИХ МЕДІА "АБО""</p> <p>В 2022 році робота з реципієнтами: ГО «Свідство.Інфо», ГО "АГЕНЦІЯ РОЗВИТКУ ЛОКАЛЬНИХ МЕДІА "АБО"", ТОВ «Міська телерадіокомпанія Чернівці», ТОВ Рекламно-інформаційне агентство «K&K», ГО "Львівський медіафорум", ГО «Центр аналітики і розслідувань», ГО «Громадське телебачення», ГО Херсонська обласна агенція громадської журналістики «МІСТ», ГО «Центр публічних розслідувань», ГО «Українська правда», ГО «Кі Медіа», ГО «Українська медійна ініціатива», ТОВ "Альфаком" не проводилась.</p>
Узагальнені результати реалізації проекту (програми) в кількісних та/або якісних показниках	<p>2. Інформація про досягнення очікуваних результатів</p> <p>Завдання І: Збільшення високоякісного пікавого контенту по всій Україні, особливо на сході та півдні</p> <p>В межах цієї цілі плани діяльності з реципієнтами спрямовані на збільшення і покращення виробництва контенту стосовно реформ та інших ключових зрушень, підтримки журналістики розслідувань, покращення висвітлення виборів, посилення професійного розвитку та міждержавних зв'язків, розширення доступу мешканців сходу та півдня України до об'єктивної, високоякісної місцевої інформації.</p> <p>Ключові результати є такі:</p> <p>АТ Національна Суспільна Телерадіокомпанія (АТ НСТУ) підтримувала високу якість і популярність свого щотижневого політичного ток-шоу «Зворотній відлік», зібравши 8 мільйонів переглядів з жовтня 2020 року по лютий 2022 року. За підтримки Медійної Програми в Україні НСТУ продовжила випускати щотижневий шоу «Зворотній відлік», яке висвітлювало актуальні проблеми, такі як нагромадження військ Росією, голодомор, внутрішньополітичні та зовнішні справи, протести в Казакстані, військова спроможність та стійкість України тощо. Протягом звітного періоду програма «Зворотній відлік» продовжувала зацікавляти платформи для політиків із різних політичних партій та фракцій, де вони могли поділитися своїми поглядами та, на відміну від подібних програм на підконтрольних олігархам національних телеканалах, виконала своє завдання – дати українцям виважений огляд української політики.</p> <p>Після російського вторгнення в Україну ГО «Інтерніюз-Україна» змінила підходи до співпраці зі ЗМІ та переглянула види підтримки відповідно до ключових потреб аудиторії та видань. ГО співпрацювала з п'ятьма регіональними виданнями для підтримки роботи персоналу та створення контенту, орієнтованого на журналістику рішень, у контексті військових дій. Серед таких ЗМІ: «Східний варіант» (Донецька та</p>

Луганська область), Район.in.ua (Волинська область), 18000 (Черкаська область), 1-й Криворізький (Кривий Ріг), «Час Чернігівський» (Чернігів).

ГО «Інтерньюз-Україна» адаптувала співпрацю з виданнями в рамках програми менторської підтримки та підтримав їхні інноваційні зусилля. Серед таких - інтернет-видання з Харкова Гваґа Медіа, яке запустило в Telegram бота «Перевірка», спрямованого на боротьбу з дезінформацією. Користувачі отримали можливість завантажувати новини, публікації в соціальних мережах або мультимедійні матеріали і з'ясувати їх достовірність. Завантажені новини перевірялися командою видання, що нараховує 300 волонтерів, а також за допомогою закодованого алгоритму. За короткий період після запуску бот отримав майже 12 000 запитів від українців, приблизно в 20% з них команда виявила фейки. За підтримки «Інтерньюз-Україна» команда Гваґа Медіа запустила серію дайджестів на основі досвіду та даних бота «Перевірка». Перші два матеріали охопили близько 6 500 користувачів за тиждень. Ці матеріали розвінчують найбільш поширені фейки в Україні та надають практичні інструменти для виявлення фейкових новин.

«Перевірка» був відзначений увагою та рекомендаціями Центром протидії дезінформації РНБО України та Національного поліцією. Команда Гваґа продовжує свою роботу з Харкова.

УкраїнеWorld інформує міжнародну спільноту, надаючи експертний аналіз ситуації в Україні.

Проект УкраїнеWorld, що реалізується ГО «Інтерньюз-Україна» – це новино-інформаційний ресурс, присвячений українській тематиці, який об'єднує понад 260 експертів та журналістів з України та світу. З початку повномасштабної війни росії проти України УкраїнеWorld досяг неймовірного успіху в інформаційному просторі. Подкасти, тематичні відео, коментари для іноземних видань, а також комунікація через соціальні мережі - завдяки такій роботі УкраїнеWorld надавали міжнародній аудиторії актуальну інформацію про розвиток подій в Україні. Наразі кількість підписників облікового запису УкраїнеWorld у Twitter досягла позначки у 140 000

УкраїнеWorld випустила серію подкастів «Пояснюючи Україну», які в пошуковій системі Google за запитом "Подкасти про Україну", з'являються першими у стрічці результатів пошуку.

Сайт, що об'єднує гіперлокальні ЗМІ Харківської області, охоплює 360 тис. місцевих читачів
контиентом про реформи та важливі події. ГО «Харківський прес-клуб ринкових реформ» продовжує розвивати та просувати створену ним у січні 2020 року локальну медіа-мережу під назвою Глопада.group. Станом на лютий 2022 року ресурс розширився до 15 місцевих видань, а його онлайн-аудиторія щомісяця зростає на 20–50%. Важливою метою роботи Глопада.group є просування та роз'яснення реформ в Україні. У грудні 2020 року Глопада.group розпочала випуск щотижневих відеодайджестів тривалістю 1-2 хвилини з оглядом основних новин регіону, які охопили 30 000 глядачів.

Після початку війни учасники Глопада.group перебувають у центрі бойових дій. Частині журналістів вдалося переселитися в безпечні місця і продовжити роботу. Усі учасники мережі втратили обладнання та приміщення. Чотирьом виданням вдалося дистанційно відновити роботу та продовжувати наповнювати ресурс важливою інформацією про ситуацію на територіях місцевих громад.

«Медіа Хаб Харків» продовживе стирати розширку співпраці між журналістами. Громадська організація «Харківський прес-клуб ринкових реформ» (ХПК) організувала у «Медіа Хаб Харків» 141 медіа-захід в онлайн та офлайн форматах, які висвітлювали суспільно важливі теми та хід реформ у Харківській області та східній Україні. За резюльтатами цих заходів журналісти підготували 810 репортажів для ЗМІ та опублікували їх у місцевих газетах чи транслювали на регіональних телеканалах, залучивши 500 тис. глядачів на Суспільному: Харків, 600 тис. на телеканалі АНТ та 400 тис. на телеканалі Об'єктив ТВ. У соцмережах у рубриці «Актуально» ХПК випустив 134 відео та 50 щотижневих дайджестів про найважливіші події регіону, які набрали понад 147,4 тис. переглядів.

Завдяки Фонду підтримки медіа у надзвичайних обставинах, який створила ГО «Національна асоціація медіа» (НАМ) шість медіа-компаній із чотирьох регіонів України продовжують працювати та висвітлювати вторгнення Росії в Україну. 24 лютого 2022 року Росія почала військове вторгнення в Україну, і українські ЗМІ потребували підтримки. НАМ запустила Фонд екстреної підтримки медіа за допомогою якого надала підтримку шістьом регіональним медіа-компаніям із чотирьох областей України для забезпечення доступу українців до регіональних та місцевих новин. Підтримані медіакомпанії: Дніпро-Теллоцентр (Балаклія, Харківська область), НТК (Коломия, Івано-Франківська область), Самара (Павлоград, Дніпропетровська область). Команда працювала над інформаційною кампанією Контент-фонду – об'єднаної платформи регіонального контенту - яка включала в себе 2 розсилки про оновлення та можливості Контент-фонду та 15 публікацій у Facebook. Компанія охопила 17 442 особи. З початку російського вторгнення в Україну на базі Контент-фонду НАМ запустила Фонд відео-, фото- та аудіо-контенту про поточні події в регіонах та групу в Signal для координації обміну цими матеріалами між 18 медіа-компаніями. Користувачі фонду поширюють лише перевірені матеріали, присвячені перемогам Збройних Сил і територіальної оборони, втратам мирного населення, втратам російської федерації, а також матеріалами, що сприяють єдності людей, взаємодопомогі, подоланню труднощів, тощо. На базі контент-фонду НАМ створила та веде базу даних матеріалів «Центру стратегічних комунікацій» та інших центрів боротьби з дезінформацією, національних мовників тощо.

«Мультимедійна школа практичної журналістики» громадської організації «Тернопільський прес-клуб» допомагає учасникам створювати якісний відеоконтент. Команда прес-клубу на конкурсній основі відібрала 25 конкурентоспроможних регіональних журналістів (усі жінки) для участі в трьох тренінгах та 18 уроках, де вони отримали практичні та професійні знання з журналістських розслідувань, перевірки фактів, правової та цифрової безпеки, роботи з відкритими даними, візуалізації контенту і його просування в соцмережах, і тісна інформації.

Удосконалення навичок безпеки журналіста

ГО «Інститут політичної інформації» (ІПІ) організував три практичні тренінги з безпеки для жінок у спортзалі за системою Крав Мага. 75 місцевих журналістів змогли ознайомитися зі спеціальними прийомками, які враховують особливості жіночої безпеки та потенційні ситуації, з якими можуть зіткнутися жінки-журналістки у своїй роботі.

У січні 2022 року відбувся семінар для журналістів, як правильно підготувати тривожний рюкзак, який слід підготувати на випадок швидкої евакуації. Також під час семінару 15 місцевих журналістів дізналися про навички спілкування на військових блоктопостах та навчилися підготуватися до кількох днів автономного існування без електрики та Інтернету.

За звітний період ПП провів три тренінги для представників ЗМІ, громадських активістів та представників місцевої влади; 45 учасників (28 жінок та 17 чоловіків) покращили свої знання з тем, пов'язаних з виборчим процесом в Україні та ходом реформ. Серед учасників тренінгу були представники найвпливовіших медіа-місцевого регіонального рівня, а також відомі місцеві блогери та представники влади.

Відкрито вісім кримінальних проваджень за результатами Дошки ганьби тих, хто підтримує агресію Росії від Громадської організації «Демектор медіа». Громадська організація «Демектор медіа» (ДМ) продовжує новоповати «Дошку ганьби» — список із 32 політичних і медійних діячів, які підтримали російську агресію проти України. Станом на кінець звітного періоду список набрав понад 170 тис. переглядів. Список ДМ вирізняється доказовим підходом, оскільки вони не лише публікують список співавторів, а й збирають фотографії, скріншоти сторінок у соціальних мережах та відео, зберігають їх на власних серверах і надсилають до СБУ. Це особливо корисно в контексті того, що на початку березня багато проросійських політиків, окремих журналістів і ЗМІ видаляли усі проросійські заяви та відео та навіть весь контент, опублікований до 24 лютого. За даними джерел ДМ у СБУ, ці матеріали були використані співробітниками Служби Безпеки для відкриття кримінальних проваджень проти фігурантів публікацій ДМ, зокрема проросійського блогера та ведучого YouTube-каналу Кілуменко Тіме Гліба Ляшенка, російського пропагандиста і противника вакцинації Кирилла Стреломусова, проросійського політика Іллі Киви та політиків від «Опозиційного блоку – За життя!» Леоніда Черновецького та Наталії Вітренко, політика та медіаменеджера Євгена Мураєва.

Громадська організація «Інститут масової інформації» (ІМІ) співпрацювала із Центром стратегічної комунікації та інформаційної політики Міністерства культури, щоб опублікувати рекомендації щодо вживання коректної термінології для журналістів, які висвітлюють війну.

Громадська організація «ФУНДАЦІЯ СУСПІЛЬНІСТЬ» популяризувала психічне здоров'я через радіоінтерв'ю, охопивши аудиторію щонайменше 4 мільйони людей.

У партнерстві з Національною суспільною телерадіокомпанією України (НСТУ) та Громадським радіо ГО «ФУНДАЦІЯ СУСПІЛЬНІСТЬ» провела Тиждень взаємопідтримки та ментального здоров'я. На національних платформах НСТУ (УА:Перший, УА:Культура, Українське радіо та Радіо Промінь) та Громадського радіо відомі радіо- та тележурналісти в прямому ефірі розповідали про важливість ментального здоров'я та ділилися практичними порадами та власним досвідом. Це медіа-партнерство значно посилило голос української медіа-спільноти у висвітленні питань ментального здоров'я та є провідною ініціативою у запровадженні послуг підтримки ментального здоров'я до та під час війни. Завдяки цьому партнерству ГО «ФУНДАЦІЯ СУСПІЛЬНІСТЬ» у перші дні війни змогла запустити платформу Хаб

стійкості, яка стала постійним онлайн-ресурсом із публікаціями порад, підказок, інтерв'ю та іншого контенту для консультативної журналістики щодо подолання тривоги та зміцнення психологічної стійкості.

Харківське ЗМІ «Слобідський край» (СЛК) опублікувало матеріал про роботу гуманітарних працівників, які ризикуючи своїм життям доставляють продовольство та іншу допомогу найбільш вразливим жителям населених пунктів, яких щоденно обстрілюють у Циркунівській громаді. У статті був заклик допомогти волонтерам отримати засоби індивідуального захисту, і вже через кілька хвилин після публікації в Telegram-каналі СЛК туди надійшов дзвінок із пропозицією допомоги. Місцевий спортивний журналіст із Харкова, який переїхав до західної України, сконтакував з Львівським Оборонним Кластером і попросив у них про допомогу у вигляді восьми бронежилетів. Він зв'язався з Львівською велофундацією, яка допомогла транспортувати обладнання до Харкова. 6 серпня уся волонтерська команда отримала бронежилети.

Завдання 2: Збільшити громадський попит на якісну інформацію

У межах цієї цілі плани діяльності з реціпієнтами спрямовані на узгодження зусиль щодо медіаграмотності, розширення зусиль із медіа-моніторингу.

Ключові результати є такі:

З жовтня 2021 року по березень 2022 року **МБФ «Академія Української преси» (АУП)** співпрацювала з «Новою українською школою» (НУШ) щодо впровадження елементів медіаграмотності та опублікувало 21 тижневу вправу у формі коміксів до інтегрованого курсу «Я досліджую світ» для 5-го класу пілотних шкіл НУШ (150 шкіл, понад 6500 учнів). Щотижневі вправи доступні онлайн і були переглянуті 63 538 разів на веб-порталі АУП «Медіаосвіта та медіаграмотність», який відвідали 313 077 разів 75 834 унікальних користувача.

МБФ «Академія Української преси» провела три онлайн-консультативні професійного психолога для дорослих та дітей щодо збереження психічної стійкості у війсьній період. Відео у Facebook переглянули 6,4 тисячі людей. МБФ «Академія Української преси» розробила та опублікувала на порталі медіаграмотності 4 аудіо вправи на критичне мислення та для вчителів та батьків про те, як і чим зайняти дітей у війсьній стан. Вправи розроблені у співпраці з авторами посібника «М'які навички для розвитку дитини: емоційний інтелект, комунікація та медіаграмотність». Охоплення контентом досягло 3944 користувачів.

Протягом 2022 року Міністерство освіти і науки України систематично рекомендувало освітянській спільноті звертатися до матеріалів, розроблених Міжнародним благодійним фондом «Академія Української Преси». Понад 20 послань на навчальні матеріали Міжнародного благодійного фонду «Академія Української Преси», розроблені за підтримки Медійної Програми в Україні, увійшли до переліку рекомендацій, опублікованих в офіційних документах Міністерства освіти і науки України щодо викладання навчальних предметів у закладах загальної середньої освіти.

За звітний період **ГО «Громадське радіо»** охопило понад 330 тисяч людей якісними програмами про медіаграмотність. ГО «Громадське радіо» надавало жителям Київщини, Донецької та Луганської областей оперативну, об'єктивну та неупереджену інформацію про останні випадки маніпуляцій, зловживань та шайхрайств у соцмережах та месенджерах. Загалом ГО «Громадське радіо» транслювало 80 новинних радіопрограм з медіаграмотності через 13 передавачів на Донбасі, а також у Київській та Одеській областях. Загальна аудиторія радіо Громадського радіо оцінюється в 350 000 осіб щомісяця, а охоплення аудиторії онлайн-подкастів «Детекс» становить понад 74 000 переглядів сторінок на сайті. Дописи Громадського радіо у Facebook і Twitter за звітний період охопили близько 200 тисяч людей.

ГОВ «ВД «Media-ДК» охопило 2,5 мільйона людей своїми антидезінформаційними радіопрограмами під назвою «Маніпулятори» на платформі Радіо НВ. Це ток-шоу з поясненнями осіб та мотивів, які стоять за поточними потоками дезінформації в новинах та думках. Ток-шоу транслювалося в прямому ефірі Радіо НВ з подальшим переформуванням для YouTube-каналу Радіо НВ, платформ подкастів та статей на сайті пв.ца.

ГО «Інтерв'юз-Україна» проводив медіа-моніторинг та аналіз антизахідних наративів та пропагандистських повідомлень, що поширюються в українському інформаційному просторі, з метою розкриття інформаційних атак, спрямованих на поширення паніки в суспільстві, фейків та дезінформації, як проросійської, так і антизахідної. ГО «Інтерв'юз-Україна» приєднався до програми Trusted Partners Meta, яка дозволяє експертам Intelpews Ukraine швидко та ефективно повідомляти про нові наративи дезінформації, що з'являються у Facebook та Instagram, безпосередньо тим, хто відповідає за протидію дезінформації на платформах.

За результатами моніторингу будуть створені та опубліковані мультимедійні публікації щодо окремих аспектів цих атак англійською та українською мовами. Ці продукти будуть такими: 12 реакцій на останні новини, 6 інфографік, 6 щомісячних інформаційних бюлетенів (перекладених у 6 детальных статтях та поширених через веб-сайт ініціативи та інших каналів), а також 6 оглядів відео чи подкастів англійською та українською мовами.

ГО «Інститут розвитку регіональної преси» (ІРРП) розширив свою мережу регіональних фактчекерів та навчив їх інструментам і підходам виявлення та спростування фейків. Для стандартизації процесу фахівці ІРРП розробили методологію, алгоритми та політику спростування фейків, які стануть базовим документом для стандартизації процесу та дотримання етичних стандартів фактчекерами. Група із 40 новинних фактчекерів пройшла навчання та навчання експертів ІРРП для боротьби з дезінформацією на регіональному рівні. Було створено вебсайт «По той бік новин», але через війну його запуск було відкладено. На сторінці «По той бік новин» у Facebook було створено та опубліковано 101 матеріал щодо спростування фейкових новин/маніпуляцій, що отримало 3 305 848 переглядів та 222 876 залучень.

ГО «Тернопільський прес-клуб» популяризує фактчекінг та критичне мислення і отримав 45 000 переглядів. У співпраці з онлайн-медіа Хроніка Тернопільського медіацентру (ТМЦіно) Тернопільський прес-клуб підготував 23 фактчекерських матеріали на важливі для місцевої громади теми, які загалом набрали майже 45 тис. переглядів. Найпопулярніший матеріал Інформація про те, що з літаків розпилюють бацили-реактив "Омікрон"-фейкі із 2009 переглядами на сайті Тернопільського пресклубу та 3 736 переглядами на сайті Хроніка. Матеріал було опубліковано 1 лютого 2022 року. У результаті роботи Тернопільського прес-клубу після розвінчання з джерел було видалено ряд фейків.

ГО «300 Ужгородський прес-клуб» провів медіакампанію в Закарпатській області «У що я вірю, а в що не вірю?», котра залучила 800 000 місцевої аудиторії. Ужгородський прес-клуб підготував інформаційно-просвітницькі матеріали з медіарамотності та поширив їх у громадському транспорті та місцевих супермаркетах. Це включало інсталяції в популярних супермаркетах, інфографіку, що пояснює фейки для угорськомовних меншин, розроблену та розповсюджену через місцеві медіа та соціальні мережі (Facebook, Telegram, Instagram), а також гру «Фейк-конструктор», створену та розповсюджену онлайн та через мережу регіональних прес-клубів (до регіонів за межами Закарпаття), демонструючи, як можна спотворювати інформацію. **Моніторингові зйми Громадської організації "Інститут демократії імені Пилипа Орлика"** підвищують обізнаність регіональних ЗМІ про якість контенту та професійні стандарти під час війни. У 2022 році Громадська організація "Інститут демократії імені Пилипа Орлика" дослідив 5 507 друкованих ЗМІ 64 регіональних ЗМІ та 11 593 статей онлайн-ЗМІ 64 сайтів у Донецькій, Дніпропетровській, Житомирській, Полтавській, Львівській, Хмельницькій, Одеській та Сумській областях. Крім двох запланованих циклів моніторингу, Громадська організація "Інститут демократії імені Пилипа Орлика" ініціював два додаткові цикли моніторингу для оцінки відповідності українських ЗМІ професійним стандартам під час вторгнення Росії в Україну.

Онлайн-шоу по боротьбі з дезінформацією Newsrain ГО «Детектор медіа» набрало 1,6 мільйона переглядів. Newsrain, онлайн-комедійне шоу, яке зосереджується на розвінчуванні дезінформації та викритті непрофесійної практики медіа, набрало 2 мільйони переглядів за 25 епізодів. Також Newsrain транслюється на 18 регіональних телеканалах.

Завдання 3: Впровадження найважливіших медіареформ

Діяльність за цим напрямком передбачає підтримку застосування ключових медіареформ, надання правової допомоги, підтримку адвокати та нагляд.

Ключові результати є такі:

30 000 людей підпили свою обізнаність про захист персональних даних, доступи до публічної інформації, свободу слова в Інтернеті завдяки ГО «Центр демократії та верховенства права»

Протягом звітного періоду ГО «Центр демократії та верховенства права» продовжував сприяти поінформованості громадськості про авторські права. 28 лютого 2022 року він опублікував аналітичну записку, в якій аналізуються проблеми державної політики щодо авторського права та неефективність організації колективного управління. ГО «Центр демократії та верховенства права» 17 лютого 2022 року оприлюднив інформаційну довідку про те, як медичні служби в Україні використовують персональні дані пацієнтів. Також були надані рекомендації щодо безпеки персональних даних пацієнтів, лікарів та медичних служб.

Кількість «журналістських справ», успішно розслідуваних правоохоронними органами в результаті співпраці з ГО «Інститут масової інформації», зросла на 36%.

Станом на лютий 2022 року правоохоронні органи розслідували та притягнули до відповідальності винних у 25 справах про порушення прав журналістів. Це на 36% більше, ніж у 2020 році, коли було розслідувано 16 справ. Такого результату досягнуто завдяки посиленню співпраці ІМІ з правоохоронними органами, систематичному обміну даними, контролю за станом розслідувань, розпочатих ГО «Інститут масової інформації», особистих зустрічей з правоохоронцями в усіх регіонах України. Зокрема, протягом 2021 року ІМІ довела до відома Генеральної прокуратури України та Нацполіції понад 200 справ, які потребували реагування з боку правоохоронних органів. Щомісяця виконавчий директор та юристи організації вели переговори з правоохоронними органами, надсилали нові справи та організовували зустрічі з журналістами щодо проблемних випадків.

Крім того, в січні 2022 року експерти ГО «Інститут масової інформації» прочитали тренінг для прес-служб правоохоронних органів щодо правильної термінології, гендерного балансу та прав людини.

Професійні юридичні консультації та інформаційні бюлетені про закони, ухвалені на тлі військового вторгнення Росії в Україну, помогли щонайменше 40 медіа-компаніям із 14 областей уникнути порушення чинного законодавства. З початку російського нападу на Україну ухвалено кілька нових законів та нормативних актів, що безпосередньо впливають на діяльність професійних ЗМІ. Наприклад, Указ Президента України №152/2022 (18.03.2022), законопроект №7189 про кримінальну відповідальність за незаконну фотозйомку та відеозйомку руху чи перебування особового складу чи техніки збройних Сил України та надання міжнародної військової допомоги в умовах воєнного стану (24.03.2022), законопроект «Про внесення змін до деяких законів України щодо підтримки національного музичного продукту та обмеження публічного використання музичного продукту держави-агресора» (19.06.2022); частини шостої статті 27 Закону України «Про забезпечення функціонування української мови як державної» (17.07.2022).

Для дотримання нового законодавства регіональними ЗМІ, експерти ГО «Національна асоціація медіа» (НАМ) надали 160 юридичних консультацій та розповсюдили 13 інформаційних бюлетенів із чіткими роз'ясненнями вимог для роботи в нових умовах, що сприяло кращому розумінню локальними медіа нового українського законодавства, уберігаючи їх наперед від ненавмисного порушення.

Загалом, юристи НАМ надали юридичні консультації із низки інших питань, зокрема, стосовно трудових відносин в умовах воєнного стану. Приміром, юристи «Центру демократії та верховенства права» (ЦЕДЕМ) надали 16 адресних консультацій. Упродовж звітного періоду, на сайті цієї неурядової організації опубліковано чотири текстові версії консультацій, що стосувалися звернень журналістів до установ органів державної влади, конфіденційності та використання фотографій із соціальних мереж, пошук та запити на публічну інформацію, критеріїв надання інтерв'ю невідомим ЗМІ.

Адвокатська діяльність ГО «Центр демократії та верховенства права» з Facebook заобігла необуртвованим блокуванням акунти.

ГО «Центр демократії та верховенства права» як надійний партнер компанії META, продовжував захищати медіа, журналістів та активістів від цілеспрямованих атак і хибнопозитивних рішень штучного інтелекту у боротьбі з дезінформацією та захисту права на вираження поглядів.

ГО «Центр демократії та верховенства права» також виступає за збільшення кількості довірених партнерів, що дозволять компанії META мати більше незалежних позицій і міркувань щодо проблем, які з'явилися на платформах. 706 осіб підвищили свою обізнаність щодо доступу до публічної інформації завдяки освітньому онлайн-тесту ГО «Центр демократії та верховенства права» «Який Ваш рівень захищувача інформації?».

Завдяки адвокатській ГО «Демкатор медіа» радіо Суспільне стало доступним на «Дії». 13 березня додаток «Дія», який дозволяє громадянам України користуватися цифровими документами, запустив проект «Дія.Радіо». Тепер понад 17 мільйонів громадян України, які встановили додаток, можуть слухати Суспільне радіо на своїх смартфонах.

14 грудня 2022 року Верховна Рада ухвалила три закони, котрі є необхідними для початку переговорів про вступ України до Європейського Союзу 2023 року. Закон «Про медіа», що інтегрує вимоги Директиви ЄС про аудіовізуальні послуги у національне законодавство України та дає початок необхідним реформам, що за експертної підтримки Інтернійос обстоюють упродовж багатьох років такі громадські організації як «Національна асоціація медіа», «Центр демократії та верховенства права», «Інститут масової інформації» як «Детектор-медіа». Ці реформи також передбачають запровадження системи співрегулювання, лібералізацію та уніфікацію системи ліцензування, більшої відповідальності ЗМІ та сприяють перетворенню пострадянських муніципальних телекомпаній на громадські медіа.

Громадська організація «Харківський прес-клуб ринкових реформ» продовжила підтримувати, створений у січні 2020 року, єдиний інформаційно-аналітичний медіа ресурс для місцевих громад Stomada.grouc. В ході розширення діяльності цієї локальної медіа платформи вдалося охопити своїм контентом чверть мільйона місцевих жителів сходу України.

Станом на лютий 2022 року сайт Stomada.grouc розширився до 15 місцевих видань. Аудиторія зросла на 20-40% щомісяця, хоча з початком війни цей показник знизився до 10% за місяць. На момент написання звіту сайт відвідували 140 000 унікальних користувачів.

Важливою частиною роботи [Gromada.gov.ua](https://www.gromada.gov.ua) є роз'яснення та просування реформ в Україні. Журналісти надавали місцевим жителям якісну інформацію про хід реалізації медичної та пенсійної реформи, місцевих виборів та реформи децентралізації – ці матеріали набрали близько 30 000 переглядів.

Після початку війни 13 видань-членів [Gromada.gov.ua](https://www.gromada.gov.ua) продовжили свою роботу, а вже у вересні 2022 їх журналісти почали активно працювати у звільнених громадах. Двадцять матеріалів опублікованих на платформі [Gromada.gov.ua](https://www.gromada.gov.ua) про ситуацію у де-окупованих містах Харківської області за тиждень після публікації набрали близько 4 000 переглядів.

Завдання 4: Посилення і підтримка ключових медіа-інституцій і процесів

Заплановано допомогу неурядовим медіа організаціям та компаніям щодо становлення механізмів урядування в медіа секторі, посилення і розширення партнерств і коаліцій, закладання основи для сталого залучення діячів місцевих медіа у демократичний процес.

Ключові результати є такі:

Школа цифрової безпеки (DSS380) публікує корисні поради, що досягли 609 000 переглядів.

Експерти проекту стали надійним джерелом інформації та коментарів з актуальних питань цифрової безпеки для національних та регіональних медіа. Інтерв'юз-Україна запустив опитування «Відкритий мікрофон» для медіа для виявлення ключових вразливостей та надання консультацій за результатами анкетування. Експерти проекту надали вісім розширених консультацій для таких медіа, як Українське радіо (м. Кривий Ріг), Незалежна телерадіокомпанія «РТГА» (Луганська область), Перший канал Кривого Рогу (Дніпропетровська область), а також для всієї Агенції розвитку локальних медіа "АБО", до складу якого входять 45 міст України. Команда підготувала 14 медіаматеріалів та коментарів на актуальні теми цифрової безпеки, в тому числі поради, як діяти в разі відключення інтернету і як користуватися Starlink, охопивши 5 млн осіб.

LIGA.net зміцнила свою фінансову стійкість, реалізуючи редакційну стратегію залучення власної аудиторії до співфінансування. Завдяки сталості платних підписок редакція може впевнено планувати витрати, читачі отримують додаткові цікаві та якісні матеріали, а донори отримують регулярний ексклюзивний контент. Запуск і конфігурація системи Управління відносинами з клієнтами дозволили прискорити автоматизацію управління підписниками, зареєстрованими на сайті. Загальна кількість підписників, які фінансово підтримали LIGA.net у звітному періоді, складає 9124.

Головний редактор LIGA.net провів два тренінги для українських медіа «Як заохотити читачів платити за контент», де поділився досвідом LIGA.net та інших національних і регіональних ЗМІ у створенні читачької моделі співфінансування та надав практичні рекомендації щодо створення різних моделей підписки. За результатами цих тренінгів LIGA.net уклала методичні рекомендації для українських медіа стосовно залучення аудиторії.

Місцеві медіа залучають аудиторію, надають доходи від реклами та починають здійснювати позитивні зміни для місцевих жителів.

Чугуївський ZINFORM (Вісник Чугуївщини), що входить до складу місцевого вебресурсу Gromada.Group, покращив свого фінансову стійкість в рамках невеликого грантового проекту. Новостворений відділ маркетингу і реклами видання налагодили відносини з 56 об'єднаними територіальними громадами Харківської області і почав розміщувати на сайті локальну бізнес рекламу. ZINFORM співпрацював з Google по рекламі на сайті «Shybytv.Gromada.Group».

Команда ZINFORM вдосконалила дизайн газети та стилі написання в різних жанрах, використовуючи механізм зворотного зв'язку, що включає збір коментарів місцевих жителів і відгуків на соціально важливі статті. До початку лютого кількість переглядів матеріалів і відвідуваність сайту зросли на 45%. У січні 2022 року ZINFORM розпочав співпрацю з експертами та професійними консультантами для залучення нативної реклами для учасників Gromada.group для покращення їхніх можливостей сталого розвитку та монетизації контенту.

Авдокація Медіаруху допомогла покращити співпрацю між журналістами та військовими.

28 березня 2022 року Медіарух опублікував спільне звернення до Президента Володимира Зеленського, Офісу Президента, Міністерства оборони, Служби безпеки України та Міністерства закордонних справ із закликом розробити чіткі та прозорі правила для журналістів, які працюють на місцях під час повномасштабного вторгнення Росії. Звернення було викликано численними суперечливими заявами української влади, які стверджували, що репортажі з місця подій можуть бути причиною додаткових обстрілів з боку російських військ. Підписанти закликали розробити чітку процедуру акредитації, розробити та роз'яснити правила висвітлення на місцях, однаково ставитись до українських та іноземних журналістів. Після публікації звернення, IMI отримав інформацію від журналістів, з якими вони працюють, про покращення ситуації. Центр протидії дезінформації при Раді національної безпеки і оборони 30 березня 2022 року опублікував рекомендації щодо безпечного висвітлення на місцях. 27 квітня 2022 року Міністерство оборони та Міністерство культури та інформаційної політики розробили чітке зведення правил висвітлення наслідків обстрілів.

Верховна Рада України зобов'язала медіакомпанії забезпечити журналістів засобами захисту та страхуванням завдяки зусиллям партнерів проекту «Медійна програма в Україні» (МПУ). 11 липня партнери проекту USAID «Медійна програма в Україні» провели успішну адвокацію за зміни чинного правового середовища в Україні для захисту безпеки журналістів. Верховна Рада внесла зміни до закону «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», якими передбачає додаткові гарантії захисту журналістів, котрі працюють на передовій. Поправка зобов'язує медіа забезпечувати журналістів, які працюють на охоплених конфліктом територіях, захисним спорядженням

(бронежилети та каски), медичними аптечками, а також страхуванням здоров'я та життя. Крім того, закон гарантує одноразову виплату близько 3500 доларів США у разі поранення. У складі робочої групи над поправками працювали партнери Медійної програми в Україні) громадські організації «Детектор медіа», «Інститут масової інформації» та Фондація «Суспільність». Партнери МПГУ здійснюватимуть нагляд за виконанням закону, розглядатимуть виклики та звітуватимуть про зрушення.

Громадські організації «Детектор медіа» та «Інститут масової інформації» беруть участь у розробці плану відновлення України.

Міжнародна конференція з питань реформ в Україні — це щорічна подія, яка присвячена огляду розвитку реформ, а також виступає платформою для презентації прогресу, якого Україна досягла, для висловлення підтримки міжнародними партнерами та вивчення наступних кроків для просування процесу реформ всіма зацікавленими сторонами. Міжнародна конференція 2022 року відбулася в м. Дугано (Швейцарія), і включала презентацію Національної Ради з відновлення України Плану відновлення України. Партнери Інтерньюс Нетворк «Детектор медіа» та «Інститут масової інформації» були запрошені до розробки розділів плану «Соціальний захист», «Культура» та «Інформаційна політика», продемонструвавши свій досвід та унікальний статус серед громадських організацій в Україні.

Товариство з обмеженою відповідальністю «ЗН УА» досягає найвищих доходів від реклами завдяки співпраці з спеціалістами з оптимізації сайтів «Медійної програми в Україні».

Протягом звітного періоду «ЗН УА» працював над удосконаленням програмного забезпечення сайту для залучення більшої аудиторії та збільшення доходів Гугл Едсенс (Google AdSense). Усі публікації також були відредатовані відповідно до вказівок спеціалістів з оптимізації сайтів. У липні 2022 року «ЗН УА» вдалося, без істотного зниження трафіку, зробити українську версію сайту стандартною. У липні 2022 року місячна аудиторія «ЗН УА» сягнула понад 16,5 млн переглядів, що на 239% більше, ніж у липні 2021 року, також у липні 2022 року «ЗН УА» отримав 5400 доларів США доходу від Гугл Едсенс (Google AdSense), що на 87% більше, ніж у липні 2021, і є найвищим за всю історію медіа.

29-30 вересня 2022 року проведена щорічна конференція «Національна медіа розмова».

Інтерньюс разом із партнерами (Громадська організація «Національна асоціація медіа», Громадська організація "Інтерньюз-Україна", Громадська Організація «ФУНДАЦІЯ СУСПІЛЬНІСТЬ», Громадська організація «Інститут масової інформації», Акціонерне товариство "Національна суспільна телерадіокомпанія України" та Громадська організація «Детектор медіа») організував щорічну конференцію «Національна медіа розмова» у готелі «Інтерконтиненталь», з урахуванням заходів безпеки.

Понад 100 учасників (журналісти, представники влади та громадських організацій) обговорювали виклики журналістики під час війни росії проти України, питання медійного законодавства, само- та співрегулювання в медіа секторі.

<p>Посилання на інтернет-ресурси, де розміщено інформацію про результати реалізації проекту (програми) та інші матеріали або документи, розроблені в рамках проекту (програми)</p>	<p>Результати проекту розміщені на вебсайті виконавця проекту https://internews.in.ua/uk/</p>
<p>Загальна сума витрачених під час реалізації проекту (програми) коштів міжнародної технічної допомоги на кінець звітного періоду (за наявності), у тому числі за категоріями: послуги з організації тренінгів, навчання, опитування, інформаційні кампанії</p>	<p>-</p>
<p>консультативні послуги</p>	<p>-</p>
<p>обладнання</p>	<p>-</p>
<p>будівельні, ремонтні роботи, технічний нагляд</p>	<p>-</p>
<p>адміністративні витрати виконавця</p>	<p>-</p>
<p>3. Порівняння запланованих результатів проекту (програми) з досягнутими</p>	
<p>Кількісні та/або якісні критерії результативності проекту (програми)</p>	<p>Заплановані результати на кінець звітного періоду</p>
<p>Збільшення і покращення виробництва контенту стосовно реформ та інших ключових зрушень.</p> <p>Дотримання українськими медіа професійних стандартів журналістики.</p>	<p>Під час виконання чотирьох завдань «Медійної програми в Україні» впродовж звітного періоду було заплановано таке:</p> <p>Збільшення і покращення виробництва контенту стосовно реформ та інших ключових зрушень.</p> <p>АТ «НСТУ» підтримувала високу якість і популярність щотижневого політичного ток-шоу «Зворотній відлік», зібравши 8 мільйонів переглядів з жовтня 2020 року по лютий 2022 року. За підтримки «Медійної програми в Україні» АТ НСТУ продовжила випускати своє відоме щотижневе шоу «Зворотній відлік», яке висвітлювало актуальні проблеми, такі як напруженість військ Росією, голодомор, внутрішньополітичні та зовнішні справи, протести в Казахстані, військова спроможність та стійкість України тощо.</p>

<p>Посилення професійного розвитку та міжрегіональних зв'язків.</p> <p>Розширення доступу мешканців сходу та півдня України до об'єктивної, високоякісної місцевої інформації.</p> <p>Підвищення рівня медіа грамотності громадян і медіа професіоналів.</p> <p>Покращення професійної співпраці в межах сектору з метою вирішення актуальних питань медіа.</p> <p>Сприяння впровадженню ключових медіа реформ – роздержавлення друкованої преси, закону про доступ до публічної інформації, закону про суспільне мовлення, закону про прозорість медіа власності.</p> <p>Становлення механізмів урядування в медіа секторі – саморегуляції та спів-регуляції.</p> <p>Гендерна рівність у медіа секторі.</p>	<p>Посилення професійного розвитку медіа представників та міжрегіональних зв'язків.</p> <p>Розширення доступу мешканців сходу та півдня України до об'єктивної, високоякісної місцевої інформації.</p> <p>Імплементация програм з медіа грамотності.</p> <p>Проведення медіа моніторингу та розповсюдження його результатів.</p> <p>Підтримка застосування ключових медіа реформ.</p> <p>Надання правової допомоги представникам медіа.</p> <p>Допомога неурядовим медіа організаціям та компаніям щодо становлення механізмів урядування в медіа секторі.</p> <p>Впровадження принципів гендерного балансу.</p>	<p>Після російського вторгнення в Україну ГО «Інтерньюз-Україна» змінила підходи до співпраці з ЗМІ та перелянула види підтримки відповідно до ключових потреб аудиторії та видань. ГО «Інтерньюз-Україна» співпрацювала з п'ятьма регіональним виданням для підтримки роботи персоналу та створення контенту, орієнтованого на журналістику рішень, у контексті військових дій. Серед таких ЗМІ: «Східний варіант» (Донецька та Луганська області), Район.і.на (Волинська область), 18000 (Черкаська область), 1-й Курйорізький (Кривий Ріг), «Час Чернігівський» (Чернігів).</p> <p>UkraineWorld інформує міжнародну спільноту, надаючи експертний аналіз ситуації в Україні.</p> <p>Проект UkraineWorld, що реалізується ГО «Інтерньюз-Україна» – це новино-інформаційний ресурс, присвячений українській тематиці, який об'єднує понад 260 експертів та журналістів з України та світу. З початку повномасштабної війни Росії проти України UkraineWorld досяг неймовірного успіху в інформаційному просторі. Подкасти, тематичні відео, коментари для іноземних видань, а також комунікація через соціальні мережі - завдяки такій роботі UkraineWorld надавали міжнародній аудиторії актуальну інформацію про розвиток подій в Україні.</p> <p>Сайт, що об'єднує гіперлокальні ЗМІ Харківської області, охоплює 360 тис. місцевих читачів контентом про реформи та важливі події. ГО «Харківський прес-клуб ринкових реформ» продовжує розвивати та просувати створену ним у січні 2020 року локальну медіа-мережу під назвою Gromada.group. Станом на лютий 2022 року ресурс розширився до 15 місцевих видань, а його онлайн-аудиторія щомісяця зростає на 20-50%.</p> <p>Завдяки Фонду підтримки медіа у надзвичайних обставинах, який створила ГО «Національна асоціація медіа» (НАМ) шість медіа-компаній із чотирьох регіонів України продовжують працювати та висвітлювати вторгнення Росії в Україну.</p> <p>Два прес-клуби східної та західної України – Харківський (ХПК) та Тернопільський прес-клуби (ТПК) – відкрили школи для сприяння професійному розвитку місцевих журналістів. ХПК провів 4 тренінги для 117 журналістів (93 жінки, 24 чоловіки) щодо створення та просування відеоконтенту в соціальних мережах, розповіді та протидії дезінформації,</p>
--	--	---

як уникнути паніки та зберегти психічне здоров'я в умовах війни. Журналісти, редактори та блогери з Харківської, Донецької, Луганської, Сумської та Полтавської областей долучилися до тренінгів віртуально.

«Мультимедійна школа практичної журналістики» громадської організації «Тернопільський прес-клуб» допомагає учасникам створювати якісний відеоконтент. Команда прес-клубу на конкурсній основі відбрала 25 конкурентоспроможних регіональних журналістів (усі жінки) для участі в трьох тренінгах та 18 уроках, де вони отримали практичні та професійні знання з журналістських розслідувань, перевірки фактів, правової та цифрової безпеки, роботи з відкритими даними, візуалізації контенту і його просування в соцмережах, і тієна інформації.

ГО «Інститут політичної інформації» (ІПІ) організував три практичні тренінги з безпеки для жінок у спортзалі за системою Крав Мата. 75 місцевих журналістів змогли ознайомитися зі спеціальними прийомами, які враховують особливості жіночої безпеки та потенційні ситуації, з якими можуть зіткнутися жінки-журналістки у своїй роботі.

Відкрито вісім кримінальних проваджень за результатами Дошки ганьби тих, хто підтримав агресію Росії від Громадської організації «Детектор медіа». Громадська організація «Детектор медіа» (ДМ) продовжує оновлювати «Дошку ганьби» — список із 32 політичних і медійних діячів, які підтримали російську агресію проти України. Станом на кінець звітного періоду список набрав понад 170 тис. переглядів. Список ДМ вирізняється доказовим підходом, оскільки вони не лише публікують список співавторів, а й збирають фотографії, скріншоти сторінок у соцмережах та відео, зберігають їх на власних серверах і надсилають до СБУ.

Громадська організація «ФУНДАЦІЯ СУСПІЛЬНОСТЬ» популяризувала психічне здоров'я через радіопередачі, охопивши аудиторію щонайменше 4 мільйони людей. У партнерстві з Національною суспільною телерадіокомпанією України (НСТУ) та Громадським радіо ГО «ФУНДАЦІЯ СУСПІЛЬНОСТЬ» провела Тиждень взаємопідтримки та ментального здоров'я. На національних платформах НСТУ (УА:Перший, УА:Культура, Українське радіо та Радіо Промінь) та Громадського радіо відомі радіо- та тележурналісти в прямому ефірі розповідали про важливість ментального здоров'я та ділилися практичними порадами та власним досвідом.

Харківське ЗМІ допомагає постачати засоби захисту для волонтерів у міщевій громаді. Харківське регіональне ЗМІ «Слобідський край» (СЛК) опублікувало матеріал про роботу гуманітарних працівників, які ризикуючи своїм життям доставляють продовольство та іншу допомогу найбільш вразливим жителям населених пунктів, які щоденно обстрілюють у Циркунівській громаді. У статті був заклик допомогти волонтерам отримати засоби індивідуального захисту, і вже через кілька хвилин після публікації в Telegram-каналі СЛК туди надійшов дзвінок із пропозицією допомоги.

3 жовтня 2021 року по березень 2022 року МБФ «Академія Української преси» (АУП) співпрацювала з «Новою українською школою» (НУШ) щодо впровадження елементів медіаграмотності та опублікувало 21 тижневу виправу у формі коміксів до інтегрованого курсу «Я досліджую світ» для 5-го класу пілотних шкіл НУШ (150 шкіл, понад 6500 учнів). Щотижневі виправи доступні онлайн і були переглянуті 63 538 разів на веб-порталі АУП «Медіаосвіта та медіаграмотність», який відвідали 313 077 разів 75 834 унікальних користувача.

МБФ «Академія Української преси» провела три онлайн-консультації професійного психолога для дорослих та дітей щодо збереження психічної стійкості у воєнний період. Відео у Facebook переглянули 6,4 тисячі людей. МБФ «Академія Української преси» розробила та опублікувала на порталі медіаграмотності 4 аудіо виправи на критичне мислення та для вчителів та батьків про те, як і чим зайняти дітей у воєнний стан.

Протягом 2022 року Міністерство освіти і науки України систематично рекомендувало освітянській спільноті звертатися до матеріалів, розроблених Міжнародним благодійним фондом «Академія Української Преси». Понад 20 послідовних навчальних матеріалів Міжнародного благодійного фонду «Академія Української Преси», розроблені за підтримки Медійної Програми в Україні, увійшли до переліку рекомендацій, опублікованих в офіційних документах Міністерства освіти і науки України щодо викладання навчальних предметів у закладах загальної середньої освіти.

У березні 2022 року ТОВ «ВД «Медіа-ДК» через платформу Радіо НВ охопило 770 000 людей своїми англієзінформацийними радіопрограмами під назвою «Маніпулятори». Це ток-шоу допомагає розвінчати наративи

російської дезінформації та маніпуляційної пропаганди про вторгнення росіян в Україну.

ГО «Інтерньюз-Україна» проводив медіа-моніторинг та аналіз антизахідних наративів та пропагандистських повідомлень, що поширюються в українському інформаційному просторі, з метою розкриття інформаційних атак, спрямованих на поширення паніки в суспільстві, фейків та дезінформації, як проросійської, так і антизахідної. ГО «Інтерньюз-Україна» приєднався до програми Trusted Partners Meta, яка дозволяє експертам Intepews Україне швидко та ефективно повідомляти про нові наративи дезінформації, що з'являються у Facebook та Instagram, безпосередньо тим, хто відповідає за протидію дезінформації на платформах.

ГО «Інститут розвитку регіональної преси» (ПРП) розширив свою мережу регіональних фактчекерів та навчив їх інструментам і підходам виявлення та спростування фейків. Для стандартизації процесу фахівці ПРП розробили методологію, алгоритми та політику спростування фейків, які стануть базовим документом для стандартизації процесу та дотримання етичних стандартів фактчекерами. Група із 40 новинних фактчекерів пройшла навчання та наставництво експертів ПРП для боротьби з дезінформацією на регіональному рівні.

ГО «Тернопільський прес-клуб» популяризував фактчекінг та критичне мислення і отримав 45 000 переглядів. У співпраці з онлайнмедіа Хроніка Тернопільського медіацентру (ТМЦіно) Тернопільський прес-клуб підготував 23 фактчекерських матеріали на важливі для місцевої громади теми, які загалом набрали майже 45 тис. переглядів.

ГО «ЗОО Ужгородський прес-клуб» Ужгородський прес-клуб провів медіакампанію в Закарпатській області «У що я вірю, а в що не вірю?», котра залучила 800 000 місцевої аудиторії. Ужгородський прес-клуб підготував інформаційно-просвітницькі матеріали з медіарамотності та поширив їх у громадському транспорті та місцевих супермаркетах.

Моніторингові звіти Громадської організації «Інститут демократії імені Пилипа Орлика» підвищують обізнаність регіональних ЗМІ про якість контенту та професійні стандарти під час війни. У 2022 році Громадська організація «Інститут демократії імені Пилипа Орлика» дослідив 5 507 друкованих ЗМІ 64 регіональних ЗМІ та 11 593 статей онлайн-ЗМІ 64 сайтів у Донецькій, Дніпропетровській, Житомирській,

Полтавській, Львівській, Хмельницькій, Одеській та Сумській областях. Окрім двох запланованих циклів моніторингу, громадська організація «Інститут демократії імені Пилипа Орлика» ініціював два додаткові цикли моніторингу для оцінки відповідності українських ЗМІ професійним стандартам під час вторгнення Росії в Україну.

Онлайн-шоу по боротьбі з дезінформацією Newstralm ГО «Детектор медіа» набрало 1,6 мільйона переглядів. Newstralm, онлайн-комедійне шоу, яке зосереджується на розвінчуванні дезінформації та викритті непрофесійної практики медіа, набрало 2 мільйони переглядів за 25 епізодів. Також Newstralm транслюється на 18 регіональних телеканалах.

30 000 людей підпили свою обізнаність про захист персональних даних, доступ до публічної інформації, свободу слова в Інтернеті завдяки ГО «Центр демократії та верховенства права»

Протягом звітного періоду ГО «Центр демократії та верховенства права» продовжував сприяти поінформованості громадськості про авторські права.

Кількість «журналістських справ», успішно розслідуваних правоохоронними органами в результаті співпраці з ГО «Інститут масової інформації», зросла на 36%.

Завдяки 10 юридичним консультаціям та 3 інформаційним бюлетеням, наданим експертами ГО «Національна асоціація медіа» щодо законів, прийнятих у зв'язку з вторгненням російських військ в Україну, дев'ять мовників із п'яти регіонів уникли порушень чинного законодавства України.

ГО «Центр демократії та верховенства права», як надійний партнер компанії META, продовжував захищати медіа, журналістів та активістів від цілеспрямованих атак і хибнопозитивних рішень штучного інтелекту у боротьбі з дезінформацією та захисту права на вираження поглядів.

Завдяки адвокату ГО «Детектор медіа» радіо Суспільне стало доступним на «Дії». 13 березня додаток «Дія», який дозволяє громадянам України користуватися цифровими документами, запустив проект «Дія.Радіо». Тепер понад 17 мільйонів громадян України, які встановили додаток, можуть слухати Суспільне радіо на своїх смартфонах.

14 грудня 2022 року Верховна Рада ухвалила три закони, котрі є необхідними для початку переговорів про вступ України до Європейського Союзу 2023 року. Закон «Про медіа», що інтегрує вимоги

Директиви ЄС про аудіовізуальні послуги у національне законодавство України та дає початок необхідним реформам, що за експертної підтримки Інтерньоєс обстоюють упродовж багатьох років такі громадські організації як «Національна асоціація медіа», «Центр демократії та верховенства права», «Інститут масової інформації», «Детектор-медіа». Ці реформи також передбачають запровадження системи співрегулювання, лібералізацію та уніфікацію системи ліцензування, більшої відповідальності ЗМІ та сприяють перетворенню пострадянських муніципальних телекомпаній на громадські медіа.

Громадська організація «Харківський прес-клуб ринкових реформ» продовжила підтримувати, створений у січні 2020 року, єдиний інформаційно-аналітичний медіа ресурс для місцевих громад Громада.groupr. В ході розширення діяльності цій локальній медіа платформі вдалося охопити своїм контентом чверть мільйона місцевих жителів сходу України.

Станом на лютий 2022 сайт Громада.groupr розширився до 15 місцевих видань. Аудиторія зросла на 20-40% щомісяця, хоча з початком війни цей показник знизився до 10% за місяць. Після початку війни 13 видань-членів Громада.groupr продовжили свою роботу, а вже у вересні 2022 року їх журналісти почали активно працювати у звільнених громадах. Двадцять матеріалів опублікованих на платформі Громада.groupr про ситуацію у деокупованих містах Харківської області за тиждень після публікації набрали близько 4 000 переглядів.

Школа цифрової безпеки (DSS380) публікує корисні поради, що досягли 609 000 переглядів. Експерти проекту стали надійним джерелом інформації та коментарів з актуальних питань цифрової безпеки для національних та регіональних медіа. Інтерньоєс-Україна запустив опитування «Відкритий мікрофон» для медіа для виявлення ключових вразливостей та надання консультацій за результатами анкетування. Експерти проекту надали вісім розширених консультацій для таких медіа, як Українське радіо (Кривий Ріг), Незалежна телерадіокомпанія «ПРТА» (Луганська область), Перший канал Кривого Рогу (Дніпропетровська область), а також для всієї Агенції розвитку локальних медіа "АБО", до складу якого входять 45 міст України.

LIGA.net зміцнила свою фінансову стійкість, реалізуючи редакційну стратегію залучення власної аудиторії до співфінансування. Завдяки

статості платних підписок редакція може впевнено планувати витрати, читачі отримують додаткові цікаві та якісні матеріали, а донори отримують регулярний екссклюзивний контент. Запуск і конфігурація системи Управління відносинами з клієнтами дозволили прискорити автоматизацію управління підписниками, зареєстрованими на сайті.

Адвокатія Медіаруху допомогла покращити співпрацю між журналістами та військовими. 28 березня Медіарух опублікував спільне звернення до Президента Володимира Зеленського, Офісу Президента, Міністерства оборони, Служби безпеки України та Міністерства закордонних справ із закликом розробити чіткі та прозорі правила для журналістів, які працюють на місцях під час повномасштабного вторгнення Росії.

Верховна Рада України зобов'язала медіакомпанії забезпечити журналістів засобами захисту та страхуванням завдяки зусиллям партнерів МПГУ. 11 липня партнери проекту USAID «Медійна програма в Україні» провели успішну адвокацію за зміни чинного правового середовища в Україні для захисту безпеки журналістів. Верховна Рада внесла зміни до закону «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», якими передбачає додаткові гарантії захисту журналістів, котрі працюють на передовій.

Громадські організації «Детектор медіа» та «Інститут масової інформації» беруть участь у розробці плану відновлення України. Міжнародна конференція з питань реформ в Україні — це щорічна подія, яка присвячена огляду розвитку реформ, а також виступає платформою для презентації прогресу, якого Україна досягла, для висловлення підтримки міжнародними партнерами та вивчення наступних кроків для просування процесу реформ всіма зацікавленими сторонами. Конференція 2022 року відбулася в Дугано, Швейцарія, і включала презентацію Національної Ради з відновлення України Плану відновлення України. Партнери Інтерньюс Нетворк «Детектор медіа» та «Інститут масової інформації» були запрошені до розробки розділів плану «Соціальний захист», «Культура» та «Інформаційна політика», продемонструвавши свій досвід та унікальний статус серед громадських організацій в Україні.

29-30 вересня 2022 року Інтерньюс разом із партнерами (Громадська організація «Національна асоціація медіа», Громадська організація "Інтерньюз-Україна", Громадська Організація «ФУНДАЦІЯ

		<p>СУСПІЛЬНІСТЬ», Громадська організація «Інститут масової інформації», Акціонерне товариство "Національна суспільна телерадіокомпанія України" та Громадська організація «Детектор медіа») організував щорічну конференцію «Національна медіа розмова». Понад 100 учасників (журналісти, представники влади та громадських організацій) обговорювали виклики журналістики під час війни росії проти України, питання медійного законодавства, само- та співрегулювання в медіа секторі.</p>
<p>4. Узагальнена оцінка бенефіціаром результатів проекту (програми) У звітний період проект продовжував працювати в умовах військової агресії росії проти України та забезпечив виконання завдань у межах проекту.</p>		
<p>5. Проблемні питання та/або пропозиції Найпроблемнішим питанням для медіа була повномасштабна агресія росії проти України. Багато редакцій та окремих журналістів з територій бойових дій вимушено перемістилися в безпечніші регіони або за кордон України. Джерела доходів медіа суттєво зменшилися. Журналісти, що безпосередньо висвітлюють хід війни, перебувають під постійними ризиками для життя. Кількість дезінформативних наративів у процесі війни росії проти України продовжувала збільшуватися, активно використовуються соціальні мережі.</p>		

Відповідальна особа



О.О. Ободович