s-dmg-003

Про затвердження Міської

цільової програми розвитку

інформаційно-комунікативної

сфери міста Миколаєва

на 2020-2023 роки

З метою підвищення рівня взаємодії Миколаївської міської ради, її виконавчих органів та ЗМІ регіону, вдосконалення системи інформування населення про роботу органів місцевого самоврядування м. Миколаєва, забезпечення відкритості та прозорості їх діяльності, відповідно до рішення виконавчого комітету Миколаївської міської ради від 27.06.2008 № 1368 «Про порядок розроблення та виконання міських цільових програм» (зі змінами та доповненнями), керуючись Законами України «Про інформацію», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації», «Про доступ до публічної інформації», ст.ст. 26, 59 Закону України «Про місцеве самоврядування в Україні»,  міська рада

ВИРІШИЛА:

1. Затвердити Міську цільову програму розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Миколаєва на 2020-2023 роки (далі – Програма, додається).

2. Департаменту міського голови Миколаївської міської ради (Литвиновій)

надавати міській раді інформацію про хід виконання Програми щорічно до 20 лютого.

3. Контроль за виконанням даного рішення покласти на постійні комісії міської ради: з питань прав людини, законності, гласності, антикорупційної політики, місцевого самоврядування, депутатської діяльності та етики (Малікіна), з питань економічної і інвестиційної політики, планування, бюджету, фінансів та соціально-економічного розвитку (Бернацького) та міського голову Сєнкевича О.Ф.

Міський голова О. СЄНКЕВИЧ

ЗАТВЕРДЖЕНО

рішення міської ради

від \_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

№\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Міська цільова програма розвитку інформаційно-комунікативної сфери

міста Миколаєва на 2020-2023 роки

1. Вступ

Розвинена сфера публічних комунікацій, що відповідає стандартам держав з розвиненою демократією, є вимогою існування сучасного інформаційного суспільства. Довіра населення до дій органів місцевого самоврядування сьогодні є чи не найбільшим викликом для органів влади, тому цілеспрямована діяльність міської влади щодо забезпечення прозорості та відкритості є одним з головних пріоритетів сьогодення.

Міська цільова програма розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Миколаєва на 2020-2023 роки (далі – Програма) визначає правові, організаційні та фінансові основи регулювання співпраці органів місцевого самоврядування м. Миколаєва з телерадіокомпаніями, друкованими засобами масової інформації, інформаційними агенціями, іншими засобами масової комунікації та суб’єктами господарювання комунікативної та соціологічно-моніторингової галузі.

Програма враховує необхідність технічної розбудови та оснащення міської мережі телебачення та радіомовлення для якнайширшого інформування населення про події соціально-економічного і суспільно-політичного життя міста.

Заходи Програми також спрямовані на збільшення кількості доступних та зручних каналів комунікації з метою розширення кола містян, які отримують інформацію про діяльність усіх суб’єктів органів місцевого самоврядування.

2. Аналіз стану інформаційно-комунікаційної сфери в м. Миколаєві

З метою дослідження стану інформаційної сфери міста, вивчення найбільш актуальних та запитуваних каналів комунікації для городян, наприкінці 2018 року було проведено опитування громадської думки на тему «Аналіз інформаційного забезпечення населення м. Миколаєва про діяльність міської влади». Опитування проводилося 1-10 листопада 2018 року в усіх 54 територіальних виборчих округах, що забезпечило пропорційне представництво всіх районів міста. По випадковій, репрезентативній, районованій, квотній вибірці, відповідно до статево-вікової структури населення міста було опитано 1080 респондентів.

Під час опитування городян запитали про те, як часто вони отримують інформацію про діяльність Миколаївської міської влади з 19 засобів масової інформації та інших джерел комунікації. Питання було поставлено по кожному ЗМІ (можливі варіанти відповідей: «Часто», «Інколи», «Ніколи»).

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
|  | | Часто | Інколи | Ніколи | Баланс оцінок\* |
| ГАЗЕТИ | | | | | |
|  | «Вечерний Николаев» | 6.9 | 22.4 | 70.6 | 0.18 |
|  | «Рідне Прибужжя» | 3.2 | 14 | 82.8 | 0.10 |
|  | «Южная правда» | 6.5 | 18.1 | 75.4 | 0.15 |
| телеканалИ | | | | | |
|  | ТРК «МАРТ» | 5.4 | 26 | 68.6 | 0.18 |
|  | ТРК «Миколаїв» («Суспільне:») | 3.4 | 16.7 | 79.9 | 0.12 |
|  | ТРК «Ніс-ТБ» | 4.4 | 8.9 | 86.7 | 0.09 |
|  | «Так-ТВ» | 4.4 | 14.5 | 81.1 | 0.12 |
| Інтернет-сайтИ | | | | | |
|  | «Інше ТВ» | 4.1 | 8.7 | 87.2 | 0.08 |
|  | Інтернет-портал  «Миколаївська міська рада» | 3.1 | 12.6 | 84.4 | 0.09 |
|  | «Корабелов.инфо» | 5.9 | 17.3 | 76.8 | 0.14 |
|  | «Ник-Вести» | 12.6 | 23.8 | 63.6 | 0.25 |
|  | «Новости-N» | 12 | 19.2 | 68.8 | 0.21 |
|  | «Подробности.мк» | 5.3 | 12.3 | 82.4 | 0.11 |
|  | «Преступности-НЕТ» | 25.3 | 26.5 | 48.2 | 0.38 |
|  | «Свідок.інфо» | 6.2 | 11.9 | 81.9 | 0.12 |
| соцІальнІ МЕРЕЖІ | | | | | |
|  | «Faсebook» | 31.9 | 26.9 | 41.1 | 0.44 |
|  | «Instagram» | 21.3 | 16.8 | 61.9 | 0.29 |
|  | «Twitter» | 7.9 | 8.2 | 83.9 | 0.12 |
|  | «Контакт-центр» при Миколаївському виконкомі в мережі «Faсebook» | 2.1 | 8.2 | 89.6 | 0.06 |

\* Баланс оцінок вимірюється по шкалі від 0 до 1 , де 1 = максимальний інформаційний вплив. При цьому відповідь «часто»=1, відповідь «інколи»=0,5, відповідь «ніколи» =0. Розмір аудиторії ЗМІ визначається, як «баланс оцінок» Х 100.

Аналіз розподілу відповідей на питання щодо інформаційного забезпечення населення про діяльність міської влади дозволив зробити ряд висновків.

Традиційні місцеві засоби масової інформації (газети та телебачення) охоплюють 10-18% населення, які належать переважно до старших вікових груп.

Більшість містян дізнаються про роботу органів місцевого самоврядування Миколаєва із Всесвітньої мережі, використовуючи Інтернет-ЗМІ та соціальні мережі. При цьому здебільшого вік аудиторії, яка обирає вказані джерела інформації, становить від 18 до 40 років.

Серед Інтернет-видань найбільш популярним городяни назвали  видання «Преступности-НЕТ». 25.3% опитаних часто отримують інформацію про діяльність міської влади з цього джерела, а 26,5% - користуються інколи.

Із соціальних мереж, найпопулярнішою з яких є «Facebook», частіше за інших отримують інформацію про діяльність міської влади городяни віком від 30 до 39 років. Загалом Facebook є постійним джерелом інформації для 31,9% мешканців міста, а 26,9% миколаївців користуються ним час від часу. Примітно, що соціальні мережі використовують для отримання такої інформації переважно люди з вищою освітою (наприклад, це 40,1% постійних  та 28,7% періодичних користувачів «Facebook»).

Мережа «Instagram» є  менш поширеним джерелом серед респондентів: 61,9% опитаних заявили, що ніколи не користувалися нею для отримання інформації про діяльність міської влади. Серед користувачів «Instagram» переважає молодь до 30 років.

Телебачення переважає в уподобаннях городян, що мають середню або середню спеціальну освіту. Так, основна аудиторія найпопулярнішого за даними опитування місцевого телеканалу ТРК «МАРТ» складається на 30,6% з людей із середньою освітою та на 30,5% – із середньою спеціальною.

За даними соціологів, інформаційними можливостями Інтернет-порталу «Миколаївська міська рада» переважно користуються  люди  віком від 30 до 49 років, які мають вищу чи неповну вищу освіту (14,9% періодичних та 3,2% постійних користувачів) або ж середню спеціальну (11,4% періодичних  та  3,2% постійних користувачів).

Отримані внаслідок опитування дані надають можливість під час здійснення закупівлі послуг із висвітлення діяльності міського голови, Миколаївської міської ради та її виконавчих органів обирати найбільш зручні та популярні канали комунікації з містянами. Крім того, отримані дані засвідчують необхідність розвитку каналів зв’язку через соціальні мережі, оскільки витрати при цьому можуть бути мінімальними.

Загалом слід відзначити, що відсутність окремої цільової програми протягом тривалого часу призводить до того, що бюджетне фінансування органів місцевого самоврядування щодо висвітлення власної діяльності в місті Миколаєві не є рівномірним. Про це, зокрема, свідчать дані наведеної нижче таблиці обсягів фінансування заходів, спрямованих на висвітлення діяльності Миколаївської міської ради та її виконавчих органів, виділених виконавчому комітету Миколаївської міської ради у 2016-2019 роках.

Таблиця 1. Обсяги фінансування виконавчого комітету Миколаївської міської ради для виконання заходів із висвітлення діяльності міського голови, Миколаївської міської ради та підрозділів виконавчого комітету Миколаївської міської ради

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
|  | **Роки** | | | |
| **2016** | **2017** | **2018** | **2019** |
| **Обсяги фінансування** | 865 тис.грн. | 1341,4 тис.грн. | 1710 тис.грн. | 1200 тис.грн. |

Також слід відзначити той факт, що оскільки в сучасній інформаційній сфері все більшого інформаційного значення набувають соціальні мережі, тож цілком природньо, що і присутність в них органів місцевого самоврядування є необхідною вимогою часу. Саме з цих причин у соціальній мережі Facebook на сьогодні представлені майже усі виконавчі органи Миколаївської міської ради. Проте однією з перших у 2015 році з’явилась сторінка саме Миколаївської міської ради. За час свого існування вона стала потужним майданчиком інформування мешканців міста про діяльність міської ради та її виконавчих органів. Наразі за сторінкою стежать майже 6 тис. користувачів. І зазначений показник має тенденцію до зростання.

Таблиця 2. Динаміка зростання кількості підписників сторінки Миколаївської міської ради у Facebook

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Приріст кількості підписників сторінки Миколаївської міської ради у Facebook** | **2015 рік**  **(квітень-грудень)** | **2016 рік** | **2017 рік** | | **2018 рік** | **2019 рік**  **(січень-жовтень)** |
| Кількість підписаних користувачів станом на 31.12.2015 | Кількість підписаних користувачів станом на 31.12.2016 | | Кількість підписаних користувачів станом на 31.12.2017 | Кількість підписаних користувачів станом на 31.12.2018 | Кількість підписаних користувачів станом на 10.10.2019 |
| 584 | 1068 | | 1513 | 3593 | 5922 |

Надійним джерелом інформації про діяльність Миколаївської міської ради є її офіційна сторінка в Youtube, створена у липні 2015 року. За допомогою цього ресурсу забезпечено трансляції в режимі онлайн пленарних засідань сесій та засідань постійних комісій міської ради. Наразі сторінка Миколаївської міської ради у Youtube має 755 постійних підписників. Проте матеріали, розміщені на цій платформі, продивились тисячі користувачів. В цілому сторінка має понад 280 тис. переглядів.

Все більшу популярність набуває сторінка Миколаївської міської ради в мережі Instagram, яку створено у червні 2019 року. Станом на 10.10.2019 за нею слідкують вже 705 користувачів.

Доступним та затребуваним джерелом комунікації між мешканцями міста та органами місцевого самоврядування є сторінка та група «Contact Center при Миколаївській міській раді» у соціальній мережі Facebook. Вони слугують городянам з кінця листопада 2017 року, а їх популярність та затребуваність невпинно зростає, про що свідчать наведені у таблиці 3 дані.

Таблиця 3. Динаміка зростання кількості учасників групи «Contact Center при Миколаївській міській раді»

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| **Приріст кількості учасників групи Contact Center при Миколаївській міській раді** | **2017 рік**  **(листопад-грудень)** | **2018 рік** | | **2019 рік**  **(січень-жовтень)** | |
| Кількість осіб у групі станом на 31.12.2017 | Кількість осіб у групі станом на 31.12.2018 | % приросту учасників групи відносно попереднього року | Кількість осіб у групі станом на 10.10.2019 | % приросту учасників групи відносно попереднього року |
| 1803 | 12070 | 670 | 16300 | 135 |

Зазначений ресурс є майданчиком комунікації, який дозволяє запитати або викласти проблему та отримати відповідь. При цьому коло питань не обмежується лише тими, що входять до компетенції виконавчих органів Миколаївської міської ради. Часто містяни порушують у групі Contact Center проблеми, вирішення яких належить до компетенції комунальних підприємств та установ Миколаївської міської ради, Управління патрульної поліції в Миколаївській області ДПП НПУ, АТ «Миколаївгаз», керуючих компаній-надавачів житлово-комунальних послуг, ТОВ «Миколаївська енергопостачальна компанія» тощо, які також надають відповіді городянам в межах власної компетенції.

Отже, аналізуючи сучасну інформаційну сферу міста, можна зазначити, що в м. Миколаєві для різних верств населення актуальними та більш звичними й зручними є різні джерела інформації, тож органи місцевого самоврядування, здійснюючи інформаційно-комунікативну діяльність, мають враховувати інтереси та потреби усіх миколаївців. А для цього слід використовувати як традиційні джерела інформації (друковані та електронні ЗМІ), так і сучасні – соціальні мережі, Інтернет-видання тощо.

3. Визначення проблем, на розв'язання яких спрямована Програма

На сьогодні інформаційно-комунікативна сфера зазнає істотної трансформації за умови незначних законодавчих змін. Зокрема, існує ціла низка різновидів інформаційних матеріалів, яка підлягає обов’язковому оприлюдненню у друкованих ЗМІ. Так, у місцевих друкованих ЗМІ мають обов’язково оприлюднюватись регуляторні акти, нормативно-правові акти органів місцевого самоврядування, набуття чинності яких передбачає оприлюднення у друкованих ЗМІ, оголошення про вакансії, звіти про виконання міського бюджету, оголошення, пов’язанні з розглядом судових справ та виконанням судових рішень, та багато інших.

З одного боку, результати наведеного вище опитування громадської думки свідчать, що для миколаївців все більш популярними джерелами інформації про події в місті та про діяльність органів місцевого самоврядування стають Інтернет-ЗМІ та соціальні Інтернет-мережі. Проте чинна практика не дозволяє цілком переключитись виключно на такі джерела інформації, не порушивши при цьому чинне законодавство України.

Водночас з року в рік вартість см2 площі у друкованих ЗМІ та 1 хв ефірного часу в електронних ЗМІ зростає, оскільки зростає собівартість виготовлення одиниці друкованої або ефірної продукції. Тож за умови незмінного обсягу бюджетного фінансування забезпечення висвітлення діяльності міського голови, міської ради та її виконавчих органів, останні можуть закуповувати менші обсяги інформаційних послуг. Це, в свою чергу, призводить до зниження рівня поінформованості містян про актуальні питання розвитку територіальної громади міста.

Тож, на підставі проведеного вище аналізу, головною проблемою інформаційного забезпечення розвитку міста та діяльності міської влади залишається недостатнє фінансування інформаційних послуг ЗМІ та, виходячи з цього, неможливість використання повного спектру їх медіаможливостей для поширення інформації про діяльність Миколаївської міської ради та її виконавчих органів як у межах міста й області, так і на всеукраїнському рівні. Нерівномірність же виділення бюджетних коштів на цю сферу позначається негативним чином на можливості планування інформаційної діяльності та ефективності використання бюджетних коштів.

Окрім зазначеного, варто також звернути увагу, що з боку виконавчого комітету Миколаївської міської ради підтримка муніципальної телерадіокомпанії «МАРТ», засновником якої є міська рада, наразі є незначною. Протягом останніх років виконавчі органи закуповують у телерадіокомпанії послуги з висвітлення власної діяльності (виготовлення новин, трансляція сесій міської ради, виготовлення та показ програм тощо). При цьому в 2017-2018 роках ТРК «МАРТ» не отримувала внески до статутного капіталу на оновлення технічного обладнання та устаткування, програмного забезпечення тощо. Тож наявні потужності телерадіокомпанії не відповідають сучасним вимогам до установ такого рівня та сфери діяльності.

Для розвитку муніципальної телерадіокомпанії «МАРТ» існує нагальна необхідність зміцнення її матеріально-технічної бази. Наразі ТРК «МАРТ» здійснює віщання на території м. Миколаєва та частини Миколаївської області. За умови належного фінансового забезпечення ТРК «МАРТ» зможе організовувати трансляції у прямому ефірі з будь-якої місцевості, на яку поширюється віщання. Це матиме істотний вплив на зміцнення позитивного іміджу органів місцевого самоврядування.

Наступним аспектом, який позначається на стані інформаційно-комунікативної сфери міста, є те, що з 2012 року в м. Миколаєві не існує окремої галузевої програми, а тому, відповідно, відсутній цілісний підхід до розвитку цієї сфери. З’явились нові майданчики для здійснення комунікації між громадянами та органами місцевого самоврядування. Однак при цьому, така інформаційна діяльність виконавчих органів Миколаївської міської ради дуже слабко відображена у нормативно-правових документах. Власне нова Програма дозволяє чітко окреслити інформаційно-комунікативну політику органів місцевого самоврядування шляхом закріплення її як окремого виду діяльності на рівні місцевого нормативно-правового акта. Тим більше, що досвід багатьох міст обласного значення, таких як Вінниця, Дніпро, Київ, Львів, Харків, Хмельницький, Чернігів тощо, засвідчує, що планування бюджетних видатків шляхом затвердження відповідних цільових програм також повною мірою стосується інформаційної сфери діяльності органів місцевого самоврядування.

4. Мета Програми

Метою Програми є забезпечення відкритості та прозорості у діяльності міського голови, Миколаївської міської ради та її виконавчих органів через сучасні засоби масової комунікації, у тому числі друковані, електронні та Інтернет-ЗМІ шляхом їх залучення до висвітлення діяльності вказаних вище суб’єктів місцевого самоврядування, сприяння безперешкодній реалізації конституційного права громадян на інформацію і свободу слова, поширення відомостей про м. Миколаїв серед городян та гостей міста.

5. Шляхи і засоби розв’язання проблем

Рівень поінформованості містян з питань діяльності міського голови, Миколаївської міської ради, її виконавчих органів, депутатів міської ради та посадових осіб органів місцевого самоврядування суттєвим чином позначається на якості суспільного діалогу. Отже, системне інформування населення про дії органів місцевого самоврядування, очікування та результати від запроваджуваної міської політики, проведення актуальних інформаційно-комунікативних кампаній є пріоритетним напрямком інформаційної складової в діяльності муніципальних органів влади у м. Миколаєві. Невід’ємною складовою цієї діяльності мають стати партнерські стосунки між територіальною громадою міста, органами місцевого самоврядування, засобами масової комунікації та громадським активом міста.

Оскільки місцеве самоврядування в Україні базується на принципі відкритості та прозорості прийняття рішень, протягом останніх 4 років всі пленарні засідання Миколаївської міської ради транслюються в прямому ефірі ТРК «МАРТ» та на YouTube каналі «Миколаївська міська рада». Прямі трансляції мають бути збережені в наступні роки.

Крім того, у зв’язку з реформуванням комунальних ЗМІ в Україні та змінами в законодавстві стосовно оприлюднення офіційної інформації, Миколаївська міська рада має можливість здійснювати публікацію нормативно-правових актів, рішень міської ради та її виконавчих органів у широкого кола друкованих видань. Це пов’язано з тим, що газета «Вечерний Николаев», засновником якої раніше була Миколаївська міська рада, проходить процес реформування відповідно до Закону України «Про реформування державних і комунальних друкованих засобів масової інформації».

Тож, прагнучи вирішити проблеми розвитку інформаційно-комунікативної сфери м. Миколаєва, а також виходячи з мети Програми, протягом чотирьох років її дії пропонується зосередити інформаційну діяльність органів місцевого самоврядування міста на таких кроках:

- забезпечення членів територіальної громади міста достовірною, своєчасною та актуальною інформацією про діяльність органів місцевого самоврядування м. Миколаєва;

- налагодження та розвиток системи комунікації між органами публічної влади, що належать до місцевого самоврядування, із засобами масової комунікації, містянами та інститутами громадянського суспільства в місті;

- запровадження інформаційних та комунікаційних кампаній з метою роз’яснення питань міської політики, здійснюваної органами місцевого самоврядування;

- моніторинг ЗМІ, соціальних мереж тощо з метою отримання оперативних даних про інформаційні потреби містян;

- зміцнення матеріально-технічної бази ТРК «МАРТ», засновником якої є Миколаївська міська рада;

- виконання угод, укладених із засобами масової комунікації, з метою інформування містян про діяльність органів місцевого самоврядування, а також поширення суспільно важливої інформації;

- залучення сучасних та доступних інформаційних ресурсів, а також розширення засобів масової комунікації для здійснення інформаційної політики органів місцевого самоврядування.

Фінансове забезпечення Програми здійснюється за рахунок міського бюджету.

Обсяг фінансування Програми з міського бюджету визначається щороку, виходячи з конкретних завдань та можливостей бюджету.

Орієнтовний обсяг фінансування заходів Програми наведено у додатках 1 та 2.

6. Перелік завдань і заходів Програми, її результативні показники

Основними завданнями та заходами Програми є:

- оприлюднення в друкованих та електронних ЗМІ актів органів та посадових осіб місцевого самоврядування (нормативно-правових та індивідуально-правових актів), статистичних даних про соціально-економічний розвиток міста, звітів про виконання актів органів місцевого самоврядування та їх посадових осіб; поширення офіційних повідомлень про діяльність Миколаївського міського голови, Миколаївської міської ради, її виконавчих органів; створення офіційних, звітних, довідкових, святкових, новинних матеріалів тощо;

- всебічний інформаційний супровід усіх етапів реалізації  зрозумілої городянам економічної і соціальної політики місцевого самоврядування, що здійснюється Миколаївською міською радою та її виконавчими органами;

- організація процесу висвітлення діяльності міської ради, її виконавчих органів, депутатів міської ради та посадових осіб органів місцевого самоврядування;

- забезпечення впровадження нових сучасних ефективних форм взаємодії міської ради та її виконавчих органів з територіальною громадою міста;

- проведення інформаційно-роз’яснювальної роботи щодо прав та обов’язків городян у питаннях місцевого значення;

- вдосконалення каналів і форм комунікацій, що забезпечують взаємодію територіальної громади та органів місцевого самоврядування, а також забезпечують просування позитивного іміджу міста Миколаєва;

- поширення інформації про місто Миколаїв, його ресурси, інвестиційний клімат, перспективи розвитку провідних галузей міського господарства з метою залучення та розширення інвестицій;

- зміцнення матеріально-технічної бази ТРК «МАРТ» для розширення медіаможливостей комунального підприємства Миколаївської міської ради.

У результаті впровадження Програми очікується:

- зростання якості інформування громадян та забезпечення індивідуальних інформаційних потреб миколаївців з отримання необхідної інформації стосовно діяльності органів місцевого самоврядування;

- створення об'єктивної громадської думки по відношенню до діяльності органів місцевого самоврядування і підвищення рівня довіри громади до них на основі отримання повної та всебічної інформації про їх діяльність;

- всебічне сприяння становленню відкритого демократичного суспільства шляхом запровадження постійного діалогу громади з владою для залучення широких верств населення до обговорення та участі у вирішенні питань місцевого значення;

- забезпечення доступу громадян до публічної інформації;

- подальше забезпечення відкритості діяльності органів місцевого самоврядування м. Миколаєва, прозорості прийняття та виконання рішень міської ради;

- забезпечення ефективної взаємодії між територіальною громадою, засобами масової інформації, комунікації та органами місцевого самоврядування;

- застосування нових сучасних інформаційних технологій.

Результативні показники виконання Програми

|  |  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| № | Показник | Одиниці виміру | 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
| 1 | **Проведення соціологічних, аналітичних досліджень та опитувань** | | | | | |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |
| Обсяг видатків на соціологічні опитування | тис.грн. | 160,0 | 160,0 | 160,0 | 160,0 |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |
| Орієнтовна кількість соціологічних опитувань | од. | 2 | 2 | 2 | 2 |
| Кількість осіб, що підлягають соціологічному опитуванню | осіб | 2400 | 2400 | 2400 | 2400 |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |
| Видатки на проведення одного соціологічного опитування | тис.грн. | 80,0 | 80,0 | 80,0 | 80,0 |
| Видатки на соціологічне опитування однієї особи | грн. | 66,7 | 66,7 | 66,7 | 66,7 |
| **Показник якості:** |  |  |  |  |  |
| Відсоток проведених соціологічних опитувань від запланованої кількості | % | 25 | 50 | 75 | 100 |
| 2. | **Висвітлення оперативної інформації про діяльність органів місцевого самоврядування міста Миколаєва, оприлюднення рішень міської ради та її виконавчого комітету, розпоряджень міського голови, офіційної інформації Миколаївської міської ради та її виконавчих органів через друковані та електронні ЗМІ тощо** | | | | | |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |
| Орієнтовний обсяг видатків на висвітлення інформації про діяльність органів місцевого самоврядування в електронних ЗМІ | млн.грн. | 3053,5 | 3215,75 | 3376,3 | 3528,00 |
| Орієнтовний обсяг видатків на висвітлення інформації про діяльність органів місцевого самоврядування в друкованих ЗМІ | млн.грн. | 1018,0 | 1072,0 | 1125,5 | 1176,0 |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |
| Орієнтовний обсяг виготовленого телепродукту (новин, програм тощо) | од. | 750 | 750 | 750 | 750 |
| Орієнтовний обсяг надрукованих повідомлень, оголошень, рішень тощо | од. | 350 | 350 | 350 | 350 |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |
| Середня орієнтовна вартість виготовлення та показу в ефірі одного інформаційного телепродукту | грн. | 4071,3 | 4287,7 | 4501,7 | 4704,0 |
| Орієнтовна вартість однієї публікації матеріалів про діяльність міського голови, Миколаївської міської ради та її виконавчих органів | грн. | 2908,6 | 3062,8 | 3215,7 | 3360,0 |
| **Показник якості:** |  |  |  |  |  |
| Рівень охоплення інформацією про діяльність органів місцевого самоврядування зацікавлених в її отриманні осіб | % | 100 | 100 | 100 | 100 |
| 3. | **Забезпечення трансляції засідань Миколаївської міської ради, її постійних депутатських комісій, нарад, конференцій, круглих столів тощо** | | | | | |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |
| Обсяг витрат, спрямованих за забезпечення трансляції пленарних засідань міської ради, її постійних комісій міської ради тощо | тис.грн. | 104,0 | 110,0 | 116,0 | 122,0 |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |
| Кількість годин трансляції засідань Миколаївської міської ради, її постійних комісій міської ради, нарад, конференцій, круглих столів тощо | год. | 140 | 140 | 145 | 145 |
| Середня кількість переглядів однієї трансляції | осіб | 1900 | 2000 | 2100 | 2200 |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |
| Середня вартість однієї години трансляції | грн. | 742,86 | 785,71 | 800,00 | 841,38 |
| **Показник якості:** |  |  |  |  |  |
| Динаміка приросту кількості переглядів однієї трансляції порівняно з попереднім роком | % | - | 105,3 | 105 | 104,8 |
| 4. | **Внески в статутний капітал на оновлення технічного обладнання та устаткування, програмного забезпечення, офісного та спеціалізованого ліцензування телерадіокомпанії «МАРТ», засновником якої є Миколаївська міська рада** | | | | | |
| **Показники затрат:** |  |  |  |  |  |
| Результат фінансової діяльності підприємства на початок року | тис.грн. | 8 | 23 | 30 | 45 |
| **Показники якості:** |  |  |  |  |  |
| Співвідношення суми поповнення статутного капіталу на початок року | % | 26,6 | 12,6 | 11,2 | 13,4 |
| Результат фінансової діяльності підприємства на кінець року | тис.грн. | 23 | 30 | 45 | 60 |
| 5. | **Організація та проведення заходів до Дня журналіста України** | | | | | |
| **Показник затрат:** |  |  |  |  |  |
| Кількість заходів до Дня журналіста України | од. | 1 | 1 | 1 | 1 |
| **Показник продукту:** |  |  |  |  |  |
| Кількість учасників заходів | осіб | 40 | 45 | 45 | 45 |
| **Показник ефективності:** |  |  |  |  |  |
| Видатки на проведення заходу | тис.грн. | 65,0 | 69,0 | 73,0 | 75,0 |
| **Показник якості:** |  |  |  |  |  |
| Динаміка кількості учасників заходів у порівнянні з попереднім роком | % | - | 112,5 | 100 | 100 |

7. Координація та контроль за ходом виконання Програми

Виконавці, визначені в Програмі, щороку, до 20 січня, подають департаменту міського голови Миколаївської міської ради (відповідальному виконавцю) інформацію про стан виконання заходів Програми.

Департамент міського голови Миколаївської міської ради (відповідальний виконавець) щороку, до 20 лютого, надає узагальнену інформацію про хід виконання заходів Програми постійним комісіям міської ради з питань прав людини, законності, гласності, антикорупційної політики, місцевого самоврядування, депутатської діяльності та етики, а також з питань економічної і інвестиційної політики, планування, бюджету, фінансів та соціально-економічного розвитку.

Основні напрямки та заходи Програми коригуватимуться з урахуванням соціально-економічної ситуації у місті та чинної нормативно-правової бази.

8. Додатки до Програми

Додаток 1. Паспорт Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Миколаєва на 2020-2023 роки.

Додаток 2. Заходи Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Миколаєва на 2020-2023 роки.

\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_\_

Додаток 1

до Програми

ПАСПОРТ

Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Миколаєва на 2020-2023 роки

Програму затверджено рішенням міської ради від \_\_\_\_\_\_\_\_ № \_\_\_\_\_\_\_\_

Ініціатор: департамент міського голови Миколаївської міської ради.

Розробник Програми: департамент міського голови Миколаївської міської ради.

Відповідальний виконавець: департамент міського голови Миколаївської міської ради

Співвиконавці: виконавчий комітет Миколаївської міської ради, головні розпорядники бюджетних коштів Миколаївської міської ради.

Термін виконання: 2020-2023 роки

Прогнозні обсяги та джерела фінансування:

|  |  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| Джерела фінансування | Орієнтовний обсяг фінансування, тис. грн. | У тому числі за роками, тис. грн. | | | |
| 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
| Міський бюджет | 34041,45 | 8352,10 | 8118,35 | 8506,40 | 9064,60 |

Додаток 2

до Програми

Заходи Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери

міста Миколаєва на 2020-2023 роки

| № з/п | Назва напряму діяльності | Перелік заходів  Програми | Строк виконання заходу | Виконавці | Джерела фінансу-  вання | Очікувані обсяги фінансування, тис. грн | | | | | Очікувані  результати |
| --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- | --- |
| всього | у тому числі | | | |
| 2020 | 2021 | 2022 | 2023 |
| 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 | 7 | 8 | 9 | 10 | 11 | 12 |
| 1. | Комунікативна діяльність органів місцевого самоврядування, засобів масової інформації та комунікації, налагодження системного діалогу «влада-громадськість», каналів зворотного зв’язку; формування суспільної довіри | 1.1. Проведення інформаційно-комунікаційних кампаній, реалізації комунікативних проєктів відповідно до пріоритетних напрямків діяльності органів місцевого самоврядування, визначених нормативно-розпорядчими документами, окремими дорученнями органів місцевого самоврядування та їх посадовими особами тощо | Протягом терміну дії Програми | Головні розпорядники бюджетних коштів Миколаївської міської ради | - | - | - | - | - | - | Забезпечення відкритості і прозорості шляхом впровадження публічних комунікацій з громадськіс-тю, засобами масової комунікації у процесах формування і реалізації політики органів місцевого самоврядуван-ня у всіх сферах суспільного життя міста |
| 1.2. Підвищення рівня відкритості та прозорості міської влади, вироблення та поширення інформації про діяльність органів місцевого самоврядування та їх посадових осіб на офіційному Інтернет-порталі «Миколаївська міська рада» та офіційних Інтернет-сайтах виконавчих органів Миколаївської міської ради | Протягом терміну дії Програми | Головні розпорядники бюджетних коштів Миколаївської міської ради | - | - | - | - | - | - |
| 1.3. Проведення соціологічних, аналітичних досліджень та опитувань | Протягом терміну дії Програми | Виконавчий комітет Миколаївської міської ради, департамент міського голови Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 640,00 | 160,00 | 160,00 | 160,00 | 160,00 |
| 1.4. Організація публічних заходів за участю експертів, громадських організацій, інститутів громадянського суспільства та широких верств населення м.Миколаєва: круглих столів, публічних звітів, презентацій, брифінгів, прес-конференцій, форумів, тренінгів, обміну досвідом тощо | Протягом терміну дії Програми | Головні розпорядники бюджетних коштів Миколаївської міської ради | - | - | - | - | - | - |
| 2. | Забезпечення участі інститутів громадянського суспільства у процесах формування, реалізації і контролю діяльності місцевого самоврядування та налагодження ефективної взаємодії з органами місцевого самоврядування, просування іміджу міста Миколаєва | 2.1. Адмініструван-ня та просування контенту офіційних сторінок та груп Миколаївської міської ради та її виконавчих органів у соціальних мережах Facebook, Instagram тощо | Протягом терміну дії Програми | Головні розпорядники бюджетних коштів Миколаївської міської ради | - | - | - | - | - | - | Інформування містян про ініціативи органів місцевого самоврядування м. Микола-єва, запровад-жувані сервіси, а також новації, які запроваджу-ються органами влади, у зручний для городян спосіб. Створення нових можливостей для розширення взаємодії з громадою міста. Підтримка міських заходів та проєктів шляхом виготовлення поліграфічної продукції тощо. |
| 2.2. Моніторинг засобів масової інформації, Інтернет-ресурсів та соціальних мереж | Протягом терміну дії Програми | Виконавчий комітет Миколаївської міської ради, департамент міського голови Миколаївської міської ради | - | - | - | - | - | - |
| 2.3. Виготовлення та розповсюдження поліграфічної продукції соціального та презентаційного характеру на підтримку завдань та заходів, визначених нормативно-розпорядчими документами, окремими дорученнями органів місцевого самоврядування та їх посадовими особами тощо | Протягом терміну дії Програми | Головні розпорядники бюджетних коштів Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 2046,00 | 598,00 | 434,00 | 484,00 | 530,00 |
| 3. | Взаємодія з електронними та друкованими ЗМІ різних форм власності щодо висвітлення діяльності органів місцевого самоврядування відповідно до Закону України «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації» | 3.1. Висвітлення оперативної інформації про діяльність органів місцевого самоврядування міста Миколаєва | Протягом терміну дії Програми | Головні розпорядники бюджетних коштів Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 24070,05 | 5571,50 | 5871,75 | 6169,80 | 6457,00 | Забезпечення відкритості, прозорості та підзвітності Миколаївського міського голови, Миколаїв-ської міської ради та її виконавчих органів. Розвиток комунальної телерадіоком-панії шляхом забезпечення належного фінансування її діяльності та матеріально-технічного стану |
| 3.1.1. Висвітлення діяльності Миколаївської міської ради, оприлюднення інформації про прийняті нею рішення, іншої офіційної інформації Миколаївської міської ради тощо | Протягом терміну дії Програми | Виконавчий комітет Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 6505,00 | 1500,00 | 1584,00 | 1668,00 | 1753,00 |
| 3.1.2. Висвітлення оперативної інформації про діяльність виконавчих органів Миколаївської міської ради, розпоряджень міського голови, іншої офіційної інформації виконавчих органів через друковані та електронні ЗМІ тощо | Протягом терміну дії Програми | Головні розпорядники бюджетних коштів Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 17565,05 | 4071,50 | 4287,75 | 4501,80 | 4704,00 |
| 3.2. Створення та розміщення соціальної реклами, презентаційних відеоматеріалів, спеціальних звітів і репортажів, «стрімів» з місць резонансних подій, запровадження прямоефірних проектів тощо | Протягом терміну дії Програми | Головні розпорядники бюджетних коштів Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 3549,40 | 853,60 | 873,60 | 903,60 | 918,60 |
| 3.3.Внески в статутний капітал на оновлення технічного обладнання та устаткування, програмного забезпечення, офісного та спеціалізованого ліцензування телерадіокомпанії «МАРТ», засновником якої є Миколаївська міська рада | Протягом терміну дії Програми | Виконавчий комітет Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 3000,00 | 1000,00 | 600,00 | 600,00 | 800,00 |
| 3.4. Запровадження онлайн-трансляцій нарад при міському голові, нарад під головуванням заступників міського голови, пресконференцій, брифінгів, круглих столів тощо на усіх доступних вебсайтах, у соціальних мережах тощо | Протягом терміну дії Програми | Виконавчий комітет Миколаївської міської ради, департамент міського голови Миколаївської міської ради | - | - | - | - | - | - |
| 3.5. Забезпечення трансляції  засідань міської ради, постійних комісій міської ради, нарад, конференцій, круглих столів тощо | Протягом терміну дії Програми | Головні розпорядники бюджетних коштів Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 452,00 | 104,00 | 110,00 | 116,00 | 122,00 |
| 3.6. Організація та проведення заходів до Дня журналіста України | Протягом терміну дії Програми | Виконавчий комітет Миколаївської міської ради, департамент міського голови Миколаївської міської ради | Міський бюджет | 284,00 | 65,00 | 69,00 | 73,00 | 77,00 |