

Про схвалення проєкту Міської цільової
програми розвитку інформаційно-
комунікативної сфери міста Києва
на 2022 – 2024 роки

Відповідно до законів України «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про місцеві державні адміністрації», рішення Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року № 520/2589 «Про Порядок розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві», розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 15 березня 2021 року № 539 «Про підготовку проєкту Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2022 – 2024 роки»:

1. Схвалити проєкт Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2022 – 2024 роки згідно з додатком.
2. Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) забезпечити подання на розгляд Київської міської ради проєкту рішення Київської міської ради «Про затвердження Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2022 – 2024 роки».
3. Контроль за виконанням цього розпорядження покласти на заступника голови Київської міської державної адміністрації з питань здійснення самоврядних повноважень Хонду М. П.

Голова

Віталій КЛИЧКО

Додаток
до розпорядження виконавчого органу
Київської міської ради (Київської
міської державної адміністрації)
від №

МІСЬКА ЦІЛЬОВА ПРОГРАМА РОЗВИТКУ ІНФОРМАЦІЙНО-КОМУНІКАТИВНОЇ СФЕРИ МІСТА КИЄВА НА 2022 – 2024 РОКИ

I. ПАСПОРТ

Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2022 – 2024 роки

1.	Мета програми	Забезпечення ефективного розвитку інформаційно-комунікативної сфери столиці, налагодження дієвого діалогу «влада-громадськість», формування довіри до міських політик
2.	Оперативні цілі, визначені Стратегією розвитку міста Києва до 2025 року (іншими стратегічними документами), на досягнення яких спрямована програма	Залучення громадян до процесів формування, реалізації та контролю міської політики Підвищення ефективності та прозорості роботи міських органів влади
3.	Дата, номер і назва розпорядчого документа про розроблення проекту програми	Розпорядження виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) від 15 березня 2021 року № 539 «Про підготовку проекту Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2022 – 2024 роки»
4.	Розробник програми	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)
5.	Відповідальний виконавець програми	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації)
6.	Співвиконавці програми	Комунальне підприємство Київської міської ради «Телекомпанія «Київ», комунальне підприємство «Радіостанція «Голос Києва», комунальне підприємство Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації», підприємства,

		організації, установи, інститути громадянського суспільства, громадські об'єднання, інформаційні агенції			
7.	Строки реалізації програми	2022 – 2024 роки			
8.	Обсяги фінансових ресурсів, потрібних для реалізації програми Всього	Всього, (тис. грн)	у тому числі, за роками (тис. грн)		
			2022	2023	2024
		764922,4	237698,2	254574,8	272649,4
	у тому числі за джерелами:				
8.1.	Державний бюджет				
8.2.	Бюджет міста Києва	731487,0	227308,2	243447,1	260731,7
8.3.	Інші джерела	33435,4	10390,0	11127,7	11917,7

II. ВИЗНАЧЕННЯ ПРОБЛЕМИ, НА РОЗВ'ЯЗАННЯ ЯКОЇ СПРЯМОВАНА ПРОГРАМА

Міська цільова програма розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2022 – 2024 роки (далі – Програма) спрямована на розв'язання проблем повного, вчасного та актуального інформування громадськості міста Києва щодо процесів, які відбуваються у столиці, залучення громадян до формування та реалізації міських політик, впровадження сучасних каналів комунікацій інформаційно-комунікативної сфери столиці шляхом розвитку комунальних засобів масової інформації.

Програма враховує стратегічне значення комунікацій, яке значно збільшується через нові виклики, що постають перед людством у зв'язку з поширенням гострої респіраторної хвороби COVID-19, спричиненої коронавірусом SARS-CoV-2 (далі – COVID-19). Швидка, доступна та ефективна комунікація стає життєво важливою і є однією з необхідних умов забезпечення безпеки мешканців столиці та гостей міста Києва. Крім того, комунікація є ефективним управлінським засобом реалізації заходів необхідних для досягнення поставлених цілей з розвитку столиці.

При розробці Програми враховано: сучасні стандарти комунікацій, які мають швидкозмінну трендову природу, необхідність забезпечення інформаційної безпеки громади міста Києва, шляхом невідкладного реагування та протидії дезінформації, надання повної та достовірної інформації громаді міста, роз'яснення міських політик.

Стрімко змінюється і контент, який споживається жителями столиці, що також знайшло своє відображення у налагодженні комунікацій між владою та громадою й передбачено Програмою.

Відповідно до результатів соціологічного дослідження, проведеного у травні 2020 року Центром соціальних та маркетингових досліджень SOCIS у місті Києві, відсоток людей, які вважають, що події у місті Київ розвиваються у правильному напрямку суттєво перевищує цей показник загалом в Україні. Так, у ході дослідження було встановлено, що 55,1% респондентів вважають що у місті Києві події розвиваються у правильному та загалом у правильному напрямку, тоді як у цілому в Україні таку відповідь дали лише 47,8% опитаних. Водночас, негативну оцінку щодо неправильного розвитку подій загалом в Україні дали 43,3% опитаних, тоді як у місті Києві такий показник негативного сприйняття менший на 7,9% і становить 35,4%. Результати цього дослідження, зокрема, свідчать про налагодження ефективних комунікацій з громадськістю через засоби комунікацій, які сформовані київською міською владою та були суттєво оновлені протягом 2019 – 2021 років відповідно до Міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2019 – 2021 роки затвердженої рішенням Київської міської ради від 18.12.2018 № 465/6516 (в редакції рішення Київської міської ради від 26.03.2020 № 904/9074) (далі – Програма 2019 – 2021).

Відповідно до досліджень Nielsen та 4Service, проведених у 2019 – 2021 роках, спостерігається позитивна динаміка зростання середньотижневого перегляду телеканалу «Київ» комунального підприємства Київської міської ради «Телекомпанія «Київ» (далі – КП КМР «ТК «Київ»): якщо у 2019 році 17,8% киян, які контактували з каналом, хоча б раз на тиждень, то в 2020 році цей показник становив 17,94%, а в першому кварталі 2021 – вже 21,8%, тобто кожен п'ятий киянин контактує з телеканалом, принаймні раз на тиждень. А відповідно до дослідження, проведеного у квітні 2021 року, рівень довіри до телеканалу «Київ» складає 72% серед тих, хто контактує з телеканалом. Глядацька аудиторія за віком розподіляється наступним чином: 18-34 – 15%, 35-59 – 85%. За статтю: чоловіки – 54,6%, жінки – 45,4%. Середньотижневий перегляд комунального підприємства «Радіостанція «Голос Києва» (далі – КП «Радіостанція «Голос Києва»»), що веде мовлення під брендом радіостанція «Київ FM» за даними KANTAR становить 5,7% у вкрай конкурентному середовищі 45 радіостанцій, які ведуть мовлення у FM діапазоні на території міста Києва. Частка «Київ FM» в 2020 році зросла на 30% у порівнянні з 2019 роком, враховуючи динаміку середньотижневого перегляду можна говорити про те, що за 2020 рік контент радіостанції став якіснішим. Перегляд унікальними відвідувачами вебпорталу «Вечірній Київ» за 2019 рік становить 1,293 млн (із запланованих 0,9 млн), за 2020 рік – 3,560 млн (із запланованих 1 млн), а за 1 квартал 2021 року – 5,28 млн унікальних відвідувачів. Сумарний перегляд інформаційних кампаній комунального підприємства Київської міської ради «Центр публічної комунікації та інформації» (далі – КП «Центр публічної

комунікації та інформації») у соціальних мережах становить понад 10,4 млн унікальних користувачів.

Кількість людей за статтю та віком, що бачили контент КП «Центр публічної комунікації та інформації» за 2020 рік:

Жінки – 73%	Чоловіки – 27%
18-24 вік – 6%	18-24 вік – 1%
25-34 вік – 12%	24-34 вік – 5%
35-44 вік – 25%	35-44 вік – 9%
45-55 вік – 15%	45-54 вік – 5%
55-64 вік – 11%	55-64 вік – 2%
65+ вік – 4%	65+ вік – 1%

Одним з ключових факторів для забезпечення ефективної життєдіяльності міста та реалізації ключових пріоритетів розвитку столиці, визначених у Стратегії розвитку міста Києва до 2025 року, затвердженої рішенням Київської міської ради від 15.12.2011 № 824/7060 (в редакції рішення Київської міської ради від 06.07.2017 № 724/1886) (далі – Стратегія розвитку міста Києва до 2025 року), є залучення громадян до процесів формування, реалізації та контролю міської політики. З метою налагодження дієвого діалогу між органами влади міста Києва та громадськістю, забезпечення інформаційних потреб киян, Програмою передбачено налагодження комунікації «влада-громадськість». Для цього необхідно:

створювати та поширювати інформаційно-просвітницький контент про діяльність київської міської влади, роз'яснювати зміст міських політик;

розробляти концепції інформаційно-комунікативних та просвітницьких кампаній, організовувати та проводити інформаційно-комунікативні та просвітницькі кампанії;

проводити підготовку оригінал-макетів/ візуалізацій/інфографік;

організовувати заходи спрямовані на розв'язання проблем повного, вчасного та актуального інформування громадськості міста Києва щодо процесів, які відбуваються у столиці, залучення громадян до формування та реалізації міських політик, впровадження сучасних каналів комунікацій інформаційно-комунікативної сфери столиці шляхом розвитку комунальних засобів масової інформації.

У суспільстві існує постійний запит на підвищення прозорості влади, що в свою чергу є одним з важливих факторів забезпечення розвитку столиці. Комунікації з мешканцями міста Києва та засобами масової інформації мають бути системними, ґрунтуватись на даних широкого моніторингу інформації, враховувати аналітичні та експертні думки. З метою підвищення прозорості органів влади, надання повної, достовірної, якісної інформації територіальній громаді, роз'яснення змісту міських політик, аналіз їх впливу на якість життя міста Києва, налагодження плідного діалогу «влада-громадськість», необхідно:

організовувати та проводити публічні заходи за участю експертів, інститутів громадянського суспільства: круглі столи, публічні звіти, презентації,

брифінги, пресконференції, фотовиставки, престоури, стратегічні сесії, міжвідомчі та міжнародні конференції, форуми, майстер-класи, семінари, тренінги, стажування;

здійснювати заходи з реалізації комунікативної стратегії міста Києва;

проводити моніторинг інформаційного простору (засобів масової інформації, інтернет-ресурсів та соціальних мереж) та соціологічні, аналітичні дослідження та опитування.

Книговидавнича справа є елементом міської інформаційної політики щодо розвитку некомерційних літературних проєктів художнього, історичного, культурного, патріотичного характеру. У 2019 – 2020 роках Департаментом суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) у рамках розвитку діяльності профільних творчих спілок, інституцій, музеїв, з метою розвитку некомерційних літературних проєктів, до співпраці в установленому порядку було залучено 18 організацій. Для забезпечення літературних та просвітницьких потреб мешканців міста Києва усіх вікових категорій необхідно:

розробляти оригінал-макети, виготовляти та безкоштовно розповсюджувати поліграфічну, книжкову продукцію (першодруки), довідкові, іміджеві, презентаційні, просвітницькі інформаційні матеріали, виготовляти відзнаки, посібники на підтримку тематичних заходів та завдань.

З метою покращення розуміння змісту міських політик киянам різних вікових категорій та соціальних груп, вдосконалення інформування громадян про діяльність міської влади, забезпечення інформаційної підтримки, потрібно забезпечити виготовлення відповідного тематичного аудіо-візуального продукту шляхом виготовлення та поширення тематичних відео- та аудіороликів соціального характеру.

У місті Києві інформування громадян про діяльність міської влади, процеси, які відбуваються у місті, роботу комунальних підприємств, забезпечення ефективного розвитку інформаційно-комунікативної сфери столиці, налагодження дієвого діалогу «влада-громадськість», формування довіри до міських політик відбуваються через наступні сформовані засоби комунікацій: КП «Центр публічної комунікації та інформації», КП КМР «ТК «Київ» та КП «Радіостанція «Голос Києва».

На КП «Центр публічної комунікації та інформації» покладена функція забезпечення ефективного розвитку інформаційно-комунікативної сфери столиці, виготовлення та поширення достовірної, об'єктивної, всебічної інформації, забезпечення висвітлення та роз'яснення змісту міських політик, налагодження зворотного зв'язку з мешканцями столиці, інформування про головні здобутки органів місцевого самоврядування, аналіз рішень міської влади та їх впливу на якість життя столиці, поширення знань про місто Київ для внутрішньої та зовнішньої аудиторії України та світу.

Для розвитку КП «Центр публічної комунікації та інформації» та покращення інформування киян і гостей столиці існує потреба розбудови його матеріально-технічної бази, що дасть змогу забезпечити використання повного

спектра медіа можливостей та підвищить обізнаність киян щодо суті міських політик, ключових пріоритетів розвитку міста Києва.

Максимальної ефективності комунікації можливо досягти лише за умови спілкування з усіма верствами населення, яке розподілене на кілька основних цільових аудиторій (за віком, за статтю). Для кожної аудиторії існує потреба виготовлення унікального інформаційного продукту, розміщеного на тих ресурсах і майданчиках, на яких споживач звик отримувати інформацію. Наразі КП «Центр публічної комунікації та інформації» здійснюватиме свою діяльність в декількох напрямках.

Вебпортали КП «Центр публічної комунікації та інформації»: (<https://vechirniy.kyiv.ua>, <http://kreschatic.kiev.ua>). Вебпортал «Вечірній Київ» є засобом інформації, що динамічно розвивається. Працівники вебпорталу виробляють новини про життя громади, який розповідає історії киян, інформує мешканців і гостей міста про сервіси, послуги, суспільно-важливі заходи, що проходять у столиці. Крім того, на вебпорталі публікуються матеріали, які є часткою суспільного обговорення шляхів розвитку міста, ефективності роботи міської влади, розробки ефективних політик управління містом.

За 2020 рік вебпортал значно збільшив свою аудиторію. Наступним завданням є перетворення вебпорталу «Вечірній Київ» в основне джерело отримання інформації про місто Київ для киян та гостей міста, які цікавляться життям столиці.

Іншим напрямом роботи КП «Центр публічної комунікації та інформації» є просування інформації у соціальних мережах, а також месенджерах. Телеграм, вайбер, фейсбук, інстаграм для більшості киян є основним джерелом інформації, виконуючи функцію окремих засобів масової інформації. Виготовлення та поширення достовірної, об'єктивної інформації, інформування про здобутки київської громади та міської влади в соціальних мережах виведе комунікацію влади і суспільства на більш високий рівень і значно розширить аудиторію споживачів новин про місто Київ і киян.

Своєчасне отримання киянами достовірної і всебічної інформації також залежить від того, як подають інформацію інші засоби масової інформації. КП «Центр публічної комунікації та інформації» організовуватиме тісну співпрацю із засобами масової інформації, в яких основою або часткою контенту є новини про місто Київ, київську громаду і владу. Основою співпраці є виробництво аналітичних матеріалів, статистичних записок, різноманітних оглядів, які допоможуть засобам масової інформації більш глибоко розібратись у київській тематиці і використовувати при публікації лише перевірені факти. Важливою частиною комунікаційної діяльності є також оперативне реагування на недостовірну інформацію, що поширюється в засобах масової інформації і соціальних мережах. З метою повного та якісного інформування киян та гостей столиці КП «Центр публічної комунікації та інформації» здійснюватиме моніторинг інформаційного простору та громадської думки щодо рівня обізнаності мешканців столиці про роботу органів місцевої влади та міських політик (соціологічні дослідження, контент аналіз, фокус групи).

Для забезпечення інформаційних потреб суспільства та медіа необхідно у КП «Центр публічної комунікації та інформації» створити пресцентр, який не лише генеруватиме оперативні новини про столицю, а і виступатиме комунікативним майданчиком для організації діалогу між лідерами громадської думки, посадовцями виконавчої влади, депутатами міської ради та територіальною громадою. На базі КП «Центр публічної комунікації та інформації» будуть організовуються пресконференції, брифінги, круглі столи з обговорення найактуальніших проблем життя міста Києва.

Також значною проблемою для стабільного розвитку столиці є систематична дезінформація в інформаційному просторі.

Важливо також вирішити проблему рівного доступу різних верств населення до інформації у столиці, потрібне постійне оновлення та підтримки вебресурсів (у тому числі адаптація вебресурсів шляхом збільшення шрифтів та голосових підказок для всіх вікових категорій та усіх соціальних груп для людей із вадами зору та слуху). Для цього необхідно забезпечити:

- удосконалення комунікативної сфери, шляхом відпрацювання системи зворотного зв'язку між міською владою та громадою міста Києва, що є запорукою збільшення довіри до влади та суспільного порозуміння;

- підвищення обізнаності киян про суті міських політик, ключові пріоритети розвитку столиці та здобутки міської влади, шляхом проведення інформаційно-комунікативних кампаній та просвітницьких заходів;

- організацію процесу висвітлення діяльності Київського міського голови, Київської міської ради, її виконавчого органу, депутатів, структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) та комунальних підприємств через вебресурси підприємств та соціальні мережі;

- встановлення партнерських відносин між владою, громадою та засобами масової інформації, як інструменту сталого розвитку демократичного суспільства;

- удосконалення та впровадження нових сучасних каналів і форм комунікації, що забезпечують ефективну взаємодію громад та органів місцевої влади;

- створення пресцентру на базі КП «Центр публічної комунікації та інформації»;

- організація навчальних заходів від вітчизняних та зарубіжних медіа експертів;

- виробництво окремого контенту для просування інформації в соціальних мережах та у додатку для миттєвого обміну повідомленнями «Телеграм»;

- розробка моніторингово-аналітичного напрямку «Стоп-фейк»;

- моніторинг інформаційного простору та громадської думки щодо рівня обізнаності мешканців столиці про роботу органів місцевої влади та міських політик (соціологічні дослідження, контент аналіз, фокус групи);

- оновлення та підтримка вебресурсів (у тому числі адаптація вебресурсів шляхом збільшення шрифтів та голосових підказок для всіх вікових категорій та усіх соціальних груп для людей із вадами зору та слуху).

створення галереї професійних та аматорських фотографій для використання у промоційних та іміджевих продуктах, проведення конкурсу на кращі знімки про місто та його життя серед професійних фотографів та молодих аматорів.

Створення нових можливостей для задоволення запиту громади столиці на локального суспільного мовника та стимулювання відчуття причетності кожного мешканця до подій та процесів, якими живе місто через розуміння дій та змісту політик міської влади, а також налагодження ефективного діалогу «влада-громада» відбувається через трансформацію комунальних медіа ресурсів. Наразі телекомпанія «Київ» вже є впізнаваним брендом. На каналі виходить community-лінійка про різні аспекти життя громади – «Веселі старти» (дитячі змагання), «Битва дворів» (реаліті з благоустрою), «Кияни» (короткі розповіді про чудових двірників, баристів, колекціонерів, кондукторів та звичайних диваків), «Чарівна книга», «Розшук дітей», «Київ.Talk» – ток-шоу про міську політику, телеверсія «Вголос». Телекомпанія «Київ» першою почала знімати і станом на квітень 2021 року відзняла вже 400 відеоуроків для школярів, які було переглянуто понад 361000 разів. Уроки орієнтовані на молодшу, середню та старшу вікову категорію учнів шкіл.

Згідно з ліцензією на мовлення, серія НР № 01190-м від 10 листопада 2017 року, виданою Національною радою України з питань телебачення та радіомовлення, станом на 2021 рік обсяг власного продукту радіостанції «Київ FM» – 16 годин на добу, зокрема, інформаційно-аналітичних та публіцистичних програм – по 4 години, науково-просвітницьких – 2 години, культурно-мистецьких – 2 години 10 хвилин, розважальних – 4 години, дитячих – 30 хвилин, добірка музичних творів – 3 години 50 хвилин. Цільова вікова аудиторія радіостанції «Київ FM» – 25-45 років, при цьому дослідження KANTAR показують, що радіо досягло лідерства в одній з найбільш соціально-активних груп киян «Чоловіки 30-39 років». Слухачі радіо сьогодні – люди, які переймаються долею міста, у своїх поглядах та діях керуються демократичними європейськими цінностями, дбають про розвиток столиці та цікавляться сучасною українською культурою. Основна частка оперативної інформації забезпечується випусками новин, які виходять в ефірі з 08:00 до 19:00 години кожні 30 хвилин. За добу – це 27 випусків новин та близько 50 повідомлень.

Однією із ключових функцій мовлення радіостанції «Київ FM» є створення ефективного діалогу між владою та громадою, донесення у доступній формі основних принципів роботи місцевої влади, законодавчої та виконавчої влади, донесення принципів децентралізації, створення комунікаційного містка між громадою та органами місцевого самоврядування. З цією метою у 2019 році була створена інтерактивна комунікативна платформа «Київ. Вголос», у якій щоденно депутати Київської міської ради та керівники структурних підрозділів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), громадських організацій мають можливість обговорити з аудиторією важливі для міста питання. Програма виходить в аудіовізуальному форматі і розміщується на всіх сучасних каналах комунікацій. Керуючись

головними засадами державної інформаційної політики України, КП «Радіостанція «Голос Києва» надає рівні можливості доступу до ефірів представникам усіх політичних партій, громадських та релігійних організацій.

КП «Радіостанція «Голос Києва» є джерелом важливих оперативних повідомлень у випадку виникнення надзвичайних ситуацій, суспільно-значимих подій та кризових явищ. Один з прикладів – робота радіостанції «Київ FM» в період запровадження обмежувальних заходів, пов'язаних з епідемією коронавірусу. В ефірі постійно звучать соціальні ролики власного виробництва, а також транслюється найважливіша інформація про рішення столичної влади щодо боротьби з наслідками пандемії.

У 2020 році зміна інформаційної і програмної концепції додала до аудиторії телеканалу «Київ» телеглядачів у віці 40-49 років. Потенційно лояльними визначені глядачі віком 30-39 років. За статевою ознакою розподіл практично рівний: 52 % – жінки, а 48 % – чоловіки. Наприкінці 2020 року щоденне охоплення телеканалу «Київ» складає понад 200 тис. глядачів.

КП КМР «ТК «Київ» та КП «Радіостанція «Голос Києва» мають активні акаунти в мережах «Фейсбук», «Інстаграм», «Телеграм», «Твітер» та свій канал на ютубі. Кумулятивне охоплення аудиторії КП КМР «ТК «Київ» в соцмережах за 2020 рік складає понад 10 млн. Створено додатковий майданчик комунальної мультимедійної платформи – вебпортал kyiv.media. На кінець 2020 року кількість відвідувань вебпорталу складає близько 140 тис. на місяць.

Головним сучасним викликом для медіа на наступні 3 роки є відповідність інформації запитам аудиторії. Стрімкі сучасні канали комунікацій у суспільстві, розповсюдження контенту через неконтрольовані акаунти у соціальних мережах може нести як позитивний так і негативний характер. Завдання комунального медіа – намагатися відслідковувати найрезонансніші події та оперативно надавати професійні, повні, об'єктивні та фахові коментарі.

Отже, як для телебачення, так і для радіо з одного боку важлива максимальна об'єднання у виробництві, взаємозаміна та/або доповнення, адаптація продуктів до усіх існуючих майданчиків, а з іншого – незмінний ріст рівня довіри до інформації, що її надають КП КМР «ТК «Київ» та КП «Радіостанція «Голос Києва».

Ключовими проблемами є: необхідність належного забезпечення інформаційних потреб киян та гостей міста в оперативній, повній, достовірній та якісній інформації щодо життєдіяльності столиці, дотримання високих стандартів радіо та телемовлення, покращення конкурентних позицій на ринку радіо та телевізійних мовників. Для цього необхідно:

створення мультимедійної платформи для максимально широкого охоплення аудиторії, досягнення синергетичного ефекту та оптимізації виробничого процесу, поєднання традиційних та новітніх сучасних засобів комунікації технологій виробництва контенту;

створення інклюзивного середовища та забезпечення безперешкодної доступності до інформації про події у місті Києві для осіб з обмеженими можливостями (зокрема, з порушенням зору та слуху);

формування єдиного освітнього, інформаційного, культурного простору шляхом інтеграції та популяризації освітнього контенту для забезпечення безперервності навчального процесу, а також постійного інформування громади про розвиток туристичної інфраструктури.

У зв'язку з тим, що комунікативна діяльність у столиці має застосовуватися стратегічно, бути продуманою, систематичною, вчасною та повною, адаптованою до всіх цільових груп (мешканці та гості міста Києва, громадськість, органи влади тощо), а всі тенденції сфери комунікацій повинні мати належне відображення у документах, які визначають комунікативний розвиток громади, розроблено Міську цільову програму розвитку інформаційно-комунікативної сфери міста Києва на 2022 – 2024 роки. Розробниками враховано результати виконання Програми 2019 – 2021, забезпечені у межах фінансування, визначеного Київською міською радою.

Програма розроблена відповідно до Конституції України, законів України «Про інформацію», «Про місцеве самоврядування в Україні», «Про доступ до публічної інформації», «Про друковані засоби масової інформації (пресу) в Україні», «Про телебачення і радіомовлення», «Про державну підтримку засобів масової інформації та соціальний захист журналістів», «Про порядок висвітлення діяльності органів державної влади та органів місцевого самоврядування в Україні засобами масової інформації», «Про інформаційні агентства», «Про видавничу справу», «Про державну підтримку книговидавничої справи в Україні», «Про забезпечення функціонування української мови як державної», що визначають державну інформаційну політику як сукупність основних напрямів і способів діяльності держави по одержанню, використанню, поширенню та зберіганню інформації.

Програма відповідає умовам 4 «Залучення громадян до процесів формування, реалізації та контролю міської політики» і 6 «Підвищення ефективності та прозорості роботи міських органів влади і служб», що визначені Стратегією розвитку міста Києва до 2025 року.

III. ВИЗНАЧЕННЯ МЕТИ ПРОГРАМИ

Метою Програми є забезпечення ефективного розвитку інформаційно-комунікативної сфери столиці, налагодження дієвого діалогу «влада-громадськість», формування довіри до міських політик, забезпечення повного, вчасного та якісного інформування киян та гостей столиці, громадянського суспільства, формування української громадянської ідентичності населення на основі суспільно-державних (національних) цінностей.

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

На ефективність суспільного діалогу суттєво впливає рівень поінформованості населення щодо діяльності міської влади. Ключові пріоритети розвитку столиці, орієнтовані на європейські стандарти, передбачають

проведення інформаційно-комунікативних кампаній, системне інформування населення про цілі та очікувані результати міських політик через комунальні засоби масової інформації, що значно підвищує можливості роз'яснювальної й комунікативної роботи, партнерської взаємодії між владою, органами місцевого самоврядування, територіальною громадою та медіа.

Реалізація Програми відбуватиметься протягом 2022 – 2024 років та передбачає:

1. Налагодження дієвого діалогу між органами влади міста Києва та громадськістю з метою забезпечення інформаційних потреб киян шляхом проведення інформаційно -комунікативних та просвітницьких кампаній, шляхом розвитку системи комунікацій влади з інститутами громадянського суспільства, де комунікації – невід'ємна частина управлінського процесу, інструмент формування довіри до влади, єдиний спосіб досягнення суспільного порозуміння.

2. Підвищення прозорості органів влади, налагодження дієвої взаємодії з територіальною громадою та засобами масової інформації шляхом:

організації та проведення заходів за участю експертів та громадянського суспільства, забезпечення громадян України, юридичних осіб та державних органів правом доступу до інформації про діяльність місцевих органів виконавчої влади та місцевого самоврядування;

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

моніторингу засобів масової інформації, соціальних мереж, акаунтів лідерів громадської думки;

забезпечення діяльності та розвитку телебачення, радіомовлення, цифрових та інших інформаційних ресурсів, заснованих Київською міською радою.

3. Забезпечення літературних та просвітницьких потреб мешканців міста Києва усіх вікових категорій шляхом видання (підготовка до друку, друк) та безкоштовного розповсюдження книжкової (першодрук) та поліграфічної продукції, довідкових, іміджевих, презентаційних, просвітницьких інформаційних матеріалів, виготовлення відзнак, посібників шляхом:

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

підвищення професійної підготовки фахівців Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), фахівців засобів масової інформації;

проведення семінарів, тренінгів.

4. Роз'яснення змісту міських політик для киян різних вікових категорій та соціальних груп шляхом виготовлення та поширення тематичних відео- та аудіороликів соціального характеру.

5. Забезпечення розробки та поширення якісного медіа-контенту для мешканців та гостей столиці, журналістського та експертного середовища,

проти дія дезінформації щодо спотворення процесів, які відбуваються у місті Києві шляхом:

вдосконалення комунікативного потенціалу – охоплення нової цільової аудиторії, повного, вчасного та актуального інформування громадськості міста Києва щодо процесів, які відбуваються у столиці;

організації та проведення інформаційно-комунікативних кампаній;

створення та розвиток пресцентру;

проведення моніторингу інформаційного простору та громадської думки;

оновлення та підтримки вебресурсів (у тому числі адаптація вебресурсів для людей із вадами зору та слуху).

6. Задоволення інформаційних, освітніх та культурних потреб киян усіх вікових категорій та соціальних груп з осередком аудиторії 30-59 років, цільовою аудиторією 18+ та наявною аудиторією 4+ шляхом:

об'єднання потужностей та можливостей телекомпанії «Київ», радіостанції «Київ FM», вебпорталу kyiv.media, сервісів сучасних каналів комунікацій;

створення мультимедійної платформи, поєднання традиційних та новітніх технологій виробництва контенту сучасних каналів комунікацій;

створення інклюзивного середовища та забезпечення безперешкодної доступності до інформації про події у місті Києві для осіб з обмеженими можливостями (зокрема, з порушенням зору та слуху).

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

Обсяг та джерела фінансування Програми

Обсяг коштів, які пропонується залучити на виконання Програми	Етапи виконання Програми			Усього витрат на виконання Програми (тис. грн)
	2022 рік	2023 рік	2024 рік	
Обсяг ресурсів, усього, у тому числі:	237698,2	254574,8	272649,4	764922,4
Державний бюджет				
Бюджет міста Києва	227308,2	243447,1	260731,7	731487,0
Інші джерела	10390,0	11127,7	11917,7	33435,4

Фінансове забезпечення Програми передбачається за рахунок коштів бюджету міста Києва та інших джерел КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція Голос Києва» та КП «Центр публічної комунікації та інформації». Загальний обсяг фінансових ресурсів, необхідних для реалізації Програми становить – 764922,4 тис. грн.

Обсяги фінансування завдань і заходів Програми уточнюються кожного року, залежно від фінансової можливості бюджету міста Києва.

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

Реалізація заходів Програми враховує забезпечення рівних прав та можливостей жінок і чоловіків. При реалізації заходів відсутні обмеження чи привілеї за ознакою статі та створюються умови для збалансованого представництва обох статей (жінок і чоловіків) (на рівні не менше 40% тієї чи іншої статі). При реалізації заходів відсутні обмеження чи привілеї за віком, оскільки охоплення каналами комунікацій відбувається за віковими групами від дитячої аудиторії, до аудиторії глибокого похилого віку.

Обмежувальні заходи, які пов'язані з пандемією COVID-19, стали каталізатором для підвищення індексу проявів нерівності як за статевою, так і за іншими соціальними ознаками. Такий стан речей обумовлений функціонуванням різного роду стереотипів стосовно положення та соціальних ролей жінок та чоловіків різних категорій. Суспільні стереотипи (гендерного та інших характерів) створюють перешкоди та обмеження для вільного вибору способу життя, у тому числі професійної та суспільної реалізації як для жінок, так і для чоловіків різних категорій, послаблюють механізми захисту та надання допомоги постраждалим від дискримінації та зневаги.

Заходи програми передбачають адаптацію каналів комунікацій для людей з інвалідністю та створюють рівні можливості для користування ними.

Програма дозволяє інтегрувати гендерний підхід в інформаційно-комунікативну діяльність міської влади для ліквідації існуючих і можливих форм дискримінації та зневаги в суспільстві, а також надає рівний доступ жінкам та чоловікам різних категорій до актуальної інформації через застосування сучасних комунікативних технологій.

Заходи Програми орієнтовані на постійну комунікацію з громадськістю стосовно:

- утвердження в суспільстві соціальної справедливості та позитивної гендерної рівності;

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

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

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

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

Виконання заходів Програми є основою забезпечення гендерної рівності в суспільстві та сталого розвитку, оскільки має безпосередній вплив на:

підвищення поінформованості мешканців міста щодо рівних прав жінок та чоловіків, згубності стереотипного сприйняття соціальних ролей жінок і чоловіків різних категорій, підвищення рівня готовності представників органів місцевої влади до інтеграції норм гендерної чутливості у свою діяльність.

VI. ПЕРЕЛІК ЗАВДАНЬ І ЗАХОДІВ ПРОГРАМИ, РЕЗУЛЬТАТИВНИХ ПОКАЗНИКІВ ПРОГРАМИ

Перелік завдань та заходів Програми наведено в додатку 1 до Програми.

VII. ІНДИКАТОРИ ПРОГРАМИ

№ п/п	Назва індикатора	Одиниця виміру	Значення індикатору за роками		
			2022 рік	2023 рік	2024 рік
1	Імплементация комунікативної стратегії міста Києва	кількість заходів	3	5	7
2	Кумулятивне охоплення аудиторії КП КМР «ТК «Київ» та КП «Радіостанція «Голос Києва» на всіх медіа платформах (ефірне, мережа Інтернет, телебачення, всі соціальні медіа та майданчики сучасних каналів комунікацій) за відповідний період	тис. контактів	14043,4	15447,7	16992,5
3	Виробництво власного телепродукту КП КМР «ТК «Київ»	год./добу	16	16,3	16,8
4	Виробництво власного радіопродукту КП «Радіостанція «Голос Києва»	год./добу	16,3	17,3	18,3
5	Частка локального телевізійного контенту, створеного КП КМР «ТК «Київ», в загальному обсязі телевізійного мовлення	%	65	67	69
6	Частка локального радійного контенту, створеного КП «Радіостанція «Голос Києва», в загальному обсязі київського радіомовлення	%	65	68	70
7	Відсоток киян, які контактують з радіостанцією «Київ FM» в	%	5,0	5,72	6,29

	середньому за тиждень від загальної кількості респондентів віком 12 – 65 років				
8	Загальна кількість унікальних відвідувачів на вебресурсах КП «Центр публічної комунікації та інформації»	тис. відвідувачів	4000	5000	6000
9	Загальне охоплення аудиторії в соціальних мережах КП «Центр публічної комунікації та інформації»	тис. переглядів	4000	5000	6000
10	Виготовлення інформаційних матеріалів	од	9000	9500	10 000

VIII. КООРДИНАЦІЯ ТА КОНТРОЛЬ ЗА ХОДОМ ВИКОНАННЯ ПРОГРАМИ

Координацію та контроль за ходом виконання Програми здійснює заступник голови Київської міської державної адміністрації, який згідно з розподілом обов'язків забезпечує здійснення повноважень виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) в галузі внутрішньої політики.

Безпосередній контроль за виконанням завдань і заходів Програми здійснює Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), а за цільовим та ефективним використанням коштів – головні розпорядники бюджетних коштів, які є співвиконавцями заходів Програми та яким передбачені бюджетні призначення на виконання заходів Програми.

Співвиконавці заходів Програми, зазначені в графі «Виконавці заходу» розділу «Перелік завдань та заходів Програми, щоквартально до 01 числа другого місяця, що настає за звітним періодом, надають Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) узагальнені відомості про результати виконання Програми з визначенням динаміки цільових показників.

Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) надає Київській міській раді, Департаменту фінансів виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), Департаменту економіки та інвестицій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації):

квартальні та річний звіти про виконання завдань і заходів Програми – до 20 числа другого місяця, що настає за звітним періодом;

заключний звіт про виконання завдань і заходів Програми – не пізніше ніж у тримісячний строк після закінчення встановленого строку виконання Програми;

уточнені річні звіти про виконання завдань і заходів Програми (в разі необхідності) – до 01 квітня року, наступного за звітним.

З урахуванням реалізації заходів Програми та виділених у кожному поточному році фінансових ресурсів, співвиконавці Програми надають свої пропозиції на наступний рік щодо обсягів фінансування з обґрунтуванням до Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації).

Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) щороку здійснює обґрунтовану оцінку результатів виконання Програми та, у разі потреби, розробляє пропозиції щодо доцільності продовження тих чи інших заходів, включення додаткових заходів і завдань, уточнення результативних показників та індикаторів Програми, обсягів і джерел фінансування, переліку співвиконавців, строків виконання Програми та окремих її завдань і заходів тощо.

Відповідно до рішення Київської міської ради від 12 листопада 2019 року № 65/7638 «Про внесення змін до Порядку розроблення, затвердження та виконання міських цільових програм у місті Києві, затвердженого рішенням Київської міської ради від 29 жовтня 2009 року № 520/2589», відповідальний виконавець програми в терміни, зазначені у пункті 4.2 розділу III даного рішення, розміщує на Єдиному вебпорталі територіальної громади міста Києва річний (квартальний) звіт та заключний звіт про результати виконання програми.

За ініціативою Київської міської ради, виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), Департаменту суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації) розгляд проміжного звіту про хід виконання Програми, ефективність реалізації її завдань і заходів, досягнення проміжних цілей та ефективність використання коштів може розглядатися на сесіях Київської міської ради та на засіданнях відповідних постійних комісій Київської міської ради протягом року в разі виникнення потреби.

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

Роман ЛЕЛЮК

Перелік завдань і заходів міської цільової програми розвитку інформаційно-комунікативної сфери
міста Києва на 2022 – 2024 роки

Оперативна ціль Стратегії розвитку міста Києва до 2025 року	Завдання Програми	Заходи Програми	Строки виконання заходу	Виконавці заходу	Джерела фінансування	Обсяги фінансування (тис. грн)	Очікуваний результат (результативні показники)			
							Назва показника	2022 рік	2023 рік	2024 рік
2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1.Залучення громадян до процесів формування реалізації та контролю міської політики	1.Налагодження комунікації «влада-громадськість»	1.1. Налагодження дієвого діалогу між органами влади міста Києва та громадськістю з метою забезпечення інформаційних потреб киян шляхом проведення інформаційно-комунікативних та просвітницьких кампаній.	2022 – 2024 роки	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП «Центр публічної комунікації та інформації»	Всього	Всього: 30796,7 2022 рік: 9570,0 2023 рік: 10249,5 2024 рік: 10977,2	Показники витрат			
							Обсяг видатків на кампанії, тис. грн	9570,0	10249,5	10977,2
							Показники продукту			
		Кількість кампаній, од.	29	30	31					
		Показники ефективності								
		Середні видатки на проведення однієї кампанії, тис. грн	330,0	341,7	354,1					
		Показники якості								
		Динаміка кількості проведених кампаній в порівнянні з попереднім періодом, %	100	103,4	103,3					
				1.2. Підвищення прозорості органів влади, налагодження дієвої взаємодії з територіальною громадою та засобами масової інформації шляхом організації та проведення заходів за участю експертів та представників громадянського суспільства	2022 – 2024 роки	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП «Центр публічної комунікації та інформації»	Всього	Всього: 6757,9 2022 рік: 2100,0 2023 рік: 2249,1 2024 рік: 2408,8	Показники витрат	
Обсяг видатків на проведення заходів, тис. грн	2100,0								2249,1	2408,8
Показники продукту										
Кількість заходів, од.	25			26	27					
Показники ефективності										
Середні видатки на проведення одного заходу, тис. грн	84,0			86,5	89,2					
Показники якості										
Динаміка кількості заходів у порівнянні з попереднім періодом, %	100			104	103,8					
				1.3. Забезпечення літературних та просвітницьких потреб мешканців міста Києва усіх вікових категорій шляхом видання (підготовка до друку, друк) та безкоштовного розповсюдження книжкової (першодрук) та поліграфічної	2022 – 2024 роки	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП «Центр публічної комунікації та інформації»	Всього	Всього: 5148,8 2022 рік: 1600,0 2023 рік: 1713,6 2024 рік: 1835,2	Показники витрат	
		Обсяг видатків, тис. грн	1600,0						1713,6	1835,2
		Показники продукту								
		Тираж книжкової та поліграфічної продукції, відзнак, од.	32400						33700	35000

		продукції, довідкових, іміджевих, презентаційних, просвітницьких інформаційних матеріалів, виготовлення відзнак, посібників			міста Києва	2023 рік: 1713,6 2024 рік: 1835,2	Показники ефективності									
		Середні видатки на одиницю тиражу, грн			49,38	50,85	52,43									
		Показники якості														
		Динаміка кількості тиражу в порівнянні з попереднім періодом, %			100	104	103,9									
		1.4. Виготовлення та поширення тематичних відео- та аудіороликів соціального характеру з метою роз'яснення суті міських політик для киян різних вікових категорій та соціальних груп			2022 – 2024 роки	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП «Центр публічної комунікації та інформації»	Всього	Бюджет міста Києва	Всього: 1930,8 2022 рік: 600,0 2023 рік: 642,6 2024 рік: 688,2	Показники витрат						
										Обсяг видатків, тис. грн		600,0	642,6	688,2		
										Показники продукту						
										Питома вага виготовлення аудіо та відеопродукції (%до потреби)		100	100	100		
										Показники ефективності						
										Середні видатки виготовлення відео- та аудіо роликів, тис. грн		600,0	642,6	688,2		
Показники якості																
Питома вага виготовленого аудіо- та відео продукту			100	100						100						
2.Підвищення ефективності та прозорості роботи міських органів влади	2.Підвищення інституційної спроможності місцевого розвитку шляхом розбудови комунікативного потенціалу		2.1. Забезпечення розробки та поширення якісного медіа-контенту для мешканців та гостей столиці, журналістського та експертного середовища, протидія дезінформації щодо спотворення процесів, які відбуваються у місті Києві шляхом вдосконалення комунікативного потенціалу	2022 – 2024 роки						Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП «Центр публічної комунікації та інформації»	Всього	Всього: 101368,2 2022 рік: 31500,0 2023 рік: 33736,5 2024 рік: 36131,7	Показники витрат			
													Обсяг видатків, тис. грн		31500,0	33736,5
		Показники продукту														
		Кількість виготовлених інформаційних матеріалів, од.			9000	9500	10000									
		Загальна кількість унікальних відвідувачів на вебпорталах КП «Центр публічної комунікації та інформації», тис. відвідувачів			4000	5000	6000									
		Загальне охоплення аудиторії в соціальних мережах КП «Центр публічної комунікації та інформації», при проведенні інформаційно-комунікативних кампаній, тис. переглядів			4000	5000	6000									
		Показники ефективності														
		Середні видатки на виготовлення одного інформаційного матеріалу, грн			3500,00	3551,21	3613,17									
		Показники якості														
		Динаміка виготовлених інформаційних матеріалів в порівнянні з попереднім періодом, %			100	105,5	105,3									
Динаміка кількість унікальних відвідувачів на вебпорталах КП «Центр публічної комунікації та інформації», %		100	125	120												

							Динаміка охоплення аудиторії в соціальних мережах КП «Центр публічної комунікації та інформації», при проведенні інформаційно-комунікативних кампаній, %	100	125	120
		2.2. Об'єднання потужностей телекомпанії «Київ», радіостанції «Київ FM», вебпорталу kyiv.media, сервісів сучасних каналів комунікацій з метою: задоволення інформаційних, освітніх та культурних потреб киян усіх вікових категорій та соціальних груп з осередком аудиторії 30-59 років, цільовою аудиторією 18+ та наявною аудиторією 4+ ; створення мультимедійної платформи, поєднання традиційних та новітніх технологій виробництва контенту сучасних каналів комунікацій ; створення інклюзивного середовища та забезпечення безперешкодної доступності до інформації про події у місті Києві для осіб з обмеженими можливостями (зокрема, з порушенням зору та слуху).	2022 – 2024 роки	Департамент суспільних комунікацій виконавчого органу Київської міської ради (Київської міської державної адміністрації), КП КМР «ТК «Київ», КП «Радіостанція «Голос Києва»	Всього	Всього: 618920,0 2022 рік: 192328,2 2023 рік: 205983,5 2024 рік: 220608,3	Показники витрат			
					Бюджет міста Києва	Всього: 591920,6 2022 рік: 183938,2 2023 рік: 196997,8 2024 рік: 210984,6	Обсяг видатків, тис. грн	192328,2	205983,5	220608,3
					Інші джерела	Всього: 26999,4 2022 рік: 8390,0 2023 рік: 8985,7 2024 рік: 9623,7	Показники продукту			
							Виробництво власного телепродукту, год/добу	16,0	16,3	16,8
							Виробництво власного радіо продукту, год/добу	16,5	17,5	18,5
							Кумулятивне охоплення аудиторії КП КМР «ТК «Київ» та КП «Радіостанція «Голос Києва» на всіх медіа платформах (ефірне, мережа Інтернет, телебачення, всі соціальні медіа та майданчики сучасних каналів комунікацій) за відповідний період, тис. контактів	14043,4	15447,7	16992,5
							Показники ефективності			
							Середні видатки на одиницю телерадіопродукту, тис. грн	22,0	23,5	25,2
							Показники якості			
							Динаміка обсягу власного телерадіопродукту в порівнянні з попереднім періодом, %	100	104	105
					Всього	Всього: 764922,4 2022 рік: 237698,2 2023 рік: 254574,8 2024 рік: 272649,4				
					Бюджет міста Києва	Всього: 731487,0 2022 рік: 227308,2 2023 рік: 243447,1 2024 рік: 260731,7				
					інші джерела	Всього: 33435,4 2022 рік: 10390,0 2023 рік: 11127,7 2024 рік: 11917,7				