|  |
| --- |
| Додаток до Порядку проведення моніторингу виконання (реалізації) програм (проектів, заходів) громадськими об’єднаннями осіб з інвалідністю, які отримують фінансову підтримку за рахунок бюджетних коштів (пункт 6) наказу Мінсоцполітики № 579 від 18.08.2020, наказ Фонду № 102 від 17.11.2020 |

**МОНІТОРИНГОВИЙ ЗВІТ**

**І. Загальна інформація про програму (проект, захід)**

|  |  |
| --- | --- |
| Назва програми (проекту, заходу) | Інформаційна кампанія «Перевір слух» |
| Найменування громадського об’єднання осіб з інвалідністю | Громадська спілка «Українська асоціація носіїв кохлеарних імплантів» |
| Пріоритетне завдання, на реалізацію якого спрямовано програму (проект, захід) | Інформування суспільства щодо розв’язання проблем осіб з інвалідністю у державі та формування позитивного ставлення суспільства до осіб з інвалідністю |
| Строк виконання (реалізації) програми (проекту, заходу) | Вересень - грудень 2020 року |
| Адміністративно-територіальний рівень виконання (реалізації) програми (проекту, заходу)  | Загальнодержавний рівень виконання |
| Мета програми (проекту, заходу) (одним реченням: у першій частині ‒ заплановані досягнення завдяки виконанню (реалізації) програми (проекту, заходу), у другій ‒ шляхи виконання (реалізації) | Зупинити втрату слуху населенням України, популяризувати перевірку слуху, запобігти інвалідності внаслідок втрати слуху та сформувати толерантне ставлення до осіб з втратою слуху шляхом трансляції у соцмережах, youtube, на телебаченні, у ЗМІ, кінотеатрах, на сторінках лідерів думок, блогерів виготовленого відеоролика (з титрами). |
| Актуальність програми (проекту, заходу) (актуальність проблеми та обґрунтування необхідності виконання (реалізації) програми (проекту, заходу)  | Станом на 2018 рік кількість осіб з втратою слуху в світі становила 466 млн осіб. До 2050 року ця цифра сягне 900 млн. осіб. За статистикою ВООЗ 60% випадків втрати слуху можна попередити вчасною діагностикою. Здорове населення України слух не перевіряє. Причиною є те, що немає такої культури поведінки і це не є обов’язковим в Україні. Втрата слуху може бути непомітною, невідчутною. Людині може здаватись, що вона просто недочуває і це не спонукає звернутись до лікаря. Дітям слух не перевіряють в обов’язковому порядку в Україні взагалі. Дитина до 3 років самостійно не може визначити власну втрату слуху. Тому важливим є інформування батьків про необхідність перевірки слуху шляхом виготовлення відеоконтенту (відеоролика «Перевір слух»). Дорослі, котрі перевірили свій слух, будуть перевіряти слух і своїх дітей. Оскільки про важливість, безпечність і швидкість перевірки слуху у дорослих та дітей фактично не говорять, сьогодні вкрай потрібні просвітницькі дії, інформування суспільства про таку необхідність. Вчасне виявлення втрати слуху допоможе людині вчасно вжити заходи щодо запобіганню глухоти, вчасного слухопротезування та зменшення інвалідизації суспільства, зменшення витрат на утримання з бюджету осіб з інвалідністю. |
| Стислий опис виконаної (реалізованої) програми (проекту, заходу) (до 50 слів) | Люди частіше перевіряють слух, сформовано культуру систематичної перевірки слуху, що призводить до запобігання інвалідності, суспільство толерантне до осіб з втратою слуху. Очікуваний результат – більше 150 тис. переглядів на сторінках у соцмережах, 10 тис. переглядів на каналі youtube, 1000 переходів на сайт спілки для пошуку осередків перевірки слуху, 100 поширень у соціальних мережах, до 50 тис переглядів в кінотеатрах. |
| Загальний бюджет виконаної (реалізованої) програми (проекту, заходу) (грн) | 161 400,00 |
| Обсяг фінансування з державного бюджету (грн) | 116 600,00 |
| Інформація про залучення до виконання (реалізації) програми (проекту, заходу) власних коштів (інших джерел). Сума співфінансування (грн) | 44 800,00 |

**II. Завдання програми (проекту, заходу)**

|  |  |
| --- | --- |
| Планові показники (відповідно до опису програми (проекту, заходу) | Фактичні показники |
| Завдання програми (проекту, заходу) | Види діяльності, заходи, методи та способи виконання | Завдання програми (проекту, заходу) | Види діяльності, заходи, методи та способи виконання |
| - Запобігти інвалідності внаслідок втрати слуху,- спонукати людей перевіряти слух, - формувати толерантне відношення до осіб із втратою слуху,- показати, що слух важливий і про нього треба дбати,- звернути увагу суспільства на проблему глухоти і впливу втрати слуху,- інформувати суспільство про можливість перевірки слуху, - прищепити культуру перевірки слуху,- сформувати громадську думку навколо того, що слух перевіряти престижно і необхідно,- вплинути на громадськість, чиновників через суспільний резонанс щодо необхідності впровадження обов’язкового скринінгу слуху дітей. | − Замовлення сценарію відеоролика,− замовлення зйомки відеоролика,− замовлення монтажу та розкадровки відеоролика,− замовлення звукового оформлення відеоролика− виготовлення відеоролика,− оформлення авторських прав на відеоролик,− отримання висновку Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення про те, що ролик відповідає вимогам соціальної реклами,− оптимізація сайту спілки sluh-e.com.ua під потреби трансляції відеоролика,− розробка та запуск сторінки спілки в Instagram,− трансляція ролика на сторінках спілки у соцмережах,− трансляція ролика у на каналі спілки в YouTube,− розміщення та трансляція ролика на сайті спілки,− залучення лідерів думок до трансляції ролика,− трансляція відеоролика як соціальної реклами на національних каналах,− трансляція відеоролика як соціальної реклами на регіональних каналах,− трансляція ролика на сторінках спілки у соцмережах з використанням реклами,− трансляція ролика на каналі спілки в YouTube з використанням реклами,− трансляція ролика перед показом фільмів у кінотеатрах країни,− трансляція ролику на сторінках у соціальних мережах громадських об’єднань в усіх областях України та/або на сторінках в соціальних мережах керівників цих громадських об’єднань. | Розробка та запуск сторінки спілки в Instagram.Виготовлення відеоролика, монтаж та внесення правок і пропозицій, усунення зауваженьОтримання висновку Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення про те, що ролик відповідає вимогам соціальної реклами для подальшого звернення на національні та регіональні канали для випуску зазначеного ролику в ефір у якості соціальної реклами.Розміщення відеоролика на соціальній сторінці спілки в Facebook, трансляція такого ролика при живому (неоплаченому) охопленні аудиторії та підписників сторінки спілки у Facebook. Трансляція ролика на каналі спілки в YouTube при живому (неоплаченому) охопленні аудиторії.Розміщення та трансляція ролика на сайті спілки sluh-e.com.uaТрансляція відеоролика на соціальній сторінці спілки в Facebook з використанням оплаченої рекламиТрансляція ролика на каналі спілки в YouTube з використанням оплаченої реклами.Трансляція відеоролика як соціальної реклами на національних каналахТрансляція відеоролика як соціальної реклами на регіональних каналахПости лідерів думок в соцмережах з трансляцією відеороликаТрансляція ролика перед показом фільмів у кінотеатрах країни. | Оптимізація сайту спілки **sluh-e.com.ua** для підрахунку та подальшої допомоги особам, що потребують діагностування втрати слуху та подальшої кохлеарної імплантації. Створення googlе аналітики та запуск аналітичних параметрів для відслідковування відвідування сайту, кількості переходів та кліків, часу перебування на сайті та користування інформацією, розміщеною на сайті, в тому числі використання списку осередків перевірки слуху. Запуск зворотного зв’язку з відвідувачами. |

 (порівняти планові та фактичні показники; якщо не вдалося досягти планових показників ‒ вказати причини, що спричинили таку ситуацію)

**ІІІ. Інформація щодо виконання (реалізації) програми (проекту, заходу) та результатів**

|  |  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- | --- |
| Етап | Дата і місце виконання (реалізації) програми (проекту, заходу) | Назва та суть заходу для реалізації етапу | Результати виконання (реалізації) програми (проекту, заходу) (показники досягнень, динаміка показників (у числовому та / або якісному вимірі) | Практичне використання отриманих результатів (окремо зазначити інформацію щодо короткострокових та довгострокових результатів) |
| Планові показники (відповідно до опису програми (проекту, заходу) | Фактичні показники | Планові показники (відповідно до опису програми (проекту, заходу) | Фактичні показники |
|  | вересень- грудень2020 | Оптимізація сайту спілки **sluh-e.com.ua** для підрахунку та подальшої допомоги особам, що потребують діагностування втрати слуху та подальшої кохлеарної імплантації. Створення googlе аналітики та запуск аналітичних параметрів для відслідковування відвідування сайту, кількості переходів та кліків, часу перебування на сайті та користування інформацією, розміщеною на сайті, в тому числі використання списку осередків перевірки слуху. Запуск зворотного зв’язку з відвідувачами. | Сайт спілки оптимізовано, що дає змогу підраховувати та у подальшому допомагати особам, що потребують діагностики втрати слуху та кохлеарної імплантації, відслідковувати кількість переходів та кліків, часуперебування на сайті та користування інформацією, розміщеною на сайті, у тому числі використання списку осередків перевірки слуху, адаптація для мобільної версії. Запущено можливість зворотнього зв’язку з відвідувачами сайту. | Оптимізований сайт розширює можливості доступу людей до контенту та інформації, допомагає збирати статистику та відслідковувати результати, допоможе отримувати від людей зворотній зв’язок та запитання-відповіді онлайн. | Короткострокові: звернення осіб до найближчих осередків перевірки для перевірки слуху. Формування культури перевірки слуху і дбайливого ставлення до слуху.  | Сайт спілки оптимізовано, що дає змогу підраховувати та у подальшому допомагати особам, що потребують діагностики втрати слуху та кохлеарної імплантації, відслідковувати кількість переходів та кліків, часу перебування на сайті та користування інформацією, розміщеною на сайті, у тому числі використання списку осередків перевірки слуху, адаптація для мобільної версії.  |
|  | вересень - жовтень 2020 | Розробка та запуск сторінки спілки в Instagram. | Розроблено контент, план реалізації соціальної сторінки в Instagram, проведено запуск перших 6 постів для залучення аудиторії. Сплановано шляхи збільшення підписників серед користувачів соціальної мережі Instagram.  | Оптимізація сайту спілки **sluh-e.com.ua** для підрахунку та подальшої допомоги особам, що потребують діагностування втрати слуху та подальшої кохлеарної імплантації. Створення googlе аналітики та запуск аналітичних параметрів для відслідковування відвідування сайту, кількості переходів та кліків, часу перебування на сайті та користування інформацією, розміщеною на сайті, в тому числі використання списку осередків перевірки слуху. Запуск зворотного зв’язку з відвідувачами. | Реагування людей на контент соціальної сторінки спілки в Instagram допомагає вибирати необхідний спосіб донесення інформації. Тому Instagram допоможе сприяти запобіганню інвалідності внаслідок втрати слуху. Коментарі та лайки дають розуміння, що саме хоче суспільство в даний час і дає можливість коригувати способи комунікації негайно. | Розроблено контент, план реалізації соціальної сторінки в Instagram, проведено запуск перших 6 постів для залучення аудиторії. Сплановано шляхи збільшення підписників серед користувачів соціальної мережі Instagram. Соціальна сторінка в Instagram сприяє прямому доступу інформації, відеоролика до цільової аудиторії.  |
|  | вересень - листопад 2020 | Виготовлення відеоролика, монтаж та внесення правок і пропозицій, усунення зауважень | Виготовлено ролик тривалістю до 1 хвилини про популяризацію і спонукання перевірити слух з гаслом «Перевір слух» та направлення глядача на сайт спілки для отримання детальної інформації про осередки перевірки слуху з метою подальшого відслідковування руху глядача і отримання від глядача зворотного зв’язку, у разі підозри на наявність втрати слуху або інших питань. У відеоролику враховано всі зауваження і правки, пропозиції, які надходили від спілки. | Розробка та запуск сторінки спілки в Instagram. | Довгострокові: вироблення культури перевірки слуху двічі на рік.  | Виготовлено ролик тривалістю до 40 секунд про популяризацію і спонукання перевірити слух з гаслом «Перевір слуху, стань героєм» та направлення глядача на сайт спілки для отримання детальної інформації про осередки перевірки слуху з метою подальшого відслідковування руху глядача і отримання від глядача зворотного зв’язку, у разі підозри на наявність втрати слуху або інших питань.  |
|  | жовтень -грудень 2020 | Отримання висновку Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення про те, що ролик відповідає вимогам соціальної реклами для подальшого звернення на національні та регіональні канали для випуску зазначеного ролику в ефір у якості соціальної реклами. | Подано заявку на отримання авторських прав  | Виготовлення відеоролика, монтаж та внесення правок і пропозицій, усунення зауважень | Підготовлено та подано необхідні документи для отримання висновку від Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення про те, що ролик відповідає вимогам соціальної реклами. | Отримано відповідний висновок від 20.11.2020 року про відповідність вимогам соціальної реклами. Наявність висновку забезпечила можливість трансляції ролику на регіональних на національних каналах телебачення.  |
|  | листопад- грудень 2020 | Розміщення відеоролика на соціальній сторінці спілки в Facebook, трансляція такого ролика при живому (неоплаченому) охопленні аудиторії та підписників сторінки спілки у Facebook.  | Підготовлено та подано необхідні документи для отримання висновку від Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення про те, що ролик відповідає вимогам соціальної реклами | Отримання висновку Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення про те, що ролик відповідає вимогам соціальної реклами для подальшого звернення на національні та регіональні канали для випуску зазначеного ролику в ефір у якості соціальної реклами. | Перегляд ролику забезпечило відвідуваність сайту, спонукало аудиторію задумуватись над важливістю перевірки слуху.Толерантне ставлення до осіб із втратою слуху.  | Відеоролик розміщено на сторінці спілки у соціальній мережі Facebook.  |
|  | листопад - грудень 2020 | Трансляція ролика на каналі спілки в YouTube при живому (неоплаченому) охопленні аудиторії. | Відеоролик розміщено на сторінці спілки у соціальній мережі Facebook. Протягом вказаного строку реалізації відеоролик переглянуло до 1 000 осіб. Перехід на сайт для пошуку осередку перевірки слуху у своєму місті здійснило до 50 осіб. | Розміщення відеоролика на соціальній сторінці спілки в Facebook, трансляція такого ролика при живому (неоплаченому) охопленні аудиторії та підписників сторінки спілки у Facebook.  | Поява на обліку осіб з втратою слуху 85 Дб і більше в спеціальних медичних установах, які здійснюють слухопротезування. | Відеоролик розміщено на каналі спілки в YouTube. Розміщення відеоролика на каналі спілки в YouTube закріплює на постійній основі можливість в будь-який час транслювати і поширювати відеоролик.  |
|  | листопад - грудень 2020 | Розміщення та трансляція ролика на сайті спілки **sluh-e.com.ua** | Відеоролик розміщено на сторінці спілки у соціальній мережі Instagram. Протягом вказаного строку реалізації відеоролик переглянуло до 300 осіб. Перехід на сайт для пошуку осередку перевірки слуху у своєму місті здійснило до 30 осіб. | Трансляція ролика на каналі спілки в YouTube при живому (неоплаченому) охопленні аудиторії. | Користувачі сайту задоволені якістю проведених змін, зацікавлені в подальшому в участі у подібних заходах. |  Відеоролик розміщено на сайті спілки. Розміщення відеоролика на сайті спілки в закріплює на постійній основі можливість в будь-який час транслювати і поширювати відеоролик.  |
|  | листопад- грудень 2020 | Трансляція відеоролика на соціальній сторінці спілки в Facebook з використанням оплаченої реклами | Відеоролик розміщено на каналі спілки в YouTube. Протягом вказаного строку реалізації відеоролик переглянуло до 500 осіб. Перехід на сайт для пошуку осередку перевірки слуху у своєму місті здійснило до 10 осіб. | Розміщення та трансляція ролика на сайті спілки **sluh-e.com.ua** | Всі учасники з зацікавленістю сприймають проведення таких заходів і в подальшому реалізація подібних проектів є доцільною і необхідною. | Відеоролик розміщено на сторінці спілки у соціальній мережі Facebook. Перегляд ролику забезпечило відвідуваність сайту, спонукало аудиторію задумуватись над важливістю перевірки слуху.  |
|  | листопад-грудень 2020 | Трансляція ролика на каналі спілки в YouTube з використанням оплаченої реклами. | Відеоролик розміщено на сайті спілки і доступний для перегляду. | Трансляція відеоролика на соціальній сторінці спілки в Facebook з використанням оплаченої реклами | Переглядати ролик можуть навіть наймолодші глядачі, які саме з YouTube дивляться мультфільми. Перегляд відеоролика спонукає перевіряти слух. Формує культуру перевірки слуху, толерантного та паритетного ставлення до осіб із втратою слуху.  | Відеоролик розміщено на каналі спілки в YouTube. Розміщення відеоролика на каналі спілки в YouTube закріплює на постійній основі можливість в будь-який час транслювати і поширювати відеоролик.  |
|  | листопад - грудень 2020 | Трансляція відеоролика як соціальної реклами на національних каналах | Трансляція відеоролика на сторінці спілки у Instagram з використанням оплаченої реклами протягом вказаного строку реалізації забезпечить додатковий перегляд і збільшення підписників.Відеоролик переглянуть орієнтовно до 50 000 осіб. Перехід на сайт для пошуку осередку перевірки слуху у своєму місті здійснило до 500 осіб. Нових підписників, які стежать за сторінкою в Instagram – до 300. | Трансляція ролика на каналі спілки в YouTube з використанням оплаченої реклами. | Перегляд ролику забезпечило відвідуваність сайту, спонукало аудиторію задумуватись над важливістю перевірки слуху. | Відеоролик розміщено на каналі UA: Перший та UA: Культура у період з 27.11.2020 по 31.12.2020 року. Розміщення відеоролика на національних каналах спонукає перевіряти слух. Формує культуру перевірки слуху, толерантного та паритетного ставлення до осіб із втратою слуху.  |
|  | листопад- грудень 2020 | Трансляція відеоролика як соціальної реклами на регіональних каналах | Трансляція відеоролику на сторінці спілки у Facebook з використанням оплаченої реклами протягом вказаного строку реалізації забезпечить додатковий перегляд і збільшення підписників.Відеоролик переглянуть орієнтовно до 100 000 осіб. Перехід на сайт для пошуку осередку перевірки слуху у своєму місті здійснить до 500 осіб. Нових підписників, які стежитимуть за сторінкою у Facebook – до 300. | Трансляція відеоролика як соціальної реклами на національних каналахФормує культуру перевірки слуху, толерантного та паритетного ставлення до осіб із втратою слуху. | Переглядати ролик можуть навіть наймолодші глядачі, які саме з YouTube дивляться мультфільми. Перегляд відеоролика спонукає перевіряти слух. Формує культуру перевірки слуху, толерантного та паритетного ставлення до осіб із втратою слуху. Перегляд ролику забезпечило відвідуваність сайту, спонукало аудиторію задумуватись над важливістю перевірки слуху. Всі учасники з зацікавленістю сприймають проведення таких заходів і в подальшому реалізація подібних проектів є доцільною і необхідною. | Відеоролик розміщено на каналі UA: Перший та UA: Культура у період з 27.11.2020 по 31.12.2020 року. На регіональних каналах UA: Перший ролик транслювався у якості соціальної реклами у період з 28.11.2020 по 31.12.2020 року. Розміщення відеоролика на регіональних каналах спонукає перевіряти слух.  |
|  | листопад - грудень 2020 | Пости лідерів думок в соцмережах з трансляцією відеоролика | Трансляція відеоролика на каналі спілки у YouTube з використанням оплаченої реклами протягом вказаного строку реалізації підніме перегляд відеоролика до 10 000 разів. Перехід на сайт здійснить до 100 осіб. Збільшить кількість підписників каналу спілки в YouTube до 100 осіб.Надіслано звернення з висновком Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення з проханням розміщення на національних каналах (UA:Перший, UA/TV, 1+1, СТБ, Україна, 112 канал, 4-й канал, Інтер, Новий канал, ТЕТ, Київ, ICTV та ін.) відеоролика як соціальної реклами | Трансляція відеоролика як соціальної реклами на регіональних каналах | Всі учасники з зацікавленістю сприймають проведення таких заходів і в подальшому реалізація подібних проектів є доцільною і необхідною. | Розміщено пости з відеороликом у соціальних мережах Facebook, Instagram лідерами думок.Всі учасники з зацікавленістю сприймають проведення таких заходів і в подальшому реалізація подібних проектів є доцільною і необхідною. |
|  | листопад -грудень 2020 | Трансляція ролика перед показом фільмів у кінотеатрах країни. | Надіслано звернення з висновком Національної ради України з питань телебачення і радіомовлення з проханням розміщення на регіональних каналах (канали суспільного мовлення, телеканал Дитинець, Телекомпанія Умань, Івано-Франківське обласне телебачення «Галичина», інші) відеоролика як соціальної реклами1.Проведено підрахунок кількості переглядів і відвідування сайту за весь період.2. Відзнятий відеоролик буде демонструватися на національному та регіональному телебаченні, в мережі кінотеатрів, також ролик демонструватиметься на сторінках блогерів і лідерів думок.3. Проведено оцінку ефективності.4. Підготовлено звіти. | Пости лідерів думок в соцмережах з трансляцією відеоролика | Перегляд ролику забезпечило відвідуваність сайту, спонукало аудиторію задумуватись над важливістю перевірки слуху. | Ведуться переговори з мережами кінотеатрів про показ відеоролика перед початком сеансу фільму. Очікувана кількість показів відеоролика – 2 700. Очікувана кількість глядачів, які переглянуть – 54 тис глядачів. |

 (зазначити, чи було досягнуто очікуваних результатів при виконанні (реалізації) програми (проекту, заходу); чи мають отримані результати суспільну цінність, яку саме; порівняти планові та фактичні показники; якщо не вдалося досягти планових показників ‒ вказати причини, що спричинили таку ситуацію)

|  |  |
| --- | --- |
| Планові показники (відповідно до опису програми (проекту, заходу) цільової аудиторії | Фактичні показники цільової аудиторії |
| Представники  | Кількість | Представники  | Кількість |
|  18-65 років, працездатне населення України, яке може мати ризик втрати слуху, користується соцмережами, YouTube, дивиться телебачення, читає інтернет видання, відвідує кінотеатри. |  Орієнтовно 200 тис. осіб, з них - 1000 осіб з інвалідністю |  Батьки дітей з кохлеарними імплантами, дорослі особи з кохлеарними імплантами, педагоги, сурдопедагоги, логопеди, психологи, фахівці ІРЦ, інші особи, які зацікавлені отримати навички роботи і реабілітації дітей з кохлеарними імплантами. | Охоплення приблизно 500 тис. осіб  |

 (порівняти планові та фактичні показники; якщо не вдалося досягти планових показників ‒ вказати причини, що спричинили таку ситуацію; зазначити, який інструментарій використовувався для розрахунку кількісних показників залученої цільової аудиторії; як саме було залучено представників цільової аудиторії, чи було отримано зворотний зв’язок від учасників програми (проекту, заходу) стосовно задоволення їхніх потреб)

|  |  |
| --- | --- |
| Планові показники (відповідно до опису програми (проекту, заходу) залучення партнерів до виконання (реалізації) програми (проекту, заходу) | Фактичні показники  |
| Найменування  | Форма участі та обов’язки у межах виконання (реалізації) програми (проекту, заходу)  | Найменування  | Форма участі та обов’язки у межах виконання (реалізації) програми (проекту, заходу)  |
| ГО «Я вас чую» | Висвітлення на сторінках ГО у соцмережах та сторінках у соцмережах керівника ГО інформації про навчання батьків та фахівців, інформації про напрацьовані результати проекту, надання пропозицій. Участь у презентації. | ГО «Я вас чую» | Денисюк Олена Валеріївна, керівник ГО, тел. +380687800558 |
| ГО «Дзвін» | Висвітлення на сторінках ГО у соцмережах та сторінках у соцмережах керівника ГО інформації про навчання батьків та фахівців, інформації про напрацьовані результати проекту, надання пропозицій. Участь у презентації. | ГО «Дзвін» | Сапожникова Алла Вікторівна, голова правління, тел.+380632785280 |
| ГО «Право Чути» | Висвітлення на сторінках ГО у соцмережах та сторінках у соцмережах керівника ГО інформації про навчання батьків та фахівців, інформації про напрацьовані результати проекту, надання пропозицій. Участь у презентації. | ГО «Право Чути» | Коломієць Олена Віталіївна, голова ГО, тел. +380979240423 |
| ГО «Правозахисне об’єднання «Світанок» | Висвітлення на сторінках ГО у соцмережах та сторінках у соцмережах керівника ГО інформації про навчання батьків та фахівців, інформації про напрацьовані результати проекту, надання пропозицій. Участь у презентації. | ГО «Правозахисне об’єднання «Світанок» | Терьошина Олена Ігорівна, голова ГО, тел.+380965604169 |
| ГО “Равлик у долоні” | Висвітлення на сторінках ГО у соцмережах та сторінках у соцмережах керівника ГО інформації про навчання батьків та фахівців, інформації про напрацьовані результати проекту, надання пропозицій. Участь у презентації. | ГО “Равлик у долоні” | Перець Ірина Василівна, голова ГО, тел.+380663728903 |
| ГО «Я чую з кохлеар»  | Висвітлення на сторінках ГО у соцмережах та сторінках у соцмережах керівника ГО інформації про навчання батьків та фахівців, інформації про напрацьовані результати проекту, надання пропозицій. Участь у презентації. | ГО «Я чую з кохлеар»  | Сворень Людмила Григорівна, голова ГО, тел.+380976672764 |
| ГО “Чути всесвіт” | Висвітлення на сторінках ГО у соцмережах та сторінках у соцмережах керівника ГО інформації про навчання батьків та фахівців, інформації про напрацьовані результати проекту, надання пропозицій. Участь у презентації. | ГО “Чути всесвіт” | Ягольник Анастасія Олександрівна, голова ГО, тел.+380664990081,+380686566616 |
| Комунальний навчальний заклад Київської обласної ради “Київський обласний інститут післядипломної освіти педагогічний кадрів” | Розробка та узгодження методичних рекомендацій | Комунальний навчальний заклад Київської обласної ради “Київський обласний інститут післядипломної освіти педагогічний кадрів” | В.о. ректора інститут Н. Бендерець, тел. (04563)51240 |
| ГО “Чернівецька обласна організація людей з інвалідністю “Лідер” | Висвітлення на сторінках ГО у соцмережах та сторінках у соцмережах керівника ГО інформації про навчання батьків та фахівців, інформації про напрацьовані результати проекту, надання пропозицій. Участь у презентації. | ГО “Чернівецька обласна організація людей з інвалідністю “Лідер” | Добридіна Валентина Петрівна, керівник ГО, тел. +380505005123  |
| ГО “Глухота не вирок” | Висвітлення на сторінках ГО у соцмережах та сторінках у соцмережах керівника ГО інформації про навчання батьків та фахівців, інформації про напрацьовані результати проекту, надання пропозицій. Участь у презентації. | ГО “Глухота не вирок” | Заставна Ольга Михайлівна, голова ГО, тел.+380982255898 |
| ГО “Центр розвитку слабочуючих дітей” | Висвітлення на сторінках ГО у соцмережах та сторінках у соцмережах керівника ГО інформації про навчання батьків та фахівців, інформації про напрацьовані результати проекту, надання пропозицій. Участь у презентації. | ГО “Центр розвитку слабочуючих дітей” | Гунько оксана Олександрівна, голова ГО, тел. +380502399822 |
| ГО “Я хочу чути” | Висвітлення на сторінках ГО у соцмережах та сторінках у соцмережах керівника ГО інформації про навчання батьків та фахівців, інформації про напрацьовані результати проекту, надання пропозицій. Участь у презентації. | ГО “Я хочу чути” | Гаврада Тетяна Віталіївна, голова ГО, тел. +380681478226 |
| ГО “ Свобода руху” | Висвітлення на сторінках ГО у соцмережах та сторінках у соцмережах керівника ГО інформації про навчання батьків та фахівців, інформації про напрацьовані результати проекту, надання пропозицій. Участь у презентації. | ГО “ Свобода руху” | Кортунова Світлана Василівна, голова ГО, тел.+380672564784 |
| ГО “Спеціально для тебе” | Висвітлення на сторінках ГО у соцмережах та сторінках у соцмережах керівника ГО інформації про навчання батьків та фахівців, інформації про напрацьовані результати проекту, надання пропозицій. Участь у презентації. | ГО “Спеціально для тебе” | Макаренко Анастасія Валеріївна, голова ГО, тел.+380952559462 |
| ГО «Спілка особливих сімей «Ожина» | Висвітлення на сторінках ГО у соцмережах та сторінках у соцмережах керівника ГО інформації про навчання батьків та фахівців, інформації про напрацьовані результати проекту, надання пропозицій. Участь у презентації. | ГО «Спілка особливих сімей «Ожина» | Дорошенко Олена Миколаївна, голова ГО, тел. +380522323576 |
| ГО «Чути завжди» | Висвітлення на сторінках ГО у соцмережах та сторінках у соцмережах керівника ГО інформації про навчання батьків та фахівців, інформації про напрацьовані результати проекту, надання пропозицій. Участь у презентації. | ГО «Чути завжди» | Трум Василь Володимирович, голова ГО, тел.+380635596607 |
| ГО “Центр реабілітації дітей-інвалідів “Діалог” | Висвітлення на сторінках ГО у соцмережах та сторінках у соцмережах керівника ГО інформації про навчання батьків та фахівців, інформації про напрацьовані результати проекту, надання пропозицій. Участь у презентації. | ГО “Центр реабілітації дітей-інвалідів “Діалог” | Коваленко Ірина Петрівна, голова ГО, тел. +380509192122 |
| ГО “КоАдаптація” | Висвітлення на сторінках ГО у соцмережах та сторінках у соцмережах керівника ГО інформації про навчання батьків та фахівців, інформації про напрацьовані результати проекту, надання пропозицій. Участь у презентації. | ГО “КоАдаптація” | Полтенко Євгенія Олексіївна, голова ГО, тел.+380937433505 |

 (порівняти планові та фактичні показники; якщо не вдалося досягти планових показників ‒ вказати причини, що спричинили таку ситуацію; зазначити, чи було партнерство взаємовигідним, як це вплинуло на досягнення результативних показників)

Ризики при виконанні (реалізації) програми (проекту, заходу) (зазначити, з якими внутрішніми та зовнішніми ризиками стикнулося громадське об’єднання при виконанні (реалізації) програми (проекту, заходу); який інструментарій було використано для їх мінімізації та усунення; чи всі ризики були враховані під час планування програми (проекту, заходу); як здійснювалися моніторинг та оцінювання виконання програми (проекту, заходу); які інструменти використовувались)

**ІV. Інформаційний супровід при виконанні (реалізації) програми (проекту, заходу) та сталість програми (проекту, заходу)**

Інформування громадськості про хід та результати виконання (реалізації) програми (проекту, заходу): соціальна мережа Фейсбук, Громадська спілка буде поширювати інформацію через соціальні мережі про доступні методичні рекомендації для використання останніх у практичній діяльності усіма бажаючими особами. Громадська спілка буде поширювати інформацію через соціальні мережі про доступні на каналі спілки в Youtube відео вебінарів про основи реабілітації дітей і дорослих з кохлеарними імплантами.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Тип інформаційного повідомлення (стаття, блог, телесюжет, радіоефір, пост тощо) | Заголовок інформаційного повідомлення  | Назва інформаційного джерела  | Адреса розміщення (онлайн-посилання) |
| Анонс | “Навчання фахівців та батьків основам реабілітації та розвитку дітей і дорослих з кохлеарними імплантами в Україні” | соціальна мережа Фейсбук  |  https://www.facebook.com/uaciu/ |
| Анонс | “Навчання фахівців та батьків основам реабілітації та розвитку дітей і дорослих з кохлеарними імплантами в Україні” | соціальна мережа Фейсбук  | https://www.facebook.com/uaciu/  |
| Анонс | “Навчання фахівців та батьків основам реабілітації та розвитку дітей і дорослих з кохлеарними імплантами в Україні” | соціальна мережа Фейсбук  | https://www.facebook.com/uaciu/ |
| Анонс | Вебінар 1.Тема: Психофізіологічні і психолінгвістичні основи слухомовленнєвої реабілітації дітей та дорослих з кохлеарними імплантами | соціальна мережа Фейсбук  | https://www.facebook.com/uaciu/ |
| Анонс | Анонс графіку проведення Вебінарів | соціальна мережа Фейсбук  | https://www.facebook.com/uaciu/ |
| Анонс | 2.Тема:Слухомовленнєва абілітація дітей раннього та молодшого дошкільного віку з кохлеарними імплантами. | соціальна мережа Фейсбук  | https://www.facebook.com/uaciu/ |
| Анонс | Анонс Вебінару 3. Тема:Особливості розвитку слухового сприймання і формування мовлення у дітей дошкільного віку після кохлеарної імплантації. | соціальна мережа Фейсбук  | https://www.facebook.com/uaciu/ |
| Анонс | Анонс Вебінару 4. Тема: "Особливості педагогічної допомоги вчителя-дефектолога дітям шкільного віку з кохлеарними імплантами" | соціальна мережа Фейсбук  | https://www.facebook.com/uaciu/ |
| Анонс | Анонс Вебінару 5. Тема: Відновлення слухової функції і формування слухомовленнєвих навичок після кохлеарної імплантації у підлітків | соціальна мережа Фейсбук  | https://www.facebook.com/uaciu/ |
| Анонс | Анонс реєстрації на конференцію | соціальна мережа Фейсбук  | https://www.facebook.com/uaciu/ |
| Публікація | Публікація Запису вебінару 1 UACIU з навчання фахівців та батьків основам реабілітації та розвитку дітей з кохлеарними імплантами в Україні. Тема 1: Психофізіологічні і психолінгвістичні основи слухомовленнєвої реабілітації дітей та дорослих з кохлеарними імплантами | соціальна мережа Фейсбук  | https://www.facebook.com/uaciu/ |
| Анонс | Анонс Вебінару 6. Тема: Досягнення і труднощі в комунікації дорослих з кохлеарними імплантами | соціальна мережа Фейсбук  | https://www.facebook.com/uaciu/ |
| Публікація | Публікація посилання на плейлист 5 проведених вебінарів | соціальна мережа Фейсбук  | https://www.facebook.com/uaciu/ |
| Анонс | Анонс реєстрації на конференцію "Реабілітація та розвиток осіб з кохлеарними імплантами в Україні на сучасному етапі", яка відбудеться 25.11.2020 о 11.00. Адреса проведення м.Київ, вул. Жилянська, 97. | соціальна мережа Фейсбук  | https://www.facebook.com/uaciu/ |
| Анонс | Анонс конференції "Реабілітація та розвиток осіб з кохлеарними імплантами в Україні на сучасному етапі" | соціальна мережа Фейсбук  | https://www.facebook.com/uaciu/ |
| Анонс | Анонс Конференції "Реабілітація та розвиток осіб з кохлеарними імплантами в Україні на сучасному етапі" | соціальна мережа Фейсбук  | https://www.facebook.com/uaciu/ |
| Публікація | Публікація Підсумків конференції та методичних рекомендацій. | соціальна мережа Фейсбук  | https://www.facebook.com/uaciu/ |

 (зазначити, які методи, канали та інструменти поширення інформації про програму (проект, захід) використовувались і які інформаційні та медіа-партнери брали участь у виконанні (реалізації) програми (проекту, заходу); з якими засобами масової інформації співпрацювало громадське об’єднання; які технології та медіа використовувалися для поширення інформації; порівняти планові та фактичні показники; якщо не вдалося досягти планових показників ‒ вказати причини, що спричинили таку ситуацію)

|  |
| --- |
| Перспективи подальшого виконання (реалізації) програми (проекту, заходу) після завершення періоду фінансової підтримки за рахунок бюджетних коштів, можливі джерела фінансування  |
| Планові показники (відповідно до опису програми (проекту, заходу) | Фактичні показники |
| Методичні рекомендації продовжать перебувати на сайті та сторінці Фейсбуку спілки, набудуть поширення в інтернеті. У перспективі важливо продовжувати навчальні вебінари для ширшого та глибшого розкриття тематики, розширення аудиторії, проведення тематичних круглих столів, семінарів та конференцій, розроблення методики навчання дітей з кохлеарними імплантами. Джерела фінансування – благодійні пожертви, фандрайзинг. | Учасники програми, які пройшли навчання можуть проводити заняття з розвитку слуху та мовлення з дітьми, які слухопротезовані кохлеарними імплантами. Розроблені і видані методичні рекомендації по розвитку слуху та мовлення є у вільному доступі і можуть використовуватись іншими фахівцями та батьками дітей з кохлеарними імплантами. Відео вебінарів доступне на каналі спілки в Youtube. Громадська спілка буде поширювати інформацію через соціальні мережі про доступні методичні рекомендації для використання останніх у практичній діяльності усіма бажаючими особами. Громадська спілка буде поширювати інформацію через соціальні мережі про доступні на каналі спілки в Youtube відео вебінарів про основи реабілітації дітей і дорослих з кохлеарними імплантами. |

 (порівняти планові та фактичні показники; якщо не вдалося досягти планових показників ‒ вказати причини, що спричинили таку ситуацію)

|  |
| --- |
| Інформація щодо поширення позитивного досвіду в процесі виконання (реалізації) програми (проекту, заходу) |
| Планові показники (відповідно до опису програми (проекту, заходу) | Фактичні показники |
| Залучення ЗМІ до висвітлення навчання педагогів та підвищення їх фахового рівня, залучення батьків до участі в реабілітаційному процесі, толерантного ставлення суспільства до осіб з кохлеарними імплантами, розширення доступу до інклюзивного навчання. | Наразі йдуть перемовини громадської спілки з іншими телеканалами щодо трансляції ролику «Перевір слух, стань героєм». Перегляд і поширення ролику запустило формування культури перевірки слуху, толерантного ставлення до нечуючих, спонукає глядача перевірити слух або задуматися над наслідками втрати слуху. |

 (порівняти планові та фактичні показники; якщо не вдалося досягти планових показників ‒ вказати причини, що спричинили таку ситуацію)

**V. Підсумок**

Досягнення мети і завдань в результаті виконання (реалізації) програми (проекту, заходу):

Виготовлений ролик розміщено для трансляції на сторінках у соціальних мережах Instagram, Facebook, каналі спілки в YouTube, сайті спілки і такий ролик став доступний для перегляду необмеженого колу осіб. Перегляд ролику спонукає перевірити слух, прищеплює культуру перевірки слуху, формує толерантне відношення до осіб з втратою слуху, запобігає інвалідності внаслідок втрати слуху. Завдяки трансляції ролику на каналах UA: Перший та UA: Культура, регіональні канали Суспільного, охоплено близько 700 тис. глядачів. На сторінці Facebook громадської спілки ролик переглянуло понад 80 тис. людей. Ролик користувачами соціальної мережі розповсюджений у більше ніж 50 групах соціальної мережі Facebook з усіх регіонів України, орієнтовна кількість становить 500 тис. осіб. Сайт громадської спілки з моменту поширення відеоролику відвідало більше 1400 осіб, з них користувачі з 10 іноземних країн. Кількість кліків становила понад 400. Також сюжет про реалізацію проекту висвітлено на телевізійному каналі «1+1»: «Про перевірку слуху новонародженим дітям» та «Про можливість почути знову».

Відповідність результативних показників виконання (реалізації) програми (проекту, заходу) плановим показникам:

Надруковано 120 примірників таких методичних рекомендацій. Методичні рекомендації викладені на сайті організації, сторінціу Фейсбук. Такі рекомендації є у вільному доступі та можуть бути використані широким колом осіб. Для узагальнення отриманих знань, поширення досвіду проведено конференцію "Реабілітація та розвиток осіб з кохлеарними імплантами в Україні на сучасному етапі". Участь у конференції взяли 202 особи. 30 учасників були присутні на конференції офлайн, решта-онлайн, завдяки трансляції через платформу Zoom. У конференції взяли участь представники з усіх регіонів України та міста Києва. На конференції було презентовано методичні рекомендації. Методичні рекомендації подані до Національного органу інтелектуальної власності Державного підприємства “Український інститут інтелектуальної власності” на затвердження та отримання висновку про права. Після затвердження такі методичні рекомендації будуть схвалені та рекомендовані освітніми експертами для практичного використання у роботі з дітьми з кохлеарним імплантами та дорослими та для проведення на основі розроблених методичних рекомендації реабілітаційного процесу з розвитку слуху та мовлення людей з кохлеарними імплантами. За матеріалами вебінарів підготовлено наукову статтю до науково-методичного збірника “Освіта осіб з особливими потребами: шляхи розбудови”, орієнтовна дата виходу перше півріччя 2021 року. Учасники проекту зацікавлені у продовженні реалізації подібних проектів. проект позитивно вплинув на всіх учасників, забезпечує реалізацію прав на освіту осіб з інвалідністю шляхом підтримки впровадження інклюзивного навчання на всіх рівнях освіти.

Фонд пропонує вважати, що мета проєкту «Інформаційна кампанія «Перевір слух» та очікувані результати досягнуто в ході реалізації (виконання) проєкту.

Рівень заінтересованості та задоволення потреб цільової аудиторії в результаті діяльності, що провадиться у межах виконання (реалізації) програми (проекту, заходу):

Участь у вебінарах взяло 150 осіб з усіх регіонів України. Учасники вебінарів отримали сертифікати про проходження навчання. Учасники після проходження циклу вебінарів мають знання для проведення навчального процесу по розвитку слуху та мовлення з дітьми і дорослими з кохлеарними імплантами. Отримані навики фахівці і батьки вже сьогодні застосовують у роботі з дітьми. Така робота забезпечує якісний процес реабілітації імплантованих дітей, забезпечує високу здатність опанувати навики слуху та мовлення.

Повнота охоплення цільової аудиторії у межах виконання (реалізації) програми (проекту, заходу): Проведено 6 навчальних вебінарів. Кожен вебінар записано та викладено на каналі спілки в Youtube. Відео на каналі доступне для перегляду широкій аудиторії.

Обсяг бюджетних коштів, витрачених на виконання (реалізацію) програми (проекту, заходу):

76 600,00 грн.

Інформаційний супровід при виконанні (реалізації) програми (проекту, заходу):

Методичні рекомендації викладені на сайті організації, сторінціу Фейсбук, кожен вебінар записано та викладено на каналі спілки в Youtube, трансляції через платформу Zoom.

Перспективи подальшого виконання (реалізації) програми (проекту, заходу):

Учасники програми, які пройшли навчання можуть проводити заняття з розвитку слуху та мовлення з дітьми, які слухопротезовані кохлеарними імплантами. Розроблені і видані методичні рекомендації по розвитку слуху та мовлення є у вільному доступі і можуть використовуватись іншими фахівцями та батьками дітей з кохлеарними імплантами. Відео вебінарів доступне на каналі спілки в Youtube. Громадська спілка буде поширювати інформацію через соціальні мережі про доступні методичні рекомендації для використання останніх у практичній діяльності усіма бажаючими особами. Громадська спілка буде поширювати інформацію через соціальні мережі про доступні на каналі спілки в Youtube відео вебінарів про основи реабілітації дітей і дорослих з кохлеарними імплантами.

Моніторинг здійснювався фахівцями відділу взаємодії з громадськими об’єднаннями осіб з інвалідністю Фонду соціального захисту інвалідів та працівниками Київського міського відділення Фонду соціального захисту інвалідів шляхом участі у заходах онлайн, на основі проміжних, підсумкових та фінансових звітів громадських об’єднань осіб з інвалідністю – переможців конкурсу.