

CADRUL DE IMPACT PENTRU PROIECTELE MEDIA

Cadrul de impact oferă o serie de instrumente și îndrumări care ajută la stabilirea obiectivelor și la urmărirea și măsurarea impactului activităților din cadrul proiectelor media într-o manieră clară și structurată. Acesta permite echipelor de proiect media să evalueze riscurile, să monitorizeze progresul în direcția obiectivelor stabilite și, dacă este necesar, să efectueze corecții în timp util.

Dezvoltat inițial de [IMS \(International Media Support\)](#) pentru [programul Local Media for Democracy \(LM4D\)](#) – implementat din februarie 2023 până în iulie 2024 – cadrul de impact a fost adoptat ulterior ca element central al abordării IMS în [programul Pluralistic Media for Democracy \(PM4D\)](#), ambele cofinanțate de Uniunea Europeană. În total, peste 70 de organizații media locale, regionale, de investigație, de nișă și comunitare din 17 state membre ale UE au utilizat acest cadru pentru a-și planifica și realiza proiectele în mod mai eficient, maximizând impactul asupra publicului lor țintă.

Această metodologie promovează o abordare centrată pe utilizator, conectând direct activitățile proiectelor la indicatorii cheie de performanță (KPI) și la rezultate. Ea facilitează identificarea și colectarea datelor cantitative și calitative de la începutul proiectelor până la finalizarea acestora, permițând în același timp evaluarea și atenuarea riscurilor. Este important de menționat că ea nu se oprește la simpla monitorizare a „ce” și „cât”, oferind o înțelegere mai profundă a impactului real.

Impactul se referă la o schimbare măsurabilă determinată de activitățile proiectului în rândurile publicului și comunităților vizate, în acoperirea și eficacitatea produselor și serviciilor media de interes public sau în sustenabilitatea economică a organizațiilor media.

IPOTEZA IMPACTULUI

Procesul începe cu formularea unei declarații a ipotezei de impact a proiectului, care rezumă ce urmărește să realizeze proiectul, pentru cine și de ce. Această ipoteză constituie schița planului de impact, care urmărește dacă schimbarea intenționată se materializează. Fiecare declarație trebuie să fie specifică, concentrată și gestionabilă. Pentru proiectele cu obiective multiple, pot fi create ipoteze separate.

Structura ipotezelor de impact

Utilizați următorul șablon pentru a clarifica scopul proiectului dvs. din perspectiva utilizatorului:

PROIECTUL NOSTRU	[conținut/produs/serviciu]
VA	[schimbare adusă]
PENTRU	[public/segment de utilizatori]
PRIN	[verb – de exemplu, reducerea disconfortului utilizatorului]
ȘI PRIN	[de exemplu, creșterea câștigului utilizatorului]
VOM URMĂRI PROGRESUL NOSTRU	[KPI]
FOLOSIND	[surse de date]

*Adaptat din [șablonul de propunere de valoare](#) al Strategyzer și din [ghidul de monitorizare a impactului](#) al Solutions Journalism Network

Ghid pentru formularea ipotezelor

Exemple de produse și servicii:

- site web nou
- secțiune pe un site existent
- rețea locală de jurnaliști
- serii de conținut tematic
- formate multimedia (video, podcasturi, vizualizarea datelor)
- aplicații mobile
- buletine informative electronice
- noi canale de distribuție (de exemplu, rețelele sociale)
- module de crowdsourcing
- campanii de marketing
- evenimente publice
- formare profesională
- crowdfunding sau cluburi de membri etc.

Exemple de probleme ale utilizatorilor:

- sentimentul de excludere
- a fi neinformați
- pierderea timpului
- frustrare
- supraîncărcare informațională
- nu știe în cine să aibă încredere etc.

Exemple de avantaje pentru utilizatori:

- acces la informații
- noi puncte de acces la jurnalism de calitate
- sentimentul de a fi ascultat sau conectat
- împuternicire
- implicare sporită în comunitate
- reducerea stresului
- consum convenabil de conținut etc.

Exemplu de enunț al ipotezei (versiunea structurată):

PROIECTUL NOSTRU	[noua secțiune de pe site]
VA	[oferi conținut local original și de calitate]
PENTRU	[locuitorii din Mir]
PRIN	[ajungerea la ei și reducerea frustrării lor legate de lipsa de acoperire media locală]
ȘI PRIN	[publicarea de știri zilnice, articole săptămânale și un calendar lunar al evenimentelor]
VOM URMĂRI PROGRESUL NOSTRU	[100 de articole originale scrise de reporteri locali și monitorizarea interacțiunii cititorilor]
FOLOSIND	[Google Analytics, sondaje și chestionare de audiență]

Exemplu de ipoteză (versiune text):

Noua secțiune de pe site-ul nostru web va oferi conținut local original și de calitate locuitorilor din Mir prin publicarea de știri zilnice, reportaje multimedia săptămânale și un calendar lunar de evenimente, reducând astfel frustrarea cauzată de lipsa de acoperire media locală. Vom monitoriza progresul prin producerea a 100 de articole cu conținut local și urmărirea interacțiunilor prin Google Analytics și sondaje de audiență.

PLAN DE MASURARE A IMPACTULUI

Perfecționați ipoteza până când aceasta reflectă în mod clar schimbarea dorită. Odată finalizată, utilizați-o ca bază pentru planul de măsurare a impactului, care ar trebui să detalieze și grupurile țintă, schimbarea dorită pentru fiecare grup, principalele activități și un plan de măsurare a datelor. Acest lucru ajută la clarificarea datelor existente, stabilirea indicatorilor cheie de performanță, identificarea de noi date pentru colectare, planificarea logisticii și estimarea resurselor necesare.

Despre proiect:

Organizație	
Țară, regiune, oraș	
Numele proiectului	
Echipa de proiect (nume și roluri)	

Enunțarea ipotezei:

Introduceți aici ipoteza proiectului

Cadrul de impact:

1. Activități cheie	2. Grupuri țintă	3. Schimbarea dorită
Care sunt activitățile cheie ale proiectului dvs.? (adică, ce cuprinde proiectul sau produsul dvs. și ce pași sunt necesari pentru implementarea acestuia?)	Ce grupuri vor fi afectate de aceste activități? (Fiți cât mai expliciti posibil, incluzând caracteristici demografice și psihografice.)	Cum vor fi afectate aceste grupuri? Ce schimbări sperați să realizați?

Plan de măsurare:

4. Starea actuală	5. Indicatori cheie de performanță	6. Date noi
Ce date dețineți deja? Ați stabilit sisteme pentru colectarea informațiilor relevante? (de exemplu, analize web și social media, sondaje, interviuri, cercetări etc.)	Ce indicatori veți utiliza pentru a înregistra și măsura schimbările? (Fiți expliciti și, acolo unde este posibil, stabiliți obiective măsurabile.)	Ce tipuri noi de date (atât cantitative, cât și calitative) va trebui să colectați? De ce resurse veți avea nevoie pentru aceasta?
7. Logistică	8. Provocări	
Care sunt pașii esențiali implicați în colectarea datelor și efectuarea analizei asociate? Cine din cadrul echipei va fi responsabil pentru aceste sarcini? În ce interval de timp vor fi colectate datele și finalizată analiza?	Ce provocări, atât interne, cât și externe, ați putea anticipa la colectarea acestor date? Ce strategii veți pune în aplicare pentru a atenua aceste riscuri?	

** Planul de măsurare a impactului a fost elaborat de [Future News Pilot Fund](#), care a urmărit să identifice și să prezinte inovații în domeniul știrilor de interes public din Marea Britanie

Planul de măsurare a impactului trebuie elaborat la începutul proiectului și consultat în mod constant de echipa de proiect pe parcursul implementării. Acest lucru garantează că activitățile și rezultatele sunt realizate conform planului și că datele relevante sunt colectate și analizate în timp util pentru a menține indicatorii cheie de performanță (KPI) prevăzuți pe calea cea bună. Adoptând această abordare, veți putea identifica etapele importante de pe drumul către rezultatele dorite și veți putea detecta prompt orice abateri, semnalând momentul în care pot fi necesare ajustări sau schimbări de direcție. Acest lucru vă permite să luați decizii în cunoștință de cauză, fără a pierde timp sau resurse.