

## НАРАТИВНИ И ФИНАНСИЈСКИ ИЗВЕШТАЈ

## 1. Основни подаци

1.1 НАЗИВ ОРГАНА КОМЕ СЕ ПОДНОСИ ИЗВЕШТАЈ: Град Сомбор, Градско веће	1.2 НАЗИВ КОНКУРСА Конкурс за суфинансирање пројеката производње медијских садржаја у области јавног информисања средствима из буџета града Сомбора за 2019. годину
1.3 КОРИСНИК СРЕДСТАВА (навести званичан и пун назив издавача медија, односно правног лица/ предузетника, који се бави производњом медијских садржаја, као што је наведено у решењу Агенције за привредне регистре): Стефан Стреет д.о.о.	1.4 НАЗИВ ПРОЈЕКТА: „Сомбор на длану“
1.5 ТЕЛЕФОН: 025/776498	1.6 Е-mail: iinkadukic@radiodunav.com
1.7 БРОЈ УГОВОРА О СУФИНАНСИРАЊУ ПРОЈЕКТА: 401-842/2019 - II	1.8 ИЗНОС УГОВОРЕНИХ СРЕДСТАВА: 200.000,00

## 2. Наративни извештај

## 2.1 ОПШТИ ПРЕГЛЕД АКТИВНОСТИ И МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА (сажетак – до 15 редова):

Пројекта „Сомбор на длану“ је успешно реализован путем интернет презентације и радија. Локалне теме и информације везане за територију града Сомбора биле су доступне корисницима средстава савременог информисања односно, оних који слушају радио Дунав и читају истоимени портал. Грађани су путем радијских прилога и информација као и текстова објављених на порталу Радио Дунав сазнали о најбитнијим одлукама локалних институција и органа власти. Пројекаг „Сомбор на длану“ реализован је тако што су емитоване информације и прилози од локалног значаја минимално 5 пута недељно у информативним емисијама Вести, 6 пута дневно у трајању од 30-60 секунди. Исте информације такође су биле доступне читаоцима портала у форми текстова, интервијуа и репортажа.

## 2.2 БРОЈ И ВРСТА РЕАЛИЗОВАНИХ МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА-ОБЈАВА:

8 информативних емисија и прилога са интервјуима и репортажама.

2.3 ТЕРИТОРИЈА РЕАЛИЗАЦИЈЕ ПРОЈЕКТА (простор на коме је емитован садржај био доступан-видљив):	2.4 ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИЈЕ ПРОЈЕКТА:
Сомбор- Западнобачки округ	01.06.2019.-30.09.2019.
2.5 ПОСТИГНУТИ ЦИЉ ПРОЈЕКТА(општи преглед постигнутих циљева у односну на планиране у пројекту и најважнијих достигнућа, позитивни утицај на циљне групе; упоредити постигнуте показатеље у односну на очекиване представљене у пројекту): Путем текстова и радијских прилога читаоцима и слушаоцима омогућено је да конзумирају као читаоци,односно слушајући прате локалне теме и проблеме, а које су им послужиле да реагују и активно учествују у процесу њиховог креирања и доношења. Најважнија амбиција (циљ) пројекта је подигнут квалитета информисања грађана Сомбора, подигнут ниво размишљања о раду скупштине, градског већа , градоначелника и других органа који у њихово име доносе одлуке. Пројекат „Сомбор на длану“ подигао је ниво квалитета информисања становника града Сомбора и Западнобачког-округа.	
2.6 НАВЕСТИ ПРИМАРНЕ ЦИЉНЕ ГРУПЕ (групе, организације, појединце који су под директним позитивним утицајем пројектних активности): Примарна циљна група су били грађани Сомбора, читаоци и слушаоци који у ранијем периоду због мањка ресурса и подговарајућих медијских формата нису били у могућности да сазнају више о раду локалних институција, као и бројни други радници који делују у различитим правцима и сферама јавног живота и имају директан утицај на живот грађана.	
2.7 НАВЕСТИ СЕКУНДАРНЕ ЦИЉНЕ ГРУПЕ (групе, организације, појединце који ће на било који начин имати користи од пројектних активности): Секундарне циљне групе су локалне институције и органи који су пројектом “Сомбор на длану” имали шире представљање свог рада. : Органи Локалне самоуправе- град Сомбор , ЗБО , односно све институције које утичу на живот грађана града Сомбора.	
2.8 ОПИС АКТИВНОСТИ(навести актере/средства /мере / радњу/ при реализацији пројекта): Учесници пројекта: Александар Дукић, новинар и координатор, Дејан Раднић, новинар и тонски реализатор. Објавили су вести о значајним дешавањима на територији Сомбора. Поред текстова, аутори су правили тонске записе са свих значајних догађаја чији је организатор или покровитељ град Сомбор. Разговарали су са главним актерима, градоначелником, председником и члановима скупштине као и са другим јавним службеницима и представницима јавних установа чији је оснивач град Сомбор.	

<p>2.9 НАВЕСТИ ПОСТИГНУТЕРЕЗУЛТАТЕ:</p> <p>1.Више садржаја у програму са територије градаСомбор  2.Више садржаја на порталу са територије града Сомбора  3.Боља информисаност грађана Сомбора  4.  5.  6.</p>	<p>2.10 ИНДИКАТОРИ РЕЗУЛТАТА:</p> <p>Истраживање слушаности  Извештај о броју читања  Извештај о броју објављених информација</p>
<p>2.11 ОДРЖИВОСТ ПРОЈЕКТА:</p>	
<p>Након завршеног пројекта учесници остају део редакције, Финансијску одрживост једним делом кроз нове пријаве за суфинансирање код Министарства, Секретаријата и локалне самоуправе али и комерцијализацијом реализованих садржаја.</p>	
<p>2.12 ИНТЕРНИ МОНИТОРИНГ И ЕВАЛУАЦИЈА ПРОЈЕКТА (које инструменте сте користили да мерите напредак пројекта и постигнуте резултате током реализације пројекта)</p>	<p>Мониторинг је вршио координатор, на два различита нивоа. На првом нивоу праћење јн обављено кроз контакте са институцијама и актерима која се у пројекту појављивали као извори, или аутору преносили информације о објављеној теми. На другом нивоу, припремани су извештаји о напретку пројекта и финални извештај. Евалуација је вршена испитивањем читалаца портала и слушалаца радија путем анкете, извештаја о слушаности и аналитиком посете страници. Алати за евалуацију: Извештај агенција са резултатима слушаности (Ипсос, Нинамедија итд), Анкете, анализе садржаја и повратне информације од учесника пројекта.</p>
<p>2.13 ПРОМОЦИЈА И ВИДЉИВОСТ (наведите информације у вези са видљивошћу подршке органа који је суфинансирао пројекат; како су били информисани крајњи корисници и јавност):</p>	<p>Пројекат је промовисан на радију и веб порталу као и на другим веб порталима.</p>
<p>2.14 НАУЧЕНЕ ЛЕКЦИЈЕ ( опишите потешкоће са којима сте се сусрели и како сте их решили; које су то корисне лекције које могу бити примењене у будућности):</p>	<p>Тешкоћа у реализацији пројекта није било. Кроз посете разним догађајима и праћењима истих, развијена је и боља сардња са локалном самоуправом, јавним предузећима, школама, вртићима, културним раницима, која ће бити преодужена и у будуће.</p>
<p>2.15 ПРИЛОЗИ (Навести приложене примерке медијских садржаја: ДВД, примерци новина, тренинг материјале, спискове учесника и сл.):</p>	<p>ЦД са неколико емисија, штампани материјал са портала.</p>