

## НАРАТИВНИ И ФИНАНСИЈСКИ ИЗВЕШТАЈ

## 1. Основни подаци

1.1 НАЗИВ ОРГАНА КОМЕ СЕ ПОДНОСИ ИЗВЕШТАЈ:	Град Сомбор
1.2 НАЗИВ КОНКУРСА	Јавни позив за суфинансирање пројеката средствима из буџета Града Сомбора у циљу остваривања јавног интереса у области јавног информисања у 2019. години
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):	Предузеће за емитовање и реализацију ртв програма Зоана прес д.о.о.
1.5 ТЕЛЕФОН:	025-413-980, 025-412-454
1.6 E-mail:	fortunazonica@gmail
1.7 БРОЈ УГОВОРА О СУФИНАНСИРАЊУ ПРОЈЕКТА:	401-843/2019-II
1.8 ИЗНОС УГОВОРЕНИХ СРЕДСТАВА:	950.000,00
2. Наративни извештај	
2.1 ОПШТИ ПРЕГЛЕД АКТИВНОСТИ И МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА (сажетац – до 15 редова):	Пројекат се бави проблемима са којима се особе са инвалидитетом сусрећу у свакодневном животу и за сврху је имао подизање свести јавности о тим проблемима. Упознали смо и приближили грађанима особе са инвалидитетом, а у исто време унапредили информисаност самих особа са инвалидитетом о њиховим правима. Пројекат је подразумева припрему и реализацију радијских емисија, недељне и дневне прилоге у континуираном емитовању од седам месеци

2.2 БРОЈ И ВРСТА РЕАЛИЗОВАНИХ МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА-ОБЈАВА:	
1.	12 емисија
2.	дневни прилог (укупно 54)
3.	недељни прилог (укупно 14)
2.3 ТЕРИТОРИЈА РЕАЛИЗАЦИЈЕ ПРОЈЕКТА (простор на коме је емитован садржај био доступан-видљив):	2.4 ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИЈЕ ПРОЈЕКТА:
Територија Града Сомбора	01.06.2019. – 31.12.2019.
2.5 ПОСТИГНУТИ ЦИЉ ПРОЈЕКТА(општи преглед постигнутих циљева у односу на планиране у пројекту и најважнијих достигнућа: позитивни утицај на циљне групе; упоредити постигнуте показатеље у односу на очекиване представљене у пројекту):	
<p>Главни циљ, дефинисање јасне Стратегије за очување животне средине, на нивоу целе општине, у чију реализацију смо покушали укључити што више актера – локалну власт, удружења грађана, комунална предузећа, јавна газдинства, невладине организације, привредни субјекти, али и све становнике града и насељених места. Еколошка свест је након едукације о проблему повећана, а посебну пажњу смо поклонили најмлађим, ученицима сомборских основних школа</p> <p>Основни циљ пројекта је да се подигне свести јавности о реалним и континуираним проблемима и препрекама са којима се особе са инвалидитетом сусрећу у свакодневном животу, те утицање на укључивање сто већег броја грађана и институција у решавање ових проблема и побољшање услова живота и унапређење положаја особа са инвалидитетом у локалу. Реализација пројекта је допринела квалитетном информисању о положају особа са инвалидитетом – у школском систему, свету рада и условима њиховог становања као предуслов за њихово оснаживање за самосталан живот, развијање предрасуда и јачање система социјалне заштите.</p>	
2.6 НАВЕСТИ ПРИМАРНЕ ЦИЉНЕ ГРУПЕ (групе, организације, појединце који су под директним позитивним утицајем пројектних активности):	
Становници Сомбора и насељених места.	
2.7 НАВЕСТИ СЕКУНДАРНЕ ЦИЉНЕ ГРУПЕ (групе, организације, појединце који ће на било који начин имати користи од пројектних активности):	
Особе са посебним потребама и чланови њихових породица.	
2.8 ОПИС АКТИВНОСТИ(навести актере/средства /мере / радњу/ при реализацији пројекта):	
Пројекат је реализован према предвиђеном плану и, као што је и замишљено, укључили смо, како локалну власт, тако и удружења грађана, невладине организације,	

школе, становнике сомборске општине.

2.9 НАВЕСТИ ПОСТИГНУТЕРЕЗУЛТАТЕ:	2.10 ИНДИКАТОРИ РЕЗУЛТАТА:
1. Повећање нивоа информисаности грађана о проблемима особа са инвалидитетом	анкете, мерење слушаности, праћење посећености сајту
2. Повећање нивоа информисаности самих особа са инвалидитетом о својим правима и могућностима	анкете, мерење слушаности, праћење посећености сајту
3. Едукација о проблему	анкете, мерење слушаности, праћење посећености сајту
4. Произведе и смитован оригиналан медијски садржај у интересу грађана	архива од 80 медијских садржаја

### 2.11 ОДРЖИВОСТ ПРОЈЕКТА:

Емисије су имале како информативни, тако и едукативни карактер. На овај начин смо отклонили многе предрасуде и стереотипе који су о особама са инвалидитетом, најалост, већ дуже време уврежени у нашем народу. По завршетку реализације овог пројекта верујемо да је квалитет произведеног медијског садржаја допринео да јавност буде боље упозната са свим оним што је везано за особе са инвалидитетом, а самим тим и отворенија за њихове проблеме и потребе.

### 2.12 ИНТЕРНИ МОНИТОРИНГ И ЕВАЛУАЦИЈА ПРОЈЕКТА (које инструменте сте користили да мерите напредак пројекта и постигнуте резултате током реализације пројекта)

Евалуацију пројекта је пројектни тим спровео у форми самоевалуације – поредећи ниво квантитативне и квалитативне усклађености планираних са реализованим активностима, резултатима и циљевима. Сви постигнути резултати пројекта ће су дисеминирани као пример добре праксе и по завршетку успешне реализације пројекта.

### 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):

У току пројекта, највама и самим емисијама јасно је исниана подршка пројекту од стране Града Сомбора.

### 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):

Сам пројекат “Види ме као себе” реализовао се у савременим условима, радијском студију и режији који су опремљени модерним техничким компонентама који је гарантовао врхунски квалитет реализације пројекта. Сам тим који је спроводио дати пројекат је састављен од искусних новинара, водитеља и реализатора што је такође гарантовало потпуну реализацију пројекта. Када се ова два фактора, технички фактор неопходан за квалитетну реализацију пројекта, и људски фактор, који у овом случају својим искуством и свакодневним радом на сличним задацима гарантовао је потпуну реализацију пројекта “види ме као себе”. Када се све сагледа у целини, можемо закључити да су ризици реализације овог пројекта били минимални или да их практично и није било.

### 2.15 ПРИЛОЗИ (Навести приложене примерке медијских садржаја: ДВД, примерци новина, тренинг материјале, спискове учесника и сл.):

ДВД