

## НАРАТИВНИ И ФИНАНСИЈСКИ ИЗВЕШТАЈ

## 1. Основни подаци

1.1 НАЗИВ ОРГАНА КОМЕ СЕ ПОДНОСИ ИЗВЕШТАЈ:	1.2 НАЗИВ КОНКУРСА
Град Сомбор - Градоначелник Трг Цара Уроша 1 Сомбор 25000	КОНКУРС ЗА СУФИНАНСИРАЊЕ ПРОЈЕКТА ПРОИЗВОДЊЕ МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА ИЗ ОБЛАСТИ ЈАВНОГ ИНФОРМИСАЊА У 2020. 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):	1.4 НАЗИВ ПРОЈЕКТА:
ДОО Медић Радио Б.Б	„НЕДЕЉНА ХРОНИКА“
1.5 ТЕЛЕФОН:	1.6 E-mail:
025/444-122	goranmedicbb@gmail.com
1.7 БРОЈ УГОВОРА О СУФИНАНСИРАЊУ ПРОЈЕКТА:	1.8 ИЗНОС УГОВОРЕНИХ СРЕДСТАВА:
	860.000

## 2. Наративни извештај

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

Остваривање и поштовање грађанских права, на принципима грађанског друштва, неговање посебности и толеранције у мултиетничкој и мултиконфесионалној покрајини, само су неке од тема које су биле обухваћене овим пројектом. Извештавали смо активно о раду локалних самоуправа, о уставној значаји и њиховом раду. Обрађивали смо теме о лицима са посебним потребама и активностима и животу мањинских заједница и њихових националних савета, културноуметничких друштава и других организација.

2.2 БРОЈ И ВРСТА РЕАЛИЗОВАНИХ МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА-ОБЈАВА:

Реализовали смо 35 радио емисија које су трајале појединачно у просеку 30 минута са свим битним информацијама и садржајима које су везане за реализацију и пренос информација	
2.3 ТЕРИТОРИЈА РЕАЛИЗАЦИЈЕ ПРОЈЕКТА (простор на коме је емитован садржај био доступан-видљив):	2.4 ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИЈЕ ПРОЈЕКТА:
Територија на којој је емитована емисија "Недељна Хроника" је западно-бачки округ	01.01.2020. - 31.12.2020.
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):	
Грађани су сада редовно обавештавани о свим важним друштвеним збивањима у овом региону, квалитетније су информисани а самим тим и активнији у друштвеном и јавном животу. Грађани добијају информације о актуелним конкурсима, општинским пројектима, активностима удружења грађана, о сервисним информацијама бирним за свакодневни живот, о културним и спортским дешавањима свих културних заједница које живе на овим просторима	
2.6 НАВЕСТИ ПРИМАРНЕ ЦИЉНЕ ГРУПЕ (групе, организације, појединце који су под директним позитивним утицајем пројектних активности):	
Подизањем квалитета информисања свих грађана на територији Војводине, млади, стари и друге социјално угрожене групе становништва, спортским и забавним садржајима покрили смо групу младих до 25 година који успут сазнају нешто корисно о могућностима запослења. Комуналним и друштвеним садржајима покривамо старије генерације средњег доба. Жене и породичне људе покривамо информацијама о социјалним давањима, о друштвеној бризи за породицу. Редовним ивештавањем о активностима националних мањина покривамо и ту популацију која живи на овим просторима.	
2.7 НАВЕСТИ СЕКУНДАРНЕ ЦИЉНЕ ГРУПЕ (групе, организације, појединце који ће на било који начин имати користи од пројектних активности):	
Удружењима грађана са којима имамо сарадњу и којима се рад заснива на редовном објављивању информација о својим активностима. Општинска управа и месне заједнице са којима сарађујемо и који немају могућност да користе друге канале редовног информисања које преко нашег пројекта остварују знатан напредак у пољу преноса информација битних за становништво.	
2.8 ОПИС АКТИВНОСТИ(навести актере/средства /мере / радњу/ при реализацији пројекта):	
Сваког дана смо производили информативни програм, а овом емисијом колажног типа смо објединили све те информације и додатно нагласили оно најважније од те недеље. Забавни програм током дана не може да се оптерети опширним информацијама, колико год да су значајне, али зато овом емисијом смо дали прилику грађанима да се додатно информишу, да продубе своја сазнања, да се чак и аналитички посвети пажња неком проблему.	

Развијајући контакт на терену и у разговору са грађанством, обиласком насељених места општине, говорићемо о најинтересантнијим и битним догађајима који директно утичу на адекватну и правовремену информисаност.

Спровођење пројекта вршило се тако што новинари дописници бележе информације писмено или звучно и достављају их редакцији где информације ишле на даљу обраду.

Остварујући интерактивну повезаност са грађанима, јавним установама и удружењима долазимо у ситуацију да су сами грађани додатно јављају информације и износе своје проблеме, а наши новинари долазе до информација које могу помоћи истим.

Као медиј којем се верује и који најбрже пласира информације, са великим географским покривањем, и великим протоком вести, директно утичемо на слушаоце да вест која се објави допре до најширег слоја становништва који радо слушају радио. Наше редовне активности се спроводиле у тој комбинацији добре народне забаве и квалитетне, поуздане информације која је у јавном интересу.

2.9 НАВЕСТИ ПОСТИГНУТЕРЕЗУЛТАТЕ:	2.10 ИНДИКАТОРИ РЕЗУЛТАТА:
1. Свакодневно информисање најширих слојева становништва	Реализовано 35 емисија
2. Информисање грађана о активностима удружења грађана	Учествовање удружења у пројекту
3. Информисање грађана о активностима општинских органа	У 20 емисија предстаљен успех Општинских органа
4. Информисање мањинских социјалних група	Боље разумевање грађанства осетљивих група
5. Информисање грађана о ванредним и ковид ситуацијама	Заинтересованост грађана за што потпунијим информацијама
6.	

#### 2.11 ОДРЖИВОСТ ПРОЈЕКТА:

Емисија је до сад постигла очекиван позитиван ниво у реализацији обавештавања и разради актуелних дешавања, обавезно треба наставити на овај начин са редовним информисањем грађана о свим битним за живот информацијама, јер само тако у континуитету можемо успоставити мрежу извора којима ће грађани веровати. Без тог поверења, које се гради у континуитету и у сарадњи локалних самоуправа и широко распрострањеним и лако доступних медија, немогуће је постићи виши квалитет живота. У овом пројекту смо највише пажње и броју информација посветили ванредним догађајима изазваним вирусом "ковид 19" где смо преносили и обавештавали нашу средину да што више буду упућени у рад како локалне јединице тако и државних органа који су давали саопштења.

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

У редовном смо контакту са свим могућим нама доступним изворима информација, као и са самим грађанима, редовним слушаоцима. Редовно спроводимо и анкету међу нашим слушаоцима помоћу које тестирамо и слушаност емисија информативног програма. Људи се интересују и пре и после емитавања за информације које су добили путем наша емисије, тако да радио добија посредничку улогу, право информативног сервиса за разноврзне корисне информације.

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):

Наши слушаоци су редовно информисани кроз опремање емисије «Недељна Хроника», да у суфинансирању учествује и Покрајински секретаријат за информисање. Исто тако, кроз повећану заступљеност у емисијама лако је схватљиво и препознатљиво да државне институције интензивно посвећују пажњу у јавном мњењу на подручју Војводине које покривамо са радио сигналом.

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):

Општине у Војводини и локалне средине у Бачкој још увек немају довољно развијену информативну делатност, још увек нису повезани сви друштвени чиниоци у једну целину, па је отежано проналажење информација од значаја за грађане. У сарадњи са државним институцијама које радо достављају и одазивају се на наше позиве у пласирању битних информација на наше подневље, већи број грађана не прати информације које стриктно објављују институције. У том смислу наше емисије имају велики значај да се битни догађаји-информације кроз медиј који је од поверења пласирају до свих грађана, удружења.

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

ЦД са реализованим емисијама је достављен