

НАРАТИВНИ И ФИНАНСИЈСКИ ИЗВЕШТАЈ


 RADIOTELEVIZIJA PANČEVO DOO
 Pančevo
 Nikole Đurkovića 1

broj

 3164/21-a
 15-01 - 2021 god.

I. Основни подаци

1.1 НАЗИВ ОРГАНА КОМЕ СЕ ПОДНОСИ ИЗВЕШТАЈ:	1.2 НАЗИВ КОНКУРСА
Град Сомбор	Конкурс за суфинансирање пројеката производње медијских садржаја из области јавног информисања на територији града Сомбора 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:
Дунав телевизија-/Радиотелевизија Панчево, доо Панчево/	"Сомборски магазин "
1.5 ТЕЛЕФОН:	1.6 E-mail:
064/872-36-81	Ana.vlajkovic@rtvpancevo.rs
1.7 БРОЈ УГОВОРА О СУФИНАНСИРАЊУ ПРОЈЕКТА:	1.8 ИЗНОС УГОВОРЕНИХ СРЕДСТАВА:
401-420/2020-II	800.000 динара

2. Наративни извештај

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

Дунав телевизија је претходних месеци произвела серијал под називом „ Сомборски магазин“ који је допринео повећању нивоа информисаности грађана Сомбора . Заокруженим тематским целинама реализоване су емисије колажног типа и грађанима пружене информације са фокусом на очување српског културног и националног идентитета и језика, развој српске културе и афирмације општег културног наслеђа, економије, образовања, социјалне заштите, потреба мањинских и осетљивих група, о људским правима, потребама деце и омладине, које су сами изабрали, путем анкета, као њима важне. Избор теме се пажљивао бирао, након чега се приступило снимању материјала на терену и у студију, те монтажа прилога и целе емисије. Емисија се емитовала у најгледанијем термину од 16 часова када је по истраживањима највише људи крај малих екрана. Мониторинг се пратио на дневном нивоу, и упоредо вршила анкета шта би то житељи Сомбора волели да гледају на Дунав телевизији. Након тога се приступило евалуацији пројекта и писању извештаја.

2.2 БРОЈ И ВРСТА РЕАЛИЗОВАНИХ МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА-ОБЈАВА:

8 медијских садржаја до 10 минута, и низ важних информација које су биле значјне и везане за дешавања на територији Сомбора

2.3 ТЕРИТОРИЈА РЕАЛИЗАЦИЈЕ ПРОЈЕКТА (простор на коме је емитован садржај био доступан-видљив):

Територија града Сомбора

2.4 ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИЈЕ ПРОЈЕКТА:

14.04. 2020. године – 31.12.2020. године

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):

- Општи циљ емисије „Сомборски магазин“ је оправдан. Поменути магазин у периоду од априла до децембра обезбедио корисне информације и прилоге вези са заштитом животне средине и промоцијом неговања сопственог културног идентитета који су занимљиви за грађане на територији Сомбора.
- Очекивани циљеви у потпуности су постигнути, а планирани су информативни медијски садржаји из културе, неговања баштине и националних заједница су се реализовали без проблема. У једном брзом и компактном медијском садржају грађани су добили свеобухватне информације, како би били што боље информисани о свим догађајима, појавама, мишљењима и проблемима везаним за културу и неговање сопственог културног идентитета.
- Путем телевизијског програма различитих мишљења и ставова развијен је дијалог са представницима локалне заједнице, а гледаоци су имали прилику да између осталог упознају своје суграђане – и њихова достигнућа и мишљења, чиме се доприноси постизању кохезије у локалној заједници.
- Посебна пажња умерена је ка могућностима развоја културе, а и туризма који је уско везан за културу Кикинде, како би се побољшали капацитети које град несумњиво има,
- Путем магазинских прилога, текстова на сајту, објава на Фејсбуку, и осталим друштвеним мрежама презентоване су информације.
- Постигнут је циљ и да се редовним информисањем о свим културним пројектима локалне самоуправе на време обавесте гледаоци и добију информације о томе који су конкурси расписани, какви су услови, резултати, али и како су они спроведени у дело.
- Грађани су били информисани о неговању сопствене културе и идентитета, што је од посебног интереса за грађане Сомбора, укључујући и информације од јавног значаја, затим споменицима културе, знаменитим личностима из историје, садашњости, неговању традиције, језика, уметничких удружења, невладиног сектора

Када су то околности захтевале становници Сомбора су путем прилога, кајрона, телопа и јављања наших репортера са терена у сваком тренутку били правремено и поуздано информисани.

2.6 НАВЕСТИ ПРИМАРНЕ ЦИЉНЕ ГРУПЕ (групе, организације, појединце који су под директним позитивним утицајем пројектних активности):

- Примарна циљна група су грађани Сомбора. Примарна група су током пројекта били сви становници и организације са територије Војводине
- Поред адекватних гостију у студију, путем магазинских прилога, текстова на сајту, објава на Фејсбуку и осталим друштвеним мрежама презентоване су информације које се односе и директно утичу на опште образовање, културу, неговање туризма и културне баштине свих грађана
- Информисањем о свим културним дешавањима у претходном периоду, чувамо традицију и допринели смо промоцији и афирмацији сопственог културног богатства, културне баштине, сопственог културног и националног идентитета, и општег културног наслеђа, кроз приказ културних догађаја путем прилога, кајрона, телопа и јављања са терена.

2.7 НАВЕСТИ СЕКУНДАРНЕ ЦИЉНЕ ГРУПЕ (групе, организације, појединце који ће на било који начин имати користи од пројектних активности):

Грађани Србије- Програм Дунав телевизије могу видети путем земаљске антене односно сетап бокса , као и путем дигиталне платформе, односно кабловских оператера.Супернове, АВКОМ-а, ИПТВ., СББ, Орионтелекома Самим тим наш програм доступан је широј популацији. Сајт је доступан целом свету..

2.8 ОПИС АКТИВНОСТИ(навести актере/средства /мере / радњу/ при реализацији пројекта):

Након припреме и планирања пројекта - формирања пројектног тима./пројект менаџер, координатор пројекта, новинари, сарадници на аудио сегменту, сарадници у продукцији, сарадници на пост продукцији, књиговодственим, административним пословима./, приступило се изради дневних, недељних и месечних планова рада, припреме садржаја, синаписа снимања, режијска и друга решења и договарања са сарадницима који учествују у пројекту. Активност поставља основе и методологију за постизање резултата и остваривање циљева пројекта.

Ове активности су кључне за укључивање ставова циљне групе (грађана) у планирање и реализацију пројектних активности, и самим тим за постизање резултата и остваривање циљева пројекта.

Потом се приступило одабиру тема,продукцији и емитовању програма

Снимање материјала на терену и у студију – током ове активности су се бирале теме, објекти, догађаји које ће се обрађивати. У складу са плановима и договореним решењима, користећи теренску и студијску опрему – по потреби, вршило се снимање аудио материјала по одабраним темама за даљу обраду и припрему за емитовање.

Монтажа- Током ове активности се, у складу са плановима и договореним решењима, у монтажама, вршила аудио обрада снимљеног сировог материјала, производња сегмената појединачно припремљених за уклапање у серијале. Ова активност подразумевала је формирање «пакета» са више готових сегмената, спремних за „монтажа целине емисије“, или комплетан материјал за емисије, зависно да ли је у питању снимак догађаја или снимање емисије у студију, или на терену.

Монтажа целине емисија- Током ове активности се вршила финална монтажа емисије од једног или више припремљених делова, са пост продукцијом емисија, спремних за емитовање. Ова активност доприносио стваривању циљева пројекта.

Емитовање и евалуација - Серијал „Сомборски магазин“ промовисан емитовањем на Дунав Телевизији и допринео је постизању циљева и резултата пројекта, додатно – путем производње и емитовања заједничког програма у Војвођанској Комнет тв мрежи - мрежи локалних тв станица Војводине, као и у целој Србији на којима се Дунав телевизија емитује на кабловском систему

Мониторинг и евалуација- Интерни мониторинг се вршио праћењем и документовањем свих активности (у свим фазама реализације пројекта) од стране пројектног тима

Писање извештаја Следи писање наративног и финансијског извештаја, организација медијске архиве, који се сви као један пакет чувају у архиви и на тај начин ће се пројекат „Сомборски магазин“ привести крају.

2.9 НАВЕСТИ ПОСТИГНУТЕРЕЗУЛТАТЕ:	2.10 ИНДИКАТОРИ РЕЗУЛТАТА:
Успешнос плана рада, долазак до информација, саговорнка, теренска снимања и прављење разговора.	Позитивни одговори гостију. Пуно квалитетног снимљеног материјала.
Снимљени материјали (аудио, видео) који остају као архива	Промоција града Сомбора и препознатљивост у целој Србији
Занимљиви и модерни информативно-магазински прилози.	Резултати анкете са грађанима
Правовремени културно - информативни забавни програм	Архива емисија

2.11 ОДРЖИВОСТ ПРОЈЕКТА:

„ Сомборски магазин“ је поставио високе стандарде производњом и емитовањем оригиналних медијских садржаја који су информисали гледаоце, и посредно, целокупну популацију о важним темама из области очувања традиције и обичаја, развоја културе и туризма локалне заједнице.

Квалитет медијског садржаја је допринео да после овог серијала пажња медија, локалне самоуправе и јавности остане усмерена на ове теме и проблеме грађана у складу са јавним интересом у области информисања и да планирани резултати пројекта наставе да постоје по истеку периода реализације пројекта. У зависности од реакција, научених лекција и расположивих ресурса Дунав телевизија ће размотрити могућност наставка овог пројекта.

Иако програм није комерцијално исплатив, наша одлука је да медијски простор посветимо бољој информисаности грађана Сомбора. Са друге стране, висок квалитет емисија допринео је бољем позиционирању Дунав телевизије на тржишту и већем приходу од реклама и спонзорстава, што ће омогућити наставак реализације овог пројекта.

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

За мониторинг и евалуацију пројекта користити су се следећи алати:

. Истраживање и спроведене анкете пре и после реализације пројекта међу грађанима.

. Заинтересованост локалних оглашивача да убудуће покрију један део продукционих трошкова продукције и емитовања програма.

Успешност пројекта оцењујемо на основу следећих индикатора:

Повећан је нивоа свести јавности Сомбора, али грађана из Војводине, као и целе Србије е о неопходности очувања српског културног и националног идентитета и језика, развој српске културе и афирмацију општег културног наслеђа

Број произведених и емитованих оригиналних медијских садржаја у јавном интересу су грађана Сомбора и остају у архиви Дунав телевизије

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):

На почетку, током трајања, и по завршетку сваке емисије пројектни тим је наводио и истицао да се серијал емитује захваљујући граду Сомбор. На основу резултата анкета на почетку и крају пројекта пројектни тим је извршио интерну евалуацију пројекта.

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):

Истраживања пројектног тима Дунав телевизије су показала, да су грађани Србије, па и Сомбора недовољно упознати о културним догађајима. Зато им треба у што већој мери пружити емисије које доприносе што болљој информисаности.

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

У прилогу су емисије снимљене на ДВД-у



Иван Јовановић