

НАРАТИВНИ И ФИНАНСИЈСКИ ИЗВЕШТАЈ

1. Основни подаци

1.1 НАЗИВ ОРГАНА КОМЕ СЕ ПОДНОСИ ИЗВЕШТАЈ:	1.2 НАЗИВ КОНКУРСА
Град Сомбор	Конкурс за суфинансирање пројеката производње медијских садржаја у области јавног информисања средствима из буџета 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:
Друштво са органиченом одговорношћу и реализацију РТВ РАДИО СРЕЋЕ ДОО СОМБОР	„Сомборска хроника“
1.5 ТЕЛЕФОН:	1.6 E-mail:
025/436-078	rtvsrece@gmail.com
1.7 БРОЈ УГОВОРА О СУФИНАНСИРАЊУ ПРОЈЕКТА:	1.8 ИЗНОС УГОВОРЕНИХ СРЕДСТАВА:
401-285/2020-II	2.150.000,00

2. Наративни извештај

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

Током 8 (осам) месеци реализован је пројекат „Сомборска хроника“ и том приликом је реализовано 34 емисије у трајању до 25 минута. Свака од емисије премијерно је емитована на каналу РТВ „Среће“. Такође, све емисије су промовисане на друштвеним мрежама и постављене су на званични јутјуб канал телевизије.

Свака од 34 емисиј садржи медијске садржаје који су обележили недељу која је претходила викенду којим је емисије била емитована. Емисије су премијерно биле емитоване суботом, док је недеља била резервисана за репризу, како би обухватиле све догађаје, ставове грађана у вези са догађајима, а који су били актуелни у тој недељи.

Током поменутог периода пратила су се дешава из Градске управе, као и дешавања из свих јавних предузећа у граду Сомбору, спортским клубовима, невладиним организацијама, које се баве децом, младима, рањивим групама.

2.2 БРОЈ И ВРСТА РЕАЛИЗОВАНИХ МЕДИЈСКИХ САДРЖАЈА-ОБЈАВА:

34 (тридесет четири) медијска садржаја у трајању до 25 минута

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

Територија Града Сомбора и Западнoбачки окупр

2.4 ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИЈЕ ПРОЈЕКТА:

1. април – 31. новембар 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):

Пројекат „Сомборска хроника“ допринео је подизању нивоа свести јавности Сомбора о неопходности очувања српског културног и националног идентитета и језика, развоја српске културе и афирмацији општег културног наслеђа. Пројекат је допринео подизању нивоа свести јавности Сомбора о потреби очувања и афирмације културног, националног и језичког индетитета националних мањина. Као што је допринео подизању нивоа произведених квалитетних медијских садржаја.

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

Грађани Сомбора од 18 до 55 година старости.

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

Крајњи корисници – остали грађани Сомбора
Грађани Војводине

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

Група активности 1 – Припрема пројекта
Активност 1.1 Припрема и планирање пројекта

2.9 НАВЕСТИ ПОСТИГНУТЕ РЕЗУЛТАТЕ:	2.10 ИНДИКАТОРИ РЕЗУЛТАТА:
1. Повећан ниво свести јавности сомбора о неопходности очувања српског културног и националног идентитета и језика, развој српске културе и афирмисање општег културног наслеђа	Индикатор 1 – Резултат анкете са грађанима Сомбора на почетку и на крају пројекта
2. Повећан ниво свести јавности Сомбора о потребни очувања и афирмације културног, националног и језичког идентитета националних мањина	Индикатор 2 – Резултат анкете са грађанима Сомбора на почетку и на крају пројекта
3. Произведен и емитован оригинални медијски садржај у јавном интересу грађана Сомбора.	Индикатор 3 – архива од 34 емисије
4.	
5.	
6.	
2.11 ОДРЖИВОСТ ПРОЈЕКТА:	
<p>Квалитет произведеног медијског садржаја и ангажовање јавности ће допринети да после овог пројекта пажња медија, и наравно наше куће, остане фокусирана на овим важним питањима за функционисање Града Сомбора на начин како то грађани виде. На тај начин ће планирани резултати наставити да постоје када истекне период реализације пројекта. ТВ „Среће“ је наставила реализацију овог пројекта.</p>	
2.12 ИНТЕРНИ МОНИТОРИНГ И ЕВАЛУАЦИЈА ПРОЈЕКТА (које инструменте сте користили да мерите напредак пројекта и постигнуте резултате током реализације пројекта)	
<p>За мониторинг пројекта „Сомборска хроника“ коришћено је:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Анкета на почетку и на крају пројекта са грађанима Сомбора и приградских насеља са територије Града Сомбора • Анекта међу запосленима у јавним установама и јавној управи после реализације пројекта на тему кванитета и квалитета захтеваних информација и услуга од стране грађана – посебно из приградских насеља. • Праћење реакције грађана и институција на емитовани програм. Реакције како позитивне тако и негативне су бележене за корекцију тема, али и приликом евалуације пројекта. 	
Евалуација – Успешност пројекта је оцењиван на основу следећих идникатора	
За резултат 1- Повећан ниво информисаности грађана Сомбора се користи Индикатор 1 – Резултат анкете са грађанима Сомбора на почетку и на крају пројекта.	
За резултат 2 – Произведен и емитован оригинални медијски садржај у јавном интересу се користи Индикатор 2 – архива од 34 емисије	
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>На крају сваке емисије „Сомборска хроника“, приликом одјавне шпице, стајао је грб Сомбора и текст „Пројекат је реализован уз подршку града Сомбора“, као и текст "Ставови изнети у подржаном медијском пројекту нужно не изражавају ставове органа који је доделио средства".</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):

Потешкоће које су се јављале приликом креирања ових медијских садржаја јесте тежи долазак до појединих информација. Приликом анкетања грађана, грађани су били спремни да изложе своје ставове, али је проблем представљала камера. Проблеми су решени разговором са грађанима и образложењем на који начин ће тај снимљени материјал бити искориштен и у које сврхе.

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

ДВД са 34 оригиналне емисије „Сомборска хроника“