

## НАРАТИВНИ И ФИНАНСИЈСКИ ИЗВЕШТАЈ

## 1. Основни подаци

1.1 НАЗИВ ОРГАНА КОМЕ СЕ ПОДНОСИ ИЗВЕШТАЈ:	1.2 НАЗИВ КОНКУРСА
ГУ – 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:
Удружење „ХУМАНИ ТИМ“	„У БУДУЋНОСТ БЕЗ РАЗЛИКА“
1.5 ТЕЛЕФОН:	1.6 E-mail:
064/9001874	humani.tim@gmail.com
1.7 БРОЈ УГОВОРА О СУФИНАНСИРАЊУ ПРОЈЕКТА:	1.8 ИЗНОС УГОВОРЕНИХ СРЕДСТАВА:
401-402/2020-II	200.000,00

## 2. Наративни извештај

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

Удружење „Хумани тим“ је са сарадницима реализовао пројекат од 3 телевизијске емисије као још један допринос дугогодишњим напорима државе у процесу унапређења живота особа са инвалидитетом. Темелно је започет процес уклањања баријера како физичких тако и институционалних. Емисије су упознавале особе са инвалидитетом како да се што боље и лакше укључе у све сфере друштва, како у области образовања тако и запошљавању и социјалној заштити. Град Сомбор се потрудио да што више уради на том пољу изградњом тактилних стаза, тргова и раскрсница са спуштеним тротоарима, звучном сигнализацијом на пешачким прелазима. Обављени су разговори са представницима институција како здравствених, социјалних тако и установама културе и представницима грађевинско-архитектонских предузећа. Урађена су сценарија за емисије, шпине, сценографија за интервјуе обављене у студију, продукција

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

3 телевизијске емисије у трајању од 25 минута

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

Земаљско – кабловски систем, сви кабловски оператери у Србији који емитују ТВ Студио Б и земаљски систем DVBT2 Авала 1

2.4 ПЕРИОД РЕАЛИЗАЦИЈЕ ПРОЈЕКТА:

3 месеца

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):

Садржај емисија урађених од стране „Хуманог тима“ је прецизно и јасно особама са инвалидитетом као и осталом становништву приказао значај изласка из куће и укључење инвалида и њихово укључење у све сфере друштва . Активне биле циљна група у реализацији пројекта без изузетка.Родитељи , неговатељи , представници образовних , културних и социјалних установа. Дорађене су нове стазе , рампе на улазима у јавне установе и стамбене објекте и све више се становништво интересује како да помогне својим суграђанима у савладавању како физичких тако и институционалних препрека и дилема. Такође , приказивањем доступности образовању и запошљавању инвалида , појачано је интересовање самих инвалида за остваривањем права и могућности. Сагелдавајући реакције и одзив становништва као и организација,мишљења смо да је циљ пројекта у потпуности постигнут.

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

Становници Сомбора и околина , друштво у најширем смислу, удружења, активисти

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

Медији, најшира јавност и организације , удружења особа са инвалидитетом

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

Снимање интервјуа са инавалидним особама, родитељима , старатељима, здравственим , образовним и социјалним установама, власницима и руководиоцима предузећа о могућностима запошљавања инвалида, грађевинским предузећима, комуналним службама и координација свих учесника. Монтажа видео материјала, постпродукција, и презентација реализованих видео садржаја. Израда шпике, сценарија , обезбеђивање опреме како за рад на терену тако и за снимање разговора у студију. Коришћење архивског материјала

2.9 НАВЕСТИ ПОСТИГНУТЕ РЕЗУЛТАТЕ:	2.10 ИНДИКАТОРИ РЕЗУЛТАТА:
1. Реализовано 3 емисије	Припрема, монтажа и емитовање пројекта
2. Промоција пројекта	Повећана видљивост самих пројеката кроз интернет, телевизију, писани медији...
3. Подстицај институција и појединаца кроз медијску подршку	Велики одзив саговорника и гледалаца
4. Повећан ниво сарадње, између институција и појединаца	Повезивање више институција и стручњака
5. Покретање нових пројеката и акција на углед пројеката из обрађене области.	Покретање нових акција иницираних обрађеном темом на свим нивоима
<b>2.11 ОДРЖИВОСТ ПРОЈЕКТА:</b>	
<p>Посматрајући и анализирајући да сваки десети грађанин Србије има неку врсту инвалидитета а исто тако и многобројне дилеме, заблуде и препреке у социјализацији и имплементацији у друштво пројекат је апсолутно одржив за дужи временски период. Потребна је константна едукација и подизање нивоа свести инвалида и осталог становништва о теми обрађеној у пројекту. Такође потребно је константно омогућавати инвалидима, представницима институција да их кроз медије прате у настојању бављења унапређењем живота инвалида. У том смислу сматрамо да је одрживост пројекта који обрађује ову тему могућа на дужи временски период</p>	
<b>2.12 ИНТЕРНИ МОНИТОРИНГ И ЕВАЛУАЦИЈА ПРОЈЕКТА (које инструменте сте користили да мерите напредак пројекта и постигнуте резултате током реализације пројекта)</b>	
<p>„Хумани тим“ је ангажовао екипу који има искуство у истраживачком раду и представљао је решење које може допринети успешном реализовању самог пројекта. Емитер РТВ Студио Б је вршио мониторинг преко својих интерних служби за истраживање по принципу интервјуисања инвалида и представника институција чије је задатак да повећају квалитативно и квантитативно информисање грађана о обрађеној теми. „Хумани тим“ је уз помоћ волонтера истраживао у оквиру циљних група обухваћених пројектом у којој мери су приказане емисије успеле да заинтересују популацију за тему пројекта.</p>	
<b>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):</b>	
<p>Кроз емитовање на телевизији Студио Б, као и код осталих кабловских емитера који реемитују телевизијски програм Студија Б, у земљи и иностранству. Кроз сарадњу са другим удружењима. ПР кампање коју је емитер пројекта водио на вебу и телевизији, сами актери и институције, њихове ПР службе, организације које су на било који начин, директно или индиректно повезане са темом пројекта, имали су немерљив улогу у промоцији и подржавању оваквих пројеката.</p>	
<b>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):</b>	
<p>Тема нашег пројекта је врло озбиљна обзиром на број инвалида на територији града Сомбора и целе државе. Особе са инвалидитетом су међу најугроженијим групама друштва. Емитовањем емисија са овом темом указано је да је укључивање инвалида у све сфере друштва и отклањање свих врста баријера, приоритет. Емисије су показале да је неопходно константно бављење овом темом, обзиром на повећање броја инвалида а и на повећање квалитета живота до сада регистрованих. У току реализације пројекта, с обзиром на тему наилазили смо на свесрдну помоћ на свим нивоима друштва са којим асмо контактирали и није било никаквих препрека.</p>	
<b>2.15 ПРИЛОЗИ (Навести приложене примерке медијских садржаја: ДВД, примерци новина, тренинг материјале, спискове учесника и сл.):</b>	
<p>У прилогу вам дајемо ДВД са емисијом.</p>	