

STRATEGIJA RAZVOJA UDRUŽENJA GRAĐANA "CREATIVA MEDIA" MAGLIĆ NA 2025 - 2029

1. Uvodni deo

- Naziv organizacije: Udruženje građana "Creativa Media" Maglić
- Sedište: Maršala Tita 19a, 21473 Maglić, Vojvodina - Srbija
- Delovanje: Lokalno (Opština Bački Petrovac)
- PIB: 114204141
- Šifra delatnosti: 9499
- Matični br: 28375123
- Datum osnivanja: Februar 2024. godine
- Kontakt informacije: +381643333272; cremmaglic@gmail.com; www.crem.rs
- Datum izrade strategije: novembar 2024. godine

2. Kontekst i analiza

- Opis organizacije

Udruženje građana "CREATIVA MEDIA" je novoosnovana, lokalna organizacija sa sedištem u Magliću, Opština Bački Petrovac, posvećena unapređenju javnog informisanja, medija, ljudskih i manjinskih prava, neformalnog obrazovanja i kreativnog preduzetništva u lokalnoj zajednici. Iako trenutno u fazi razvoja, Udruženje ima jasnu viziju i realne ciljeve. Naš strateški pristup usmeren je ka postepenom i održivom pozicioniranju unutar zajednice. Ovaj cilj nameravamo da ostvarimo kroz pažljivo odabrane aktivnosti koje obuhvataju istraživanje, edukaciju, izdavaštvo, produkciju medijskih sadržaja, zagovaračke inicijative i realizaciju konkretnih projekata. Kroz svoj rad, Udruženje teži da osnaži pojedince i pojedinke i zajednicu pružajući im znanja i veštine potrebne za aktivno učešće u demokratskom društvu, podstičući kritičko mišljenje, kreativnost i preduzetnički duh. Udruženje takođe prepoznaje važnost zaštite životne sredine, rodne ravnopravnosti i interkulturalnog dijaloga kao ključnih elemenata održivog razvoja. Udruženje "CREATIVA MEDIA" je otvoreno za saradnju sa drugim

organizacijama i institucijama kako bi zajedničkim snagama doprineli razvoju lokalne zajednice i stvaranju inkluzivnog društva zasnovanog na znanju, poštovanju različitosti i jednakim mogućnostima za sve.

- **Analiza okruženja:** Medijska scena u opštini Bački Petrovac - Procena stanja medijske scene na lokalnu, identifikacija ključnih aktera, potreba građana i postojećih izazova.

Procena stanja medijske scene: Opština Bački Petrovac karakteriše se ograničenim brojem lokalnih medija, pretežno elektronskih i online, sa fokusom na informisanje o lokalnim događajima i aktivnostima. Prisutni mediji informišu prvenstveno na slovačkom jeziku, ali postoje i mediji koji informišu dvojezički, odnosno na slovačkom i na srpskom. Građani i građanke iskazuju potrebu za kvalitetnijim i raznovrsnijim informacijama, posebno o temama od javnog interesa, kao i za medijskim sadržajima na jezicima manjina koji su prilagođeni njihovim potrebama i interesovanjima.

Izazovi: Lokalni mediji suočavaju se sa brojnim izazovima, uključujući finansijsku nestabilnost, nedostatak profesionalnih kadrova i pritiske na slobodu izražavanja. Takođe, neophodno je prilagođavanje digitalnoj transformaciji i razvoju novih medijskih platformi kako bi se obezbedio veći domet i uticaj.

Ključni akteri: Pored lokalnih medija, ključni akteri na medijskoj sceni u Bačkom Petrovcu su lokalna samouprava, nevladine organizacije, kao što je YMCA Serbia, Zeleni Bački Petrovac, Matica slovačka, i sl., kulturne i obrazovne institucije, kao što su osnovne škole i gimnazija, građani i privredni subjekti. Svi oni imaju važnu ulogu u kreiranju povoljnog okruženja za razvoj medija i unapređenje informisanosti građana.

Zakonska regulativa: Rad medija u Srbiji regulisan je Zakonom o javnom informisanju i medijima koji postavlja pravni okvir za rad svih medija, uređujući prava i obaveze u vezi sa slobodom izražavanja, odgovornosti novinara, finansiranjem i transparentnošću vlasništva nad medijima. Zakon o informisanju i medijima Republike Srbije posebno ističe važnost lokalnih i manjinskih medija kroz nekoliko ključnih odredbi. Pravo pripadnika nacionalnih manjina da budu informisani na svom jeziku je zagarantovano članom 15, a javni servisi su obavezni da proizvode i emituju program na jezicima manjina srazmerno njihovoj zastupljenosti, kako je navedeno u članu 76. Zakon takođe

predviđa finansijsku podršku za lokalne i manjinske medije kroz projektno sufinansiranje (član 87) i omogućava lokalnim samoupravama da dodatno podrže medijske sadržaje od lokalnog značaja (član 88). Olakšano je osnivanje medija na jezicima manjina (član 9), a koncentracija medijskog vlasništva koja bi mogla ugroziti medijski pluralizam je zabranjena članom 11. Takođe, podstiče se osnivanje samoregulatornih tela koja doprinose unapređenju profesionalnih standarda i zaštiti prava svih građana, što je navedeno u članu 103. Takođe zakon potpisuje obavezu registracije svih medija u Registru medija, kojom upravlja APR. Zatim pruža osnovnu zaštitu novinara i urednika od političkih ili ekonomskih pritisaka.

Zakonom o elektronskim medijima koji se odnosi na rad elektronskih medija reguliše njihovu delatnost i tehničke aspekte rada. Ključnu ulogu ima REM (Regulatorno telo za elektronske medija), koje izdaje dozvole za rad elektronskih medija, njihov rad i primenu zakona.

Takođe, Zakono o zaštiti konkurencije ima veliki uticaj na medijsku industriju jer sprečava monopole u vlasništvu nad medijima. Takođe omogućava Komisiji za zaštitu konkurencije da istražuje slučajeve koji bi mogli narušiti ravnotežu na medijskom tržištu, takođe predviđa kaznene mere za slučajeve narušavanja konkurencije, kao što je zloupotreba dominantnog položaja na tržištu.

Posebna regulativa za manjinske medije u Srbiji ne obuhvata samo Zakon o informisanju i medijima, već se proširuje i na druge propise kako bi se osigurala sveobuhvatna zaštita i podrška.

Zakon o službenoj upotrebi jezika i pisama: Ovaj zakon je ključan za manjinske medije jer definiše prava pripadnika nacionalnih manjina da koriste svoj jezik i pismo u svim sferama javnog života, uključujući i medije. To znači da manjinski mediji imaju pravo da proizvode i emituju sadržaj na svom jeziku, bez diskriminacije ili ograničenja.

Strategija razvoja sistema javnog informisanja u AP Vojvodini: Ova strategija je posebno važna za manjinske medije u Vojvodini, jer prepoznaje njihovu specifičnu ulogu u očuvanju kulturnog identiteta i informisanju pripadnika nacionalnih manjina. Strategija predviđa mere za podršku razvoju manjinskih medija, kao što su finansijska pomoć, obuka novinara i unapređenje tehničkih kapaciteta.

Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji: Ova strategija takođe prepoznaje važnost lokalnih i manjinskih medija za razvoj demokratskog društva i očuvanje medijskog pluralizma. Strategija ističe potrebu za unapređenjem finansijske održivosti lokalnih i manjinskih medija, kao i za jačanjem njihovih kapaciteta za proizvodnju kvalitetnog i relevantnog sadržaja.

Ovi propisi, zajedno sa Zakonom o informisanju i medijima, čine sveobuhvatan okvir za zaštitu i podršku manjinskih medija u Srbiji. Ovi mediji imaju ključnu ulogu u promovisanju međuetničke tolerancije, očuvanju kulturnog nasleđa i informisanju pripadnika nacionalnih manjina na njihovom maternjem jeziku, ali i u informisanju lokalnih zajednica o temama koje su za njih važne.

Važno je napomenuti da se ovi propisi stalno unapređuju i prilagođavaju kako bi se osiguralo da manjinski i lokalni mediji imaju jednake uslove za rad i razvoj kao i mediji na većinskom jeziku.

Stanje medijske pismenosti u Srbiji, pa tako i u opštini Bački Petrovac, je i dalje zabrinjavajuće, sa velikim delom stanovništva koji ima poteškoća u kritičkom procenjivanju informacija i prepoznavanju lažnih vesti. Ovo stanje se odražava i na navike konzumiranja vesti, gde dominiraju tradicionalni mediji i društvene mreže, često bez dovoljne provere izvora informacija. Širenje lažnih vesti predstavlja ozbiljan problem, posebno u kontekstu političkih i društvenih tema, doprinoseći polarizaciji i dezinformacijama. Pritisци na medije i novinare, uključujući pretnje, napade i cenzuru, takođe su prisutni, što dodatno otežava objektivno i nezavisno izveštavanje.

Ukratko, medijska scena u Srbiji suočava se sa izazovima vezanim za medijsku pismenost, širenje lažnih vesti i pritiske na novinare, što zahteva sveobuhvatne napore u edukaciji građana, jačanju profesionalnih standarda i zaštiti slobode medija.

Društvene mreže dodatno komplikuju situaciju, jer omogućavaju brzo širenje lažnih vesti i manipulativnog sadržaja, dok nedovoljno obrazovana publika često nije u stanju da razlikuje kredibilne izvore od nepouzdatih.

Građansko novinarstvo u opštini Bačkom Petrovcu igra važnu ulogu u lokalnoj zajednici, posebno s obzirom na specifične kulture i društvene teme. Kroz društvene mreže i lokalne platforme, građani imaju priliku da iznose svoje stavove, informišu o

dogadajima i prate pitanja koja su važna za njihovu zajednicu, kao što su očuvanje tradicije, manjinska prava i lokalna politika. Međutim, nedostatak profesionalne obuke i etičkih standarda kod građanskih novinara može dovesti do širenja neproverenih informacija i dodatno otežati borbu protiv dezinformacija.

Zaključak: Medijska scena u Bačkom Petrovcu suočava se sa brojnim izazovima, ali postoji i prostor za unapređenje. Udruženje "CREATIVA MEDIA" ima priliku da svojim aktivnostima doprinese razvoju kvalitetnijeg i raznovrsnijeg medijskog sadržaja, posebno na jezicima manjina, i time ojača informisanost i uključenost građana u društveni život. Posebno je važno istaći da udruženje, svojim znanjem, iskustvom i motivacijom, ima ogroman potencijal da sprovede različite aktivnosti koje se tiču medijske pismenosti i to za sve uzraste, od najmlađih do najstarijih. Time će se direktno uticati na podizanje svesti o važnosti kritičkog razmišljanja i odgovornog korišćenja medija, što je ključno u savremenom dobu.

U opštini Bački Petrovac postoje mediji: TV Petrovec, Radio Petrovec, Storyteller, RTV i Hlas ljudi, koji nisu lokalni, ali pokrivaju lokalne teme iz opštine B. Petrovac, a tu su i Kulpin.net, i RTV BAP, odnosno njihov segment Bački Petrovac Dešavanja.

TV Petrovec na lokalnom nivou je dominantna. Ova televizija igra ključnu ulogu u informisanju lokalnog stanovništva, posebno starije populacije. Značajan uticaj im je takođe i zbog blizine građanima i mogućnost da se bave temama koje su specifične za lokalnu zajednicu. Nemaju modernu digitalizaciju, a program je prosečan sa zastarelim novinarskim pristupom. Informiše na slovačkom jeziku.

Radio Petrovec je lokalna radio stanica u Bačkom Petrovcu koja ima ključnu ulogu u informisanju i povezivanju lokalne zajednice, posebno starije populacije. Emitujući programe na slovačkom jeziku, stanica održava kulturnu baštinu slovačke manjine u Vojvodini, pružajući relevantne informacije, muziku i emisije koje obrađuju lokalne teme.

Storyteller, online portal, koji funkcioniše kao moderna i savremena novinarska platforma, sa fokusom na kreiranje i distribuciju visokokvalitetnih multimedijalnih analitičkih, narativnih i istraživačkih novinarskih priča. Nudi inovativan pristup u novinarstvu, prilagođavajući se digitalnom dobu i promenama u načinu na koji publika

konzumira informacije. Ima tematsku raznovrsnost - od društvenih pitanja, kulture i lokalnih zajednica do globalnih problema. Storyteller predstavlja model modernog novinarstva koji kombinuje najbolje iz prakse iz tradicionalnih medija sa inovacijama koje donosi digitalno doba.

Radio-televizija Vojvodine, kao javni medijski servis, ima značajan uticaj ne samo na regionalnom nivou, već i u pokrivanju lokalnih tema širom Vojvodine, uključujući i B.Petrovac. Pružaju sadržaje na više jezika i redovno izveštavaju o događajima u različitim opštinama Vojvodine na različite teme. RTV često saraduju sa lokalnim novinarima, odnosno upravo novinari i novinarki iz opštine Bački Petrovac su zaposleni u ovom mediju. Dostupni su publici putem televizijskim i radio kanalima, a tek sada razvijaju nastup na društvenim mrežama. Imaju važnu ulogu u pokrivanju lokalnih tema, pružajući relevantne informacije građanima u manjim opštinama kao što je Petrovac.

Hlas Ludu je značajan medij u Vojvodini, posebno u okviru slovačke zajednice. Ovaj list i platforma imaju dugu tradiciju i služi kao ključni glas slovačke manjine u Srbiji. U poslednje vreme počinju i oni kao tradicionalni list da prate digitalizaciju, kako bi došli do mlađe publike.

Kulpin net je popularni lokalni portal, iako nije registrovani medij, koji prati događaje, vesti i kulturne aktivnosti u Kulpinu i okolnim mestima. Portal je važan izvor informacija za slovačku zajednicu, ali i za širu javnost zainteresovanu za dešavanja u ovom delu Vojvodine. Kroz Kulpin.net građani mogu saznati o lokalnim inicijativama, očuvanju kulturnog nasleđa, kao i o aktuelnostima vezanim za život u Kulpinu.

BAP vesti (Bačka Palanka) je lokalni informativni portal koji se bavi aktuelnim vestima, događajima i pitanjima od značaja za građane Bačke Palanke i okolnih mesta. Portal pruža širok spektar informacija, uključujući i lokalne vesti, sportske rezultate, kulturne događaje, i društvene teme. Kroz BAP vesti stanovnici mogu pratiti najnovija dešavanja u svojoj zajednici i biti informisani o važnim lokalnim pitanjima. Ipak, primećuje se kod njih tzv. Copy-paste novinarstvo, i nedostatak autorskih novinarskih sadržaja.

- SWOT analiza - Identifikacija snaga, slabosti, prilika i pretnji organizacije u kontekstu medijskog okruženja.

Snage (Strengths)

- Jasna vizija i ciljevi: Organizacija ima jasno definisane ciljeve i oblasti delovanja, što omogućava fokusiran pristup i efikasno planiranje aktivnosti.
- Motivacija i entuzijizam: Novoosnovana organizacija često ima visok nivo entuzijazma i motivacije među članovima, što može biti ključno za prevazilaženje početnih izazova.
- Fleksibilnost i prilagodljivost: Manja organizacija može brže reagovati na promene u okruženju i prilagoditi svoje aktivnosti potrebama zajednice.
- Fokus na lokalne potrebe: Delujući na lokalnom nivou, organizacija ima bolji uvid u specifične potrebe i izazove zajednice.
- Iskusni i priznati osnivači: Članovi i osnivači organizacije su iskusni i prepoznati stručnjaci u medijskoj zajednici, kako na lokalnom nivou, tako i u širem regionu i Evropi. Njihova ekspertiza u oblastima kao što su moderno novinarstvo, nastup na društvenim mrežama, storytelling, mobilno novinarstvo i solutions novinarstvo predstavlja značajnu prednost.

Slabosti (Weaknesses):

- Početni izazovi u izgradnji mreže kontakata: Iako članovi organizacije poseduju individualni kredibilitet kao iskusni novinari, novoosnovana organizacija može se suočiti sa početnim izazovima u uspostavljanju šire mreže kontakata i partnerstava.
- Ograničeni resursi: Finansijski i ljudski resursi mogu biti ograničeni, što može uticati na obim i kvalitet aktivnosti.
- Nedostatak prepoznatljivosti: Organizacija je još uvek nepoznata široj javnosti, što može otežati privlačenje podrške i saradnje.

- Novinari sa integritetom kao prepreka: Činjenica da su članovi organizacije novinari sa visokim integritetom može predstavljati prepreku u saradnji sa lokalnom samoupravom i institucijama koje možda nisu navikle na kritičko izveštavanje.
- Teškoće u sticanju poverenja u ruralnim sredinama: U ruralnim sredinama, gde su ljudi često nepoverljivi prema autsajderima i medijima, može biti teže uspostaviti poverenje i otvorenu komunikaciju.

Prilike (Opportunities)

- Potreba za medijskom pismenošću: Nizak nivo medijske pismenosti u lokalnoj zajednici predstavlja priliku za organizaciju da ponudi edukativne programe i aktivnosti.
- Razvoj digitalnih medija: Digitalizacija otvara nove mogućnosti za kreiranje i distribuciju medijskog sadržaja, posebno za manjinske zajednice.
- Saradnja sa nevladinim sektorom i obrazovnim institucijama: Postoji prostor za saradnju sa drugim nevladinim organizacijama, pojedinim medijima i školama u cilju unapređenja medijske scene kroz zajedničke aktivnosti u oblasti edukacije o medijskoj pismenosti, unapređenja novinarskog sadržaja i motivisanja mladih da se uključe u novinarstvo.
- Finansijska podrška: Mogućnost apliciranja za grantove i donacije od strane domaćih i međunarodnih organizacija.

Pretnje (Threats)

- Nepovoljno medijsko okruženje: Pritisci na medije i novinare, kao i širenje dezinformacija, mogu otežati rad organizacije i ugroziti njene ciljeve.
- Konkurencija: Druge organizacije koje se bave sličnim temama mogu predstavljati konkurenciju u privlačenju resursa i pažnje javnosti.
- Nezainteresovanost zajednice: Niska motivisanost građana za učešće u aktivnostima organizacije može predstavljati izazov.

3. Vizija, misija i vrednosti

- Misija - Osnajivanje lokalne zajednice kroz unapređenje medijske scene, obrazovanje i podsticanje aktivnog učešća građana u kreiranju i konzumiranju medijskog sadržaja.
- Vizija - Stvaranje informisane, kritički osveščene i aktivne lokalne zajednice u kojoj mediji služe kao platforma za dijalog, razumevanje i pozitivne promene.
- Vrednosti:
 1. Razvoj kritičkog mišljenja i osnaživanje: Kontinuirano učenje i razvoj novinarskih veština, kao i obrazovanje građana i građanki o medijskoj pismenosti, su ključni za stvaranje informisanog društva koje aktivno propituje informacije.
 2. Inovativnost i otpornost: Spremnost na prihvatanje novih tehnologija i promena u medijskom okruženju je i dalje neophodna za opstanak i razvoj medija u digitalnom dobu.
 3. Saradnja i solidarnost: Udruženje treba da podstiče saradnju među novinarima i medijskim organizacijama, kao i solidarnost sa građanima u borbi za pravo na informisanje.
 4. Profesionalizam i etičnost: Poštovanje novinarskih standarda i etičkih principa ostaje ključno za izgradnju kredibilnih i pouzdanih medija.
 5. Interkulturalizam, multimedijalnost i intersekcionalnost: Udruženje prepoznaje važnost razumevanja i uvažavanja različitih kultura, korišćenja različitih medijskih formata i sagledavanja složenih društvenih pitanja iz više perspektiva.

4. Strateški ciljevi

4.1. Unapređenje medijske pismenosti u lokalnoj zajednici

- Cilj: Povećati nivo medijske pismenosti kod najmanje 10% stanovnika opštine Bački Petrovac do 2029. godine.
- Aktivnosti:

- Organizacija redovnih radionica i seminara o medijskoj pismenosti za različite ciljne grupe (mladi, stariji, pripadnici i pripadnice manjinskih zajednica).
- Kreiranje i distribucija edukativnih materijala (brošure, video snimci i sl.) o kritičkom razmišljanju, prepoznavanju lažnih vesti i bezbednom korišćenju interneta.
- Saradnja sa lokalnim školama i bibliotekama u cilju uključivanja medijske pismenosti u redovne nastavne programe i aktivnosti.

4.2. Jačanje kapaciteta lokalnih medija

- Cilj: Pružiti podršku lokalnim medijima i novinarima i novinarkama u proizvodnji kvalitetnog i raznovrsnog sadržaja, posebno na jezicima nacionalnih zajednica.
- Aktivnosti:
 - Organizacija obuka i mentorskih programa za novinare i novinarke, urednike i urednice lokalnih medija.
 - Pružanje tehničke i logističke podrške za proizvodnju multimedijalnih sadržaja.
 - Podsticanje saradnje i razmene iskustava među lokalnim medijima.

4.3. Promocija interkulturalnog dijaloga i razumevanja kroz medije

Cilj: Koristiti medije za poticanje međukulturalnog dijaloga, razumevanja i tolerancije u lokalnoj zajednici.

Aktivnosti:

- Produkcija i distribucija medijskih sadržaja koji promovišu različite kulture, tradicije i jezike prisutne u zajednici.
- Organizacija događaja i kampanja koje potiču međukulturalni dijalog i razmenu iskustava.
- Saradnja sa organizacijama i institucijama koje se bave pitanjima interkulturalnosti i zaštitom manjinskih prava.

4.4. Zagovaranje za slobodu medija i unapređenje medijskog okruženja

- Cilj: Doprineti stvaranju povoljnijeg okruženja za rad medija i novinara i novinarki u lokalnoj zajednici.
- Aktivnosti:
 - Praćenje stanja medijskih sloboda i izveštavanje o slučajevima pritiska na medije i novinare i novinarku.
 - Organizovanje javnih debata i kampanja za podizanje svesti o značaju slobodnih medija.
 - Saradnja sa drugim organizacijama civilnog društva u cilju zajedničkog zagovaranja za unapređenje medijskog okruženja.

4.5. Održivost i razvoj organizacije

- Cilj: Osigurati finansijsku i institucionalnu održivost organizacije dugoročno.
- Aktivnosti:
 - Razvoj strategije prikupljanja sredstava i aktivno apliciranje za grantove i donacije.
 - Razvoj komunikacione strategije Udruženja
 - Izgradnja stabilne baze članova i volontera.
 - Kontinuirano jačanje kapaciteta organizacije kroz obuke i razmenu iskustava.

Ovi strateški ciljevi i prateće aktivnosti su realni i ostvarivi u okviru definisane strategije. Oni će omogućiti Udruženju građana "CREATIVA MEDIA" Magličić da ostvari svoju misiju i viziju, doprinoseći unapređenju medijske scene i osnaživanju lokalne zajednice.

5. Akcioni planovi

5.1. Unapređenje medijske pismenosti u lokalnoj zajednici

- Aktivnost 1: Organizacija radionica
 - Opis: Radionice o medijskoj pismenosti prilagođene različitim ciljnim grupama (mladi, stariji, pripadnici manjina). Teme će obuhvatati kritičko razmišljanje, prepoznavanje lažnih vesti, bezbedno korišćenje interneta i društvenih mreža, razumevanje medijskog uticaja, itd.

- Nosioci: Članovi i članice udruženja sa iskustvom u medijskoj edukaciji, eventualno uz angažovanje spoljnih stručnjaka.
- Resursi: Prostor za održavanje radionica (škole, redakcije, ili prostorije udruženja), promotivni materijal, eventualno honorari za predavače.
- Vremenski okvir: Kontinuirano, sa intenzivnijim periodima tokom školske godine i specijalnim događajima (npr. Nedelja medijske pismenosti). Najmanje dve radionice tokom godine.
- Indikatori uspeha: Broj održanih radionica, broj učesnika, evaluacioni upitnici.
- **Aktivnost 2: Kreiranje i distribucija edukativnih materijala**
 - Opis: Izrada brošura, video snimaka, infografika i drugih edukativnih materijala o medijskoj pismenosti. Distribucija materijala putem lokalnih medija, škola, biblioteke, društvenih mreža i veb sajta udruženja.
 - Nosioci: Članovi udruženja sa veštinama u kreiranju sadržaja, eventualno uz angažovanje dizajnera i video producenata.
 - Resursi: Dizajn i štampa materijala, oprema za snimanje i montažu videa, promocija na internetu.
 - Vremenski okvir: Kontinuirano, sa redovnim ažuriranjem i dopunjavanjem materijala.
 - Indikatori uspeha: Broj kreiranih materijala, doseg i interakcija na društvenim mrežama, povratne informacije od korisnika.
- **Aktivnost 3: Saradnja sa školama i bibliotekom**
 - Opis: Uspostavljanje partnerstava sa lokalnim školama i bibliotekama u cilju uključivanja medijske pismenosti u redovne nastavne programe i vannastavne aktivnosti. Ovo može uključivati zajedničko organizovanje radionica, obuka za nastavnike, kreiranje posebnih programa za učenike, itd.
 - Nosioci: Predstavnici udruženja zaduženi za komunikaciju i saradnju sa obrazovnim institucijama.
 - Resursi: Vreme i angažovanje članova udruženja, eventualno finansijska podrška za realizaciju zajedničkih projekata.
 - Vremenski okvir: Kontinuirano, uz redovne sastanke i evaluaciju saradnje.

- Indikatori uspeha: Broj uspostavljenih partnerstava, broj zajedničkih aktivnosti, uključenost medijske pismenosti u školske vannastavne programe.

5.2. Jačanje kapaciteta lokalnih medija

- Aktivnost 1: Obuke i mentorski programi
 - Opis: Organizacija obuka i mentorskih programa za novinare i novinarke, urednike i urednice lokalnih medija, sa fokusom na unapređenje novinarskih veština, etičkih standarda, digitalnih kompetencija i produkcije kvalitetnog sadržaja i na jezicima nacionalnih zajednica.
 - Nosioци: Članovi udruženja sa iskustvom u novinarstvu i medijskom menadžmentu, eventualno uz angažovanje spoljnih stručnjaka.
 - Resursi: Prostor za održavanje obuka, materijali za obuku, honorari za predavače/mentore.
 - Vremenski okvir: Redovno, sa fokusom na kontinuirani profesionalni razvoj novinara i urednika.
 - Indikatori uspeha: Broj održanih obuka, broj učesnika, evaluacija efekata obuke na rad lokalnih medija.
- Aktivnost 2: Podsticanje saradnje i razmene iskustava
 - Opis: Organizovanje redovnih sastanaka, konferencija, studijskih poseta i drugih događaja koji će omogućiti lokalnim medijima da razmenjuju iskustva, uče jedni od drugih i sarađuju na zajedničkim projektima.
 - Nosioци: Predstavnici udruženja zaduženi za komunikaciju i saradnju sa lokalnim medijima.
 - Resursi: Prostor za održavanje događaja, organizacioni troškovi, eventualno putni troškovi za studijske posete.
 - Vremenski okvir: Redovno, sa ciljem stvaranja kontinuirane platforme za saradnju.
 - Indikatori uspeha: Broj održanih događaja, broj učesnika, broj uspostavljenih saradnji i zajedničkih projekata.

5.3. Promocija interkulturalnog dijaloga i razumijevanja kroz medije

- Aktivnost 1: Produkcija i distribucija medijskih sadržaja

- Opis: Kreiranje i distribucija medijskih sadržaja (članci, reportaže, dokumentarni filmovi, intervjui, podcasti, itd.) koji promovišu različite kulture, tradicije, jezike i perspektive prisutne u lokalnoj zajednici.
- Nosioци: Članovi udruženja sa iskustvom u novinarstvu i produkciji medijskih sadržaja, uz moguću saradnju sa predstavnicima različitih kulturnih zajednica, nevladinih organizacija i sl.
- Resursi: Oprema za snimanje i montažu, softver za obradu zvuka i slike, prostor za produkciju, budžet za honorare i produkcijske troškove.
- Vremenski okvir: Kontinuirano, sa redovnim objavljivanjem sadržaja na različitim platformama (veb sajt udruženja, društvene mreže, lokalni mediji).
- Indikatori uspeha: Broj proizvedenih sadržaja, doseg i interakcija publike, povratne informacije od predstavnika različitih zajednica.
- Aktivnost 2: Organizacija događaja i kampanja
 - Opis: Organizacija kulturnih događaja, tribina, okruglih stolova, izložbi, filmskih projekcija i drugih aktivnosti koje će poticati međukulturni dijalog, razmenu iskustava i razbijanje predrasuda. Kampanje na društvenim mrežama i u lokalnim medijima koje će promovisati vrednosti tolerancije, razumijevanja i poštovanja različitosti.
 - Nosioци: Članovi udruženja zaduženi za organizaciju događaja i komunikaciju sa javnošću, uz moguću saradnju sa drugim

5.4. Zagovaranje za slobodu medija i unapređenje medijskog okruženja

- Aktivnost 1: Javne debate i kampanje
 - Opis: Organizovanje javnih debata, tribina, okruglih stolova i drugih događaja na temu slobode medija, medijske etike i odgovornosti. Pokretanje kampanja na društvenim mrežama i u lokalnim medijima za podizanje svesti o značaju slobodnih i nezavisnih medija za demokratsko društvo.
 - Nosioци: Članovi udruženja zaduženi za komunikaciju sa javnošću i organizaciju događaja, uz moguće uključivanje medijskih stručnjaka, predstavnika civilnog društva i lokalnih vlasti.

- Resursi: Prostor za održavanje događaja, promotivni materijal, budžet za tehničku podršku i eventualne honorare govornika.
- Vremenski okvir: Redovno, sa posebnim fokusom na obeležavanje važnih datuma kao što je Svetski dan slobode medija.
- Indikatori uspeha: Broj održanih događaja, broj učesnika, medijska pokrivenost, uticaj na javno mnjenje.
- Aktivnost 2: Saradnja sa drugim organizacijama
 - Opis: Uspostavljanje i negovanje saradnje sa drugim organizacijama civilnog društva, medijskim udruženjima, sindikatima novinara i drugim relevantnim akterima na lokalnom, nacionalnom i međunarodnom nivou. Zajedničko zagovaranje za unapređenje medijskog zakonodavstva, zaštitu novinara i poboljšanje uslova za rad medija.
 - Nosioци: Predstavnici udruženja zaduženi za umrežavanje i saradnju sa drugim organizacijama.
 - Resursi: Vreme i angažovanje članova udruženja, učešće na konferencijama i sastancima, budžet za putne troškove i članarine u mrežama.
 - Vremenski okvir: Kontinuirano, uz redovne sastanke i razmenu informacija sa partnerima.
 - Indikatori uspeha: Broj uspostavljenih partnerstava, broj zajedničkih aktivnosti, uticaj na donošenje odluka i promene u medijskom okruženju.

5.5. Održivost i razvoj organizacije

Aktivnost 1: Razvoj strategije prikupljanja sredstava i aktivno apliciranje za grantove i donacije

- Opis:
 - Identifikacija potencijalnih izvora finansiranja (lokalne, nacionalne i međunarodne fondacije, organizacije, ambasade, itd.)
 - Izrada detaljnog plana prikupljanja sredstava, uključujući ciljeve, vremenski okvir, odgovorne osobe i metode prikupljanja (grantovi, donacije, članarine, crowdfunding, itd.)
 - Redovno praćenje konkursa i prilika za finansiranje

- Priprema i podnošenje kvalitetnih projektnih predloga
- Izveštavanje donatora o utrošku sredstava i postignutim rezultatima
- Nosioci: Upravni odbor i članovi udruženja sa iskustvom u fundraisingu, eventualno uz angažovanje spoljnih konsultanata.
- Resursi: Vreme i angažovanje članova, istraživanje potencijalnih donatora, izrada projektnih predloga, budžet za angažovanje konsultanata (ako je potrebno).
- Vremenski okvir: Kontinuirano, sa godišnjim planiranjem i evaluacijom.
- Indikatori uspeha:
 - Iznos prikupljenih sredstava iz različitih izvora
 - Broj odobrenih projekata i grantova
 - Stepen diverzifikacije izvora finansiranja

Aktivnost 2: Razvoj komunikacione strategije Udruženja

- Opis:
 - Definisane ciljnih grupa (lokalna zajednica, mediji, donatori, itd.) i ključnih poruka.
 - Izbor odgovarajućih kanala komunikacije (društvene mreže, veb sajt, medijski nastupi, publikacije, događaji, itd.).
 - Izrada plana za kreiranje i distribuciju sadržaja, upravljanje društvenim mrežama, odnose s medijima i organizaciju događaja.
 - Definisane načina merenja rezultata komunikacije (analitika veb sajta i društvenih mreža, medijski monitoring, ankete, itd.).
- Nosioci: Članovi udruženja sa iskustvom u komunikacijama i odnosima s javnošću, eventualno uz angažovanje spoljnih konsultanata.
- Resursi: Vreme i angažovanje članova, budžet za izradu strategije i promotivne materijale, alati za praćenje i analizu rezultata komunikacije.
- Vremenski okvir: Izrada strategije u prvoj godini delovanja, kontinuirana implementacija i evaluacija.
- Indikatori uspeha:
 - Povećanje vidljivosti udruženja u javnosti
 - Rast broja pratilaca i interakcija na društvenim mrežama
 - Pozitivna medijska pokrivenost
 - Povratne informacije od ciljnih grupa

Aktivnost 3: Izgradnja stabilne baze članova i volontera

- Opis:
 - Promocija rada udruženja i aktivno regrutovanje novih članova i volontera kroz različite kanale (društvene mreže, veb sajt, lokalni mediji, događaji, itd.).
 - Organizovanje informativnih sastanaka i prezentacija za potencijalne članove i volontere.
 - Kreiranje programa volontiranja koji će pružiti volonterima priliku da steknu nova znanja i veštine, kao i da doprinesu radu udruženja.
 - Redovna komunikacija i podrška članovima i volonterima, organizovanje druženja i tim bilding aktivnosti.
- Nosioци: Članovi udruženja zaduženi za komunikaciju sa javnošću i koordinaciju volontera.
- Resursi: Promotivni materijal, prostor za sastanke, budžet za organizaciju događaja, obuka za volontere.
- Vremenski okvir: Kontinuirano.
- Indikatori uspeha:
 - Broj članova i volontera
 - Nivo aktivnosti i angažovanja članova i volontera
 - Zadovoljstvo članova i volontera (anketiranje)

Aktivnost 4: Kontinuirano jačanje kapaciteta organizacije

- Opis:
 - Redovne obuke i treninzi za članove i volontere udruženja, sa fokusom na razvoj veština u oblasti medijske produkcije, komunikacije, projektnog menadžmenta, fundraisinga, itd.
 - Učešće na konferencijama, seminarima i drugim relevantnim događajima.
 - Razmena iskustava sa drugim organizacijama i umrežavanje.
- Nosioци: Upravni odbor i članovi udruženja zaduženi za obuku i razvoj.
- Resursi: Budžet za obuke, putne troškove i kotizacije za konferencije, vreme i angažovanje članova udruženja.
- Vremenski okvir: Kontinuirano, sa godišnjim planom obuka i razvoja.

- Indikatori uspeha:
 - Broj održanih obuka
 - Broj učesnika
 - Evaluacija efekata obuke na rad udruženja

Ovaj akcioni plan se nalazi i u tabeli [Aneks 1](#).

6. Praćenje i evaluacija

Definisanje indikatora i metoda za praćenje napretka u ostvarivanju ciljeva

- Cilj 1: Unapređenje medijske pismenosti
 - Indikatori:
 - Broj održanih radionica i seminara
 - Broj učesnika i učesnica na radionicama i seminarima
 - Broj kreiranih i distribuiranih edukativnih materijala
 - Broj pregleda i deljenja edukativnih materijala na internetu
 - Procenat stanovnika koji su pohađali obuku o medijskoj pismenosti (anketiranje ili procena na osnovu broja stanovnika i broja učesnika)
 - Rezultati testiranja znanja o medijskoj pismenosti pre i posle obuke
 - Metode:
 - Vođenje evidencije o održanim aktivnostima i broju učesnika
 - Analiza podataka o pregledima i deljenjima materijala na internetu
 - Anketiranje građana o njihovom nivou medijske pismenosti
 - Testiranje znanja učesnika pre i posle obuke
- Cilj 2: Jačanje kapaciteta lokalnih medija
 - Indikatori:
 - Broj održanih obuka i mentorskih programa
 - Broj novinara i novinarki, urednika i urednica koji su učestvovali u programima
 - Povratne informacije od novinara i urednika o korisnosti pružene podrške
 - Metode:
 - Vođenje evidencije o održanim obukama i pruženim uslugama

- Anketiranje novinara i urednika
 - Intervjui sa predstavnicima lokalnih medija
- Cilj 3: Promocija interkulturalnog dijaloga
 - Indikatori:
 - Broj proizvedenih i distribuiranih medijskih sadržaja koji promovišu interkulturalnost
 - Broj pregleda, deljenja i komentara na te sadržaje
 - Broj održanih događaja koji potiču međukulturalni dijalog
 - Broj učesnika i učesnica na tim događajima
 - Povratne informacije od predstavnika različitih zajednica o uticaju aktivnosti udruženja
 - Metode:
 - Vođenje evidencije o proizvedenim sadržajima i održanim događajima
 - Analiza podataka o interakciji publike na internetu i društvenim mrežama
 - Anketiranje učesnika i učesnicima događaja i predstavnika i predstavnica zajednica
 - Intervjui sa ključnim akterima i akterkama
- Cilj 4: Zagovaranje za slobodu medija
 - Indikatori:
 - Broj održanih javnih debata i kampanja
 - Broj učesnika na tim događajima
 - Promene u medijskom zakonodavstvu i praksi koje su rezultat zagovaračkih aktivnosti
 - Metode:
 - Vođenje evidencije o dokumentovanim slučajevima i objavljenim materijalima
 - Analiza medijske pokrivenosti
 - Praćenje promena u zakonodavstvu i praksi
 - Intervjui sa novinarima i predstavnicima medijskih organizacija
- Cilj 5: Održivost i razvoj organizacije
 - Indikatori:
 - Iznos prikupljenih sredstava iz različitih izvora

- Broj članova i članica, volontera i volonterki
- Broj održanih obuka za članove i članice, volontere i volonterke
- Nivo zadovoljstva članova i članica, volontera i volonterki (anketiranje)
- Vidljivost udruženja u javnosti (medijska pokrivenost, broj pratilaca na društvenim mrežama)
- Metode:
 - Vođenje finansijske evidencije
 - Evidencija članova i volontera
 - Anketiranje članova i volontera
 - Analiza medijske pokrivenosti i prisutnosti na društvenim mrežama

Redovna evaluacija postignutih rezultata i uticaja aktivnosti

- Redovno polugodišnje prikupljanje i analiza podataka o ostvarenim indikatorima.
- Organizovanje sastanaka evaluacije sa članovima i članicama udruženja, volonterima i volonterkama i eventualno spoljnim evaluatorima odnosno evaluatorkama.
- Identifikacija postignutih rezultata, izazova i naučenih lekcija.
- Priprema izveštaja o evaluaciji i deljenje rezultata sa članovima, donatorima i javnošću.

Mehanizmi za prilagođavanje strategije

- Redovno praćenje promena u medijskom okruženju, potrebama zajednice i dostupnim resursima.
- Fleksibilnost u planiranju i spremnost na prilagođavanje aktivnosti u skladu sa novim informacijama i okolnostima.
- Otvorena komunikacija i konsultacije sa članovima i članicama, volonterima i volonterkama, partnerima i ciljnim grupama.
- Redovno ažuriranje strategije i akcionih planova na osnovu rezultata evaluacije i promena u okruženju.

7. Budžet: Procena finansijskih sredstava potrebnih za realizaciju strategije

Realna procena za period od 4 godine (2025-2029):

- Ukupno: 50.000 - 70.000 eura
- Ova procena uključuje troškove za:
 - Organizaciju radionica, obuka i događaja
 - Izradu i distribuciju edukativnih i promotivnih materijala
 - Tehničku i logističku podršku za produkciju medijskih sadržaja
 - Angažovanje spoljnih stručnjaka i konsultanata
 - Putne troškove i kotizacije za konferencije i seminare
 - Osnovne operativne troškove (kancelarijski materijal, internet, telefon, itd.

Budžet (u eurima) godišnje:

2025:

- Organizacija radionica, obuka i događaja: 5.000
- Izrada i distribucija edukativnih i promotivnih materijala: 2.000
- Tehnička i logistička podrška za produkciju medijskih sadržaja: 3.000
- Angažovanje spoljnih stručnjaka i konsultanata: 4.000
- Putni troškovi i kotizacije za konferencije i seminare: 1.000
- Osnovne operativne troškove: 2.000

Ukupno: 17.000

2026:

- Organizacija radionica, obuka i događaja: 5.150
- Izrada i distribucija edukativnih i promotivnih materijala: 2.060
- Tehnička i logistička podrška za produkciju medijskih sadržaja: 3.090
- Angažovanje spoljnih stručnjaka i konsultanata: 4.120
- Putni troškovi i kotizacije za konferencije i seminare: 1.030

- Osnovne operativne troškove: 2.060

Ukupno: 17.510

2027:

- Organizacija radionica, obuka i događaja: 5.305
- Izrada i distribucija edukativnih i promotivnih materijala: 2.122
- Tehnička i logistička podrška za produkciju medijskih sadržaja: 3.183
- Angažovanje spoljnih stručnjaka i konsultanata: 4.244
- Putni troškovi i kotizacije za konferencije i seminare: 1.061
- Osnovne operativne troškove: 2.122

Ukupno: 18.037

2028:

- Organizacija radionica, obuka i događaja: 5.464
- Izrada i distribucija edukativnih i promotivnih materijala: 2.185
- Tehnička i logistička podrška za produkciju medijskih sadržaja: 3.278
- Angažovanje spoljnih stručnjaka i konsultanata: 4.371
- Putni troškovi i kotizacije za konferencije i seminare: 1.093
- Osnovne operativne troškove: 2.185

Ukupno: 18.576

2029:

- Organizacija radionica, obuka i događaja: 5.628
- Izrada i distribucija edukativnih i promotivnih materijala: 2.251
- Tehnička i logistička podrška za produkciju medijskih sadržaja: 3.376
- Angažovanje spoljnih stručnjaka i konsultanata: 4.502
- Putni troškovi i kotizacije za konferencije i seminare: 1.126
- Osnovne operativne troškove: 2.251

Ukupno: 19.134

Identifikacija potencijalnih izvora finansiranja

- Grantovi i donacije: Domaće i međunarodne fondacije i organizacije koje podržavaju razvoj medija i civilnog društva, nacionalni i međunarodni fondovi koji finansiraju projekte u oblasti medijske pismenosti, interkulturalnog dijaloga i zaštite ljudskih prava, kao i ambasade i međunarodne organizacije koje imaju programe podrške lokalnim inicijativama
- Projekti: Učešće u projektima drugih organizacija kao partner ili izvođač, kao i razvoj sopstvenih projekata i apliciranje za finansiranje kod različitih donatora
- Ostali izvori: Donacije pojedinaca i kompanija, crowdfunding kampanje, prodaja publikacija i usluga (npr. medijske obuke, konsultacije)

8. Komunikacija i vidljivost: Plan komunikacije sa ciljnim grupama i javnošću

Komunikaciona strategija će biti izrađena tokom 2025. godine, kako bi se osiguralo da je prilagođena specifičnostima lokalne zajednice i ciljnim grupama. Nakon izrade strategije, pristupiće se njenoj implementaciji, koristeći različite kanale komunikacije i prilagođavajući poruke različitim publikama. Redovno praćenje i evaluacija rezultata komunikacije omogućiće udruženju da unapredi svoju strategiju i ostvari veću vidljivost i uticaj.

9. Organizaciona struktura

Udruženje građana "CREATIVA MEDIA" Maglić organizovano je kao neprofitna organizacija sa sledećom strukturom:

- Organi Udruženja su Skupština i Upravni odbor. Funkciju zastupnika vrši Predsednik Upravnog odbora, a u njegovom odsustvu zamenik predsednika Upravnog odbora.

Udruženje će se oslanjati na volonterski rad svojih članova i članica, uz mogućnost njihovog angažovanja, odnosno angažovanja stručnjaka i stručnjakinja po potrebi za specifične zadatke i projekte.

10. Analiza rizika

Ovo su potencijalni rizici koji mogu uticati na realizaciju strategije:

- **Finansijski rizici:** Nedostatak finansijskih sredstava za sprovođenje planiranih aktivnosti, nemogućnost obezbeđivanja dugoročne finansijske održivosti.
- **Organizacioni rizici:** Nedostatak ljudskih resursa, fluktuacija volontera i volonterki, poteškoće u koordinaciji aktivnosti, nedovoljna stručnost i iskustvo članova i članica.
- **Eksterni rizici:** Nepovoljno medijsko okruženje, pritisci na medije i novinare i novinarkе, širenje dezinformacija, nezainteresovanost zajednice, konkurencija drugih organizacija.

Planovi za ublažavanje rizika:

- **Finansijski rizici:**
 - Diverzifikacija izvora finansiranja (grantovi, donacije, projekti, itd.)
 - Štedljivo i efikasno upravljanje finansijskim sredstvima
- **Organizacioni rizici:**
 - Izgradnja stabilne baze članova i članica, volontera i volonterki kroz redovnu komunikaciju i motivacione aktivnosti
 - Kontinuirano jačanje kapaciteta članova i članica kroz obuke i razmenu iskustava
 - Jasna podela zadataka i odgovornosti unutar udruženja
 - Angažovanje spoljnih stručnjaka i stručnjakinja po potrebi
- **Eksterni rizici:**
 - Aktivno zagovaranje za slobodu medija i unapređenje medijskog okruženja
 - Izgradnja dobrih odnosa sa lokalnim vlastima, medijima i drugim organizacijama
 - Kontinuirano praćenje promena u okruženju i prilagođavanje strategije

11. Plan održivosti

Strategija za obezbeđivanje dugoročne finansijske i organizacione održivosti:

- **Finansijska održivost:**
 - Diverzifikacija izvora finansiranja
 - Razvoj održivog modela finansiranja koji kombinuje različite izvore prihoda (grantovi, donacije, projekti, itd.)
 - Izgradnja rezervi za nepredviđene situacije
- **Organizaciona održivost:**
 - Izgradnja stabilne baze članova i članica, volontera i volonterki
 - Kontinuirano jačanje kapaciteta članova i članica, volontera i volonterki
 - Promocija rada udruženja i njegovih rezultata kako bi se osigurala podrška zajednice i relevantnih aktera

12. Zaključak

Ova strategija predstavlja sveobuhvatan plan za razvoj Udruženja građana "CREATIVA MEDIA" Maglić u periodu od 2025. do 2029. godine. Kroz jasno definisane ciljeve, aktivnosti i indikatore uspeha, strategija postavlja temelje za ostvarivanje misije udruženja - osnaživanje lokalne zajednice kroz unapređenje medijske scene, obrazovanje i podsticanje aktivnog učešća građana i građanki.

Ključni elementi strategije:

- Unapređenje medijske pismenosti građana i građanki kroz radionice, edukativne materijale i saradnju sa obrazovnim institucijama.
- Jačanje kapaciteta lokalnih medija kroz obuke i mentorske programe.
- Promocija interkulturalnog dijaloga i razumevanja kroz produkciju i distribuciju medijskih sadržaja i organizovanje događaja.
- Obezbeđivanje finansijske i institucionalne održivosti udruženja kroz razvoj strategije prikupljanja sredstava, izgradnju baze članova i članica, volontera i volonterki, kontinuirano jačanje kapaciteta i razvoj komunikacione strategije.

Ova strategija je ključna za dalji razvoj Udruženja "CREATIVA MEDIA" Maglić i ostvarivanje njegove vizije - stvaranje informisane, kritički osveščene i aktivne lokalne zajednice u kojoj mediji služe kao platforma za dijalog, razumevanje i pozitivne promene.

Implementacija ove strategije će omogućiti udruženju da:

- Doprinese podizanju nivoa medijske pismenosti u lokalnoj zajednici, čime će građani i građanke biti osposobljeni da kritički procene informacije i donose informisane odluke.
- Podrži razvoj kvalitetnih i raznovrsnih lokalnih medija, posebno onih na jezicima manjinskih zajednica, čime će se osigurati bolja informisanost i zastupljenost svih građana i građanki.
- Promoviše interkulturalni dijalog i razumevanje, doprinoseći stvaranju tolerantnije i inkluzivnije zajednice.
- Zagovara za slobodu medija i unapređenje medijskog okruženja, čime će se stvoriti uslovi za objektivno i nezavisno izveštavanje.
- Obezbedi dugoročnu održivost i razvoj udruženja, čime će se osigurati kontinuitet njegovog rada i uticaja na zajednicu.

Udruženje "CREATIVA MEDIA" Maglić ima potencijal da postane važan akter u lokalnoj zajednici, doprinoseći razvoju demokratskih vrednosti, medijskog pluralizma i interkulturalnog dijaloga. Ova strategija predstavlja putokaz za ostvarivanje tog potencijala i stvaranje pozitivnih promena u društvu.