

Founded by  
the Independent Journalists' Association of Vojvodina (IJAV)

## FABRIKA KREATIVNOSTI

### O mediju

[Fabrika kreativnosti](#) osnovna je kao udruženje građana 2019. godine. U Registar medija upisana je u oktobru 2020. godine. Fabrika kreativnosti je multimedijalna medijska platforma koja za sada izveštava na srpskom jeziku, iako je sam medij registrovan na tri jezika: srpskom, rusinskom i engleskom. Fabrika kreativnosti obrađuje teme od javnog značaja, a kroz uređivačku politiku neguje objektivno i profesionalno novinarstvo sa ciljem da svoje mesto na tržištu pronade kroz kreativne medijske sadržaje. Veliki deo njihove zanimljive produkcije baziran je na audio formama, odnosno podcastima. U svojim novinarskim i medijskim sadržajima promovišu kritičko razmišljanje, demokratizaciju društva i ljudska prava.

Svaka od postojećih rubika na sajtu Fabrike kreativnosti (fFoto, fVideo i fPodkast) poklanja pažnju određenom vidu izražavanja, odnosno vrsti medija kojim komunicira sa publikom. U svojoj prvoj godini postojanja fokus Fabrike kreativnosti bio je na podcastima (koji su dostupni na nekoliko platformi između ostalog i platformi [podcast.rs](#)), kao i na razvoju celokupne podcast scene u Srbiji, kroz edukaciju i produkciju, ali i kroz uvođenje novih formata kao što su "podkast fikcije". Iako je fokus na audio sadržaju, ni drugi aspekti produkcije ovog medija, nikako nisu zanemrivi. Na primer, foto rubrika kao najvažniji sadržaj promoviše fotografiju, ali i zanimljive forme poput emisije "Koncerti iz gajbe", koji imaju za cilj podršku muzičkim i vizuelnim umetnicima. Kao multimedijalni medij Fabrika kreativnosti poklanja pažnju i savremenijem pristupu novinarstvu kao što je MoJo (mobile journalism) i komuniciranje sa zajednicom na socijalnim mrežama sa prilagođenim sadržajima i formama (Facebook, Instagram, Youtube, Mixcloud, Anchor.fm i Sounder.fm).

### Izazovi

- Fabrika kreativnosti je u ranoj fazi razvoja i istraživanja. Nije se kao medij još dokazao pred publikom.
- Ne postoji jasno definisana ciljna grupa i publika.

- Bez dužeg CV-ja i postojanja, medij ne može da učestvuje na konkursima, bilo kod domaćih vlasti, bilo kod međunarodnih donatora.
- S obzirom na to da je tek na početku, medij nema veliku posećenost pa ne može ni da nudi advertising usluge.
- Postoji samo urednica, bez stalne redakcije, samo sa jednim fotografom koji je povremeni saradnik.

U saradnji sa stručnjacima za medijski biznis, ekipa NDNV i Fabrike kreativnosti ustanovila je na samom početku mentorskog rada da je prvi korak ka ostarivanju finansijske stabilnosti i odabiru fundraising modela za portal Fabrika kreativnosti – zapravo podizanje vidljivosti portala i izgradnja čitalačke publike koja portalu veruje i svakodnevno mu se vraća. Kao izazovi su se našli nedostatak iskustva za izgradnju zajednice i građenje poverenja sa zajednicom, nedovoljno poznavanje rada na društvenim mrežama i upotreba analitike, kao i potreba za dodatnom obukom novinara za proizvodnju multimedijalnog sadržaja. Neophodnim se pokazala potreba za mentorskim radom i redovnim konsultacijama kako bi se podigli kapaciteti redakcije i napravio akcioni plan za izgradnju zajednice i poverenja među čitaocima.

**Cilj** rada sa redakcijom bio je priprema i izgradnja zajednice. Specifičan cilj rada bio je usmeren podizanje kapaciteta za proizvodnju multimedijalnog sadržaja i redizajniranje sajta kako bi bio prilagođen potrebama korisnika.

### **Rešenja i rezultati**

Tim Nezavisnog društva novinara Vojvodine je zajedno sa konsultanatima Milošem Jankovićem (Fondacija Katalist) i Vladimirom Trkuljom napravio upitnik za dobijanje ulaznih informacija o ovom mediju. Fabrika kreativnosti je uz pomoć konsultanata napravila svoj [biznis model Canvas](#) i definisala čitalački levak.

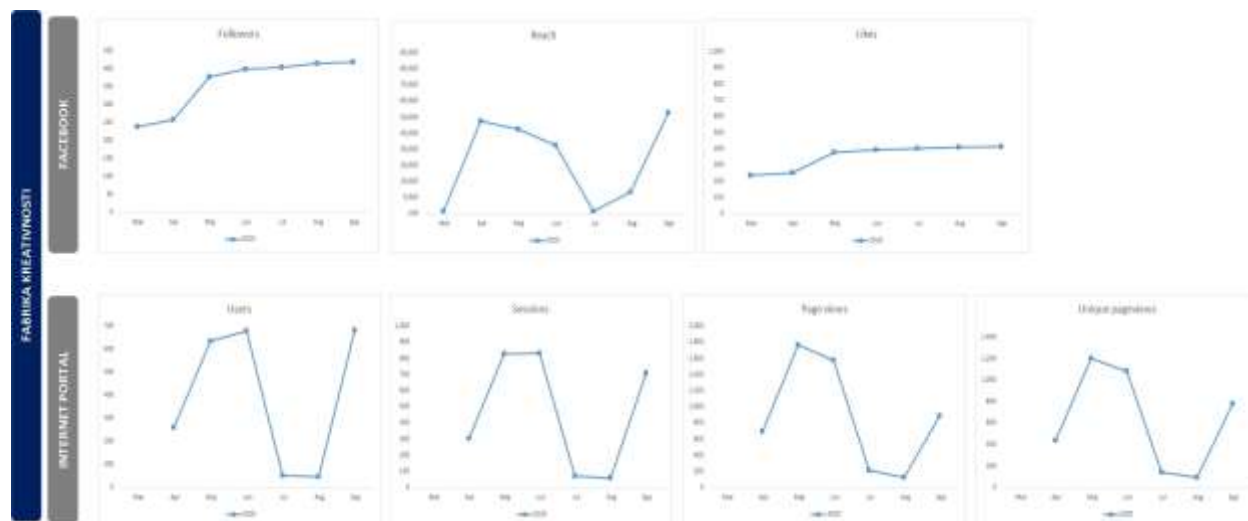
Uz saradnju sa konsultantima i NDNV timom izrađen je akcioni plan za izgradnju i jačanje zajednice. U okviru akcionog plana je definisan kontinuirani plan objavljivanja tekstova sa uvođenjem multimedijalnih sadržaja, praćenje ravoja zajednice i definisano aktivno prisustvo na društvenim mrežama. Obuke koje je novinarka portala prošla odnosile su se na proizvodnju multimedijalnog sadržaja, upravljanje profilima na društvenim mrežama, kreiranje poruke kampanje, fundraising i finansijski menadžment.

Ovaj deo obuke takođe je bio veoma važan za dalji rast i razvoj redakcije, jer je kroz mentorstvo portal registrovan u oficijelnom Registru medija. Kroz angažman na izgradnji i jačanju ovog medija, ekipa NDNV je organizovala konsultacije kako bi tim Fabrike kreativnosti upoznala sa svim obavezama medija prema državi, Agenciji za privredne registre (APR) i poreskoj upravi, zatim kako bi pomogla u popunjavanju i proverila zvanične papilogoije za APR i sprovela redakciju kroz sve procese do samog predavanja zahteva za registraciju medija. NDNV se ovakvom vrstom pomoći medijima civilnog društva bavi već dugi niz godina, a usluge ovog tipa deo su Media Hub-

a. Fabrika kreativnosti sada je i zakonski spremna za apliciranje na različite vrste medijskih konkursa, kao prvi preduslov za uspostavljanje jednog od izvora finansiranja u budućnosti.

Za izgradnju publike i zajednice presudan je i najvažniji sadržaj medija, pa je tim konsultanata na samom početku radio sa timom Fabrike kreativnosti na korigovanju pristupa temama i prezentaciji sadržaja na društvenim mrežama. Osim toga, sproveden je i onlajn upitnik o ponašanju potencijalne publike i njihovim interesovanjima vezanim uz konzumiranje medijskih sadržaja, kako bi Fabrika kreativnosti istražila svoje tržište i nastupila sa sadržajima koji publici fale ili su za njega zainteresovani. U toku posmatranog perioda Fabrika kreativnosti je na osnovu svih sprovedenih aktivnosti objavila ukupno **27** autorskih tekstova. Kao rezultat mentorskog rada dobijene su preporuke za forme sadržaja, definisanje rubrika i kategorija. Pokrenut je multimedijalni pristup tako da je objavljen **1** video, **9** foto galerija i **17** podkasta. Prosečan broj poseta sajta u toku posmatranog perioda bio je **621**. Kapacitet i znanje novinarki je povećano u oblasti održivog poslovanja, fundraising modela, upravljanju društvenim mrežama i proizvodnji multimedijalnog sadržaja.

Osim kampanja na društvenim mrežama, kroz koje se aktivno promoviše sadržaj, Fabrika kreativnosti je pokrenula i Newsletter, kao dodatan vid promocije i izgradnje zajednice.



**Grafički prikaz ostvarenih rezultata**

### Zaključak i preporuke

**Janković:** Kao i kod svake nove organizacije - prvih godinu dana je uvek proces istraživanja i upoznavanje publike i sebe. Ali Fabrika kreativnosti se izdvaja od prosečnog domaćeg medija po jednoj stvari - imaju kvalitetnu produkciju i dizajn od starta. Odmah su sponzali da je to usluga koju mogu da ponude i drugima. Njihov medij će biti najbolja reklama za njihov biznis.

**Trkulja:** Fabrika kreativnosti je osveženje na domaćoj medijskoj sceni - još uvek više eksperiment nego medij, sa timom koji ulaže puno energije da ovu priču podigne na viši nivo. Nadam se da će istrajati na tom putu.