



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

MAGLOČISTAČ

O mediju

Portal "Magločistač" (www.maglocistac.rs) je medij civilnog društva koje je februara 2015. godine osnovalo Udruženje građana "Centar građanskih vrednosti" iz Subotice. Portal je od samog početka upisan najpre u Registar javnih glasila, a potom i u Registar medija pod brojem IN000240. Od 2017. godine član je Asocijacije onlajn medija (AOM). Na portalu svakodnevno, na volonterskoj osnovi, rade dve novinarke, a primarni izvor finansiranja su sopstvena sredstva i projektne aktivnosti u medijskoj sferi. Što se tiče uređivačke politike, ovaj portal objavljuje aktuelne informacije na dnevnom nivou (oko pet tekstova ili drugih informacija dnevno), a prate lokalne teme vezane za Suboticu i okolinu, vesti i dešavanja u civilnom sektoru, rad nezavisnih institucija i državnih organa, stanje u medijskoj sferi, ljudska prava i slično. Ono po čemu se portal izdvaja u odnosu na druge lokalne medije iz Subotice jeste orijentacija ka istraživačko-analitičkom novinarstvu, koje kao formu drugi subotički mediji uopšte ne neguju. Magločistač sa druge strane redovno objavljuje autorske tekstove, pa je tako tokom pet godina postojanja portal izgradio saradnju sa mrežom saradnika koji pišu tekstove svako iz svoje oblasti, takođe na volonterskoj osnovi.

Ciljne grupa portala su građanski orijentisana javnost u najširem smislu te reči, a uže - građani i građanke Subotice, civilni sektor tj. udruženja građana, kulturni i građanski aktivisti, stručna medijska javnost i drugo. Glavni kanal komunikacije s ciljnim grupama je portal "Magločistač" i društvene mreže koje ga prate, a preko kog izgrađuju i neguju svoju zajednicu. Uticaj ovog medija na lokalnu zajednicu se primarno ostvaruje posredstvom podizanja svesti javnosti o problemu koji novinari portala identifikuju i prezentuju posredstvom postojećih kanala komunikacije. U gotovo svim slučajevima portal Magločistač uspeva da dobije povratnu reakciju zajednice i da je aktivira u pravcu vršenja pritiska na nosioce vlasti da iznađu rešenje.

Izazovi:

- Nema sredstava da se angažuju članovi redakcije, sav rad je isključivo volonterski i zavisi od entuzijazma.

- Usled nedostatka resursa, medij nije bio u mogućnosti da redovno objavljuje relevantne priče i sadržaje.
- Loše korisničko iskustvo i dizajn čine sajt nepreglednim i neprivlačnim široj publici.
- Sadržaji su u zastarelim formatima, koji nisu privlačni i ne pokreću interakciju sa publikom.
- Postojeći tim volonterki i volontera ima novinarski talenat i znanje, ali znanja iz oblasti IT-ja, održavanja sajta, marketinga, razvoja poslovnih modela i dr. nedostaju.

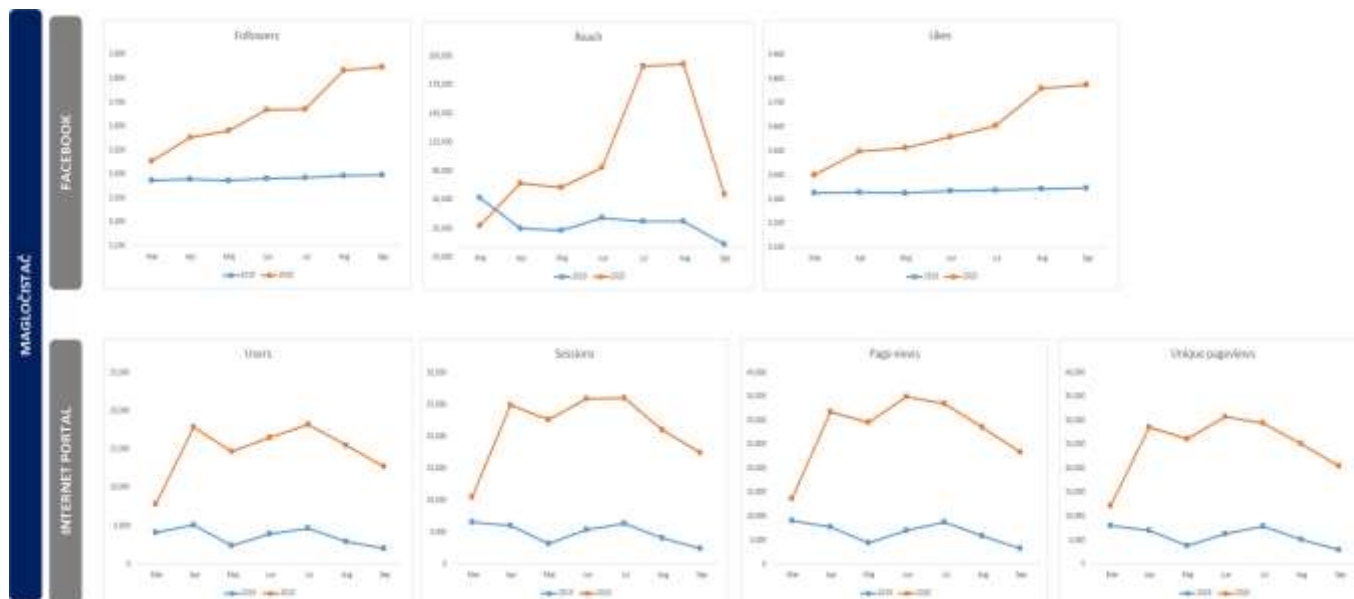
Cilj rada sa redakcijom bio je priprema i izgradnja zajednice za donacijski model (jednokratna crowdfunding kampanja namenjena jednom cilju). Kao rezervni model prihoda odabran je članski model (kao kontinuirana podrška). Specifičan cilj rada bio je usmeren na izgradnju zajednice, podizanje kapaciteta za proizvodnju multimedijalnog sadržaja i redizajniranje sajta kako bi bio prilagođen potrebama korisnika.

Rešenja i rezultati

Tim Nezavisnog društva novinara Vojvodine u saradnji sa konsultanatima Milošem Jankovićem (Fondacija Katalist) i Vladimirom Trkuljom, napravio je upitnik za dobijanje ulaznih informacija za pripremu treninga u okviru kojeg je bilo potrebno definisati odgovarajući fundraising model. U okviru treninga je redakcija Magločistača uz pomoć konsultanata definisala fundraising model, napravila svoj [biznis model Canvas](#) i definisala čitalački levak.

Nakon završetka treninga redakcija Magločistača je uz saradnju sa konsultantima i NDNV timom izradila akcioni plan za izgradnju i jačanje zajednice, kao osnovni preduslov za implementaciju fundraising modela. U okviru akcionog plana je definisan kontinuirani plan objavljivanja tekstova sa uvođenjem multimedijalnih sadržaja, ispitivanje zajednice i izrada profila početnog čitaoca zajednice, segmentiranje zajednice i crowdfunding kampanja. Obuke koje su novinari redakcije prošli odnosile su se na proizvodnju multimedijalnog sadržaja, upravljanje profilima na društvenim mrežama, kreiranje poruke kampanje, vođenje crowdfunding kampanje, fundraising modeli i finansijski menadžment.

U toku posmatranog perioda Magločistač je objavio ukupno **391** analitičkih i autorskih tekstova. Prosečan broj objava na mesečnom nivou je iznosio **55**, što je za **289.47 %** više u odnosu na isti period 2019. godine. Kao rezultat mentorskog rada dobijene su preporuke za unapređenje sadržaja i redukovanje broja rubrika na sajtu, a pojedine kategorije su promenjene i optimizovane kako bi publika mogla lakše da se snađe na samom sajtu. Pored toga, sprovedena je crowdfund kampanja koja je trajala deset dana i u okviru koje je prikupljeno **117.360** dinara za potrebe redizajna sajta. Uveden je multimedijalni pristup u sadržaj tako da je objavljeno **20** videa uz tekstove i pokrenuta je foto galerija. Prosečan broj poseta sajta u toku posmatranog perioda bio je **24.663**, što je za **418.63 %** više u odnosu na isti period 2019. godine. Kapacitet i znanje redakcije je povećano u oblasti održivog poslovanja, fundraising modela, upravljanju društvenim mrežama i proizvodnji multimedijalnog sadržaja.



Grafički prikaz ostvarenih rezultata

Zaključak i preporuke

Janković: Vrlo često mediji u startu imaju negativan odnos prema crowdfundingu i uključivanju zajednice u svoje finansiranje - smatraju da nije u redu tražiti od čitalaca donaciju. Istina je da nema ničeg ispravnijeg nego da date priliku vašim čitaocima, ljudima iz vaše zajednice, da zajedno sa vama budu deo nečeg većeg, da budu deo misije vašeg medija. Oni možda ne mogu da pišu i istražuju, ali mogu da vas podrže na ovaj način. Magločistač je pokazao da kada imate integritet i zadobijete poverenje svojih čitalaca, oni će želeti da vas podrže.

Trkulja: Magločistač je monetizovao reputaciju i godine posvećenosti svojoj publici kroz brzu i konkretnu crowdfunding kampanju. time je pre svega svom timu pokazao da je moguće obezbediti sredstva za rad direktno od svojih čitalaca, ali i preuzeo novu odgovornost da ukazano poverenje ne izneveri. Plan za implementaciju biznis modela koji se zasniva na članstvu je ambiciozan, ali uspešna crowdfunding kampanja i porast broja sadržaja deluju kao bitni preduslovi za buduću održivost.