



## Otvorena medijska grupacija

### Fact sheet

#### Contents

<b>O OTVORENOJ MEDIJSKOJ GRUPACIJI .....</b>	<b>4</b>
<b>NEKI OD NAŠIH PROJEKATA: .....</b>	<b>4</b>
SVE OBITELJI SU RAVNOPRAVNE (01/01/2021 – 12/31/2023, FOND ZA AKTIVNO GRAĐANSTVO U HRVATSKOJ, 148.059,76 EUR) .....	4
ART(VE)ŠERAJ ART(VE)ŠERAJ (02/02/2021 – 02/02/2022, ESF/MINISTARSTVO KULTURE I MEDIJA, 479.920,00 HRK) .....	4
LET'S DEFINE THE EU FUTURE (31/12/2020. – 30/06/2021, EU / EUROPSKI PARLAMENT, 51.890,00 EUR) .....	5
BIRAM DRUGAČIJE – NASILJE I MRŽNJA NISU MOJ IZBOR (01/06/2020 – 01/06/2021, MINISTARSTVO RADA MIROVINSKOG SUSTAVA OBITELJI I SOCIJALNE POLITIKE, 85.000,00 HRK) .....	5
IZ DOMA NA POSAO (07/19/2020 – 30/03/2021, GRAD ZAGREB, 20.000,00 HRK).....	5
ŽELIM RADITI I ZARADITI (29/07/2020 – 30/03/2021, GRAD ZAGREB, 10.000,00 HRK) .....	6
RESTART (RE - RESOCIJALIZACIJA & START) (08/2019 – 01/2021, ESIF/EU, 149.803,00 EUR).....	6
PAZITE KOME VJERUJETE (16/12/2019 – 17/05/2020, MINISTARSTVO ZA DEMOGRAFIJU, OBITELJ, MLADE I SOCIJALNU POLITIKU, 77.000,00 HRK) .....	7
SOLO MAMA – SOLO TATA (13/03/2020 – 31/12/2020, GRAD ZAGREB, 35.000,00 HRK).....	7
SUROGAT MAJKA (13/03/2020 – 31/12/2020, GRAD ZAGREB, 70.000,00 HRK) .....	7
ZAUSTAVIMO TRGOVANJE LJUDIMA (01/09/2019 – 01/09/2020, MINISTARSTVA DEMOGRAFIJE, OBITELJI, MLADIH I SOCIJALNE POLITIKE, 85.000,00 HRK) .....	8
ZAJEDNO DO MLADIH PODUZETNIKA(15/07/2019 – 31/12/2019, GRAD ZAGREB, 10.000,00 HRK).....	8
PITCHER PERFECT – TRODNEVNA MEĐUNARODNA FILMSKA RADIONICA, (27/09/2019 – 29/09/2019, VELEPOSLANSTVO SJEDINJENIH AMERIČKIH DRŽAVA, HRVATSKO DRUŠTVO FILMSKIH REDATELJA, 82.622,06 HRK).....	8
MLADI PODUZETNICI (13/07/2019 – 31/12/2019, GRAD ZAGREB, 10.000,00 HRK) .....	9
S.O.L.O. MAMA/TATA - SVJESNE ODGOVORNE LEGITIMNE OBITELJI (1/11/2018 – 30/10/2019, MINISTARSTVO ZA DEMOGRAFIJU, OBITELJ, MLADE I SOCIJALNU POLITIKU, 85.000,00 HRK) .....	9
LJUDI SMO, DOGOVORIT ĆEMO SE (28/11/2018 – 28/02/2019, GRAD ZAGREB, 10.000,00 HRK) .....	9
FIGHTING DISCRIMINATION AND ANTI-GYPSYISM IN EDUCATION AND EMPLOYMENT IN EU (04/01/2016 – 04/01/2018, EUROPSKA KOMISIJA, 1.021.106,42 EUR) .....	10
GELEM GELEM WORLD4THEM (2015 – 2017, IPA 2012, 149.766,80 EUR) .....	10
3 KORAKA U BOLJU BUDUĆNOST (01/09/2017 – 31/10/2017, GRAD ZAGREB, 15.000,00 HRK) .....	11
NEFORMALNI ZAVOD ZA ZAPOSŁJAVANJE (01/02/2017 – 31/12/2017, ZAKLADA REACH FOR CHANGE, 180.000,00 HRK) ..	11
NEFORMALNI ZAVOD ZA ZAPOSŁJAVANJE: SPREMNI NA ŽIVOT! (01/04/2017 – 31/12/2017, GRAD ZAGREB, OTP BANKA HRVATSKA D. D., 25.000,00 HRK) .....	11
PATRIJARHALNI SVIJET UMJETNOSTI (01/09/2017 – 31/12/2017, GRAD ZAGREB, 17.000,00 HRK) .....	11
PROJEKT "HEROINE PERFORMANSA" U SKLOPU PROGRAMA "PATRIJARHALNI SVIJET UMJETNOSTI" (2017, GRAD ZAGREB, 30.000,00 HRK) .....	12
UPOZNAJMO SE! (09/2017 – 12/2017, GRAD ZAGREB, 15.000,00 HRK) .....	12
KORAK BLIŽE POSLU (07/12/2016 – 16/01/2017, GRADSKA SKUPŠTINA GRADA ZAGREB, 7.000,00 HRK) .....	13
IZ DOMA U BOLJU BUDUĆNOST (2016, RAIFFEISENBANK AUSTRIA D.D., 15.000,00 HRK).....	13
ODZVONILO JE NASILJU (2015 – 2016, MINISTARSTVO ZA DEMOGRAFIJU, OBITELJ, MLADE I SOCIJALNU POLITIKU, 110.000,00 HRK) .....	13

RING A BELL TWICE (13/01/2014 – 30/06/2014, EUROPSKI PARLAMENT, 29.996,39 EUR) .....	13
2CAST4YOUTH (05/06/2014 – 31/10/2014, GRAD ZAGREB, 10.000,00 HRK) .....	14
MEZZALUNA (01/01/2014 – 31/12/2014, ZAKLADA KULTURA NOVA, 80.000,00 HRK) .....	14
MIJENJAM SVOJ (RADNI) STATUS (04/02/2013 – 31/10/2013, AGENCIJA ZA MOBILNOST I PROGRAME EUROPSKE UNIJE, 12.799,09 EUR) .....	14
MEĐUNARODNI SAJAM EU VRIJEDNOSTI – VRIJEDNOSTI/VALU EU (13/09/2013 – 31/12/2013, GRAD ZAGREB, 26.500,00 HRK) .....	15
INF'O'MLADIMA (13/07/2013 – 31/12/2013, GRAD ZAGREB, 10.000,00 HRK).....	15
SVE IMA SVOJE MJESTO (24/07/2013 – 31/12/2013, GRAD ZAGREB, 10.000,00 HRK) .....	15
ŽELIM RADITI I SVOJU BUDUĆNOST GRADITI (25/07/2013 – 31/12/2013, GRAD ZAGREB, 10.000,00 HRK) .....	16
RASTIMO ZAJEDNO-4RAZ (RAZNIKOST, RAZMJENA, RAZUMIJEVANJE, RAZVOJ) (27/01/2012 – 27/09/2013, IPA 2009, 233.137,48 EUR) .....	16
IZ DOMA NA SVOJE! (02/01/2012 – 02/01/2013, EUROPSKA KOMISIJA, 253.201,50 EUR).....	17
UPOZNAJMO SE! (16/12/2009 – 16/10/2010, EIDHR/2009/227-796 (CL) , 100,000.00 EUR).....	17
SERIJAL DOKUMENTARNIH FILMOVA O ODGOVORNOM I POZITIVNOM RODITELJSTVU I PRAVIMA DJETETA „TATA MATA OD FORMATA“ (2009, NACIONALNA ZAKLADA ZA RAZVOJ CIVILNOGA DRUŠTVA, 130.238,36 HRK) .....	18
POVEĆANJE VIDLJIVOSTI CIVILNOGA DRUŠTVA I PROMICANJE PROJEKATA CIVILNOGA DRUŠTVA KROZ MEDIJSKE KAMPANJE I ORGANIZACIJU JAVNOG DOGAĐANJA.....	18
<b>PARTNERSKI PROJEKTI .....</b>	<b>20</b>
RADAR – OSNAŽIVANJE ZAGOVARAČKIH POTENCIJALA ORGANIZACIJA CIVILNOGA DRUŠTVA ZA ZAŠTITU ŽENSKIH LJUDSKIH PRAVA U ZDRAVSTVU (01/01/2021 – 31/12/2022, FOND ZA AKTIVNO GRAĐANSTVO U HRVATSKOJ, 149,998.03 EUR) .....	20
PAL ART - BOOSTING POSITIVE NARRATIVE ON ROMANI INTEGRATION THROUGH ARTS (01/03/2021 – 30/08/2022, ERASMUS + KA2 PROGRAM, 200.305,00 EUR) .....	20
PALKONNECT – EMPOWERMENT OF SOCIAL GROUPS THROUGH CREATIVITY AND CULTURAL WORKS (01/03/2021 – 28/02/2022, ERASMUS + KA2 PROGRAM, 291.726,00 EUR) .....	21
KULTURNA RE-GENERACIJA (02/02/2021 – 02/02/2022, ESF/MINISTARSTVO KULTURE I MEDIJA, 462.672,00 HRK) .....	21
ROBOTICS 4.0 ALL PROJECT (11/01/2018 – 10/31/2020, ERASMUS + PROGRAM KA2 – STRATEŠKA PARTNERSTVA, 282.898,00 EUR) .....	22
PAL_PUSH_ENTREPRENEURSHIP (01/10/2017 - 30/09/2019, ERASMUS + PROGRAM KA2 – SURADNJA ZA INOVACIJE I RAZMJENA DOBRE PRAKSE, 203.560,00 EUR) .....	22
JANJCI U VUČJOJ KOŽI (2019, GRAD OMIŠ I GRAD BENKOVAC, 12.100,00 HRK) .....	23
GLAZBENOM PODUKOM DO DIGITALNE I MEDIJSKE PISMENOSTI, (11/29/2017 – 11/29/2019, ESIF/EU, 1.451.974,81 HRK) .....	24
Laurie Hutzler - “EMOCIONALNI ALATI: DOĐITE DO SRŽI PRICE! - MASTER CLASS ZAGREB 2019 (2019, HRVATSKI AUDIOVIZUALNI CENTAR, 75.000,00 HRK).....	24
HEALTH & INJURY PREVENTION FOR YOUNG ATHLETES (HIP YA!) (01/01/2014 – 30/06/2015, ERASMUS + SPORT PROGRAM, 210.000 EUR) .....	25
<b>NAŠE KAMPANJE I DOKUMENTARCI:.....</b>	<b>26</b>
UPOZNAJMO SE .....	26
KAMPANJA ZA PODIZANJE SVIJEŠTI O RODNO UVJETOVANOM NASILJU.....	26
TATA OD FORMATA .....	26
ŠUTNJA NIJE ZLATO.....	27
UKLJUČITE SE .....	27
ONE MOGU SVE.....	27
PRIJAVITE NASILJE NAD ŽENAMA .....	28



SVI RAZLIČITI—SVI JEDNAKI .....	28
BAD BLUE BOYS .....	28
ŠTO SA SOBOM PREKO DANA.....	29
VRT PLAVIH RUŽA.....	29
NEKE DRUGE PRIČE.....	29



## O OTVORENOJ MEDIJSKOJ GRUPACIJI

Misija Otvorene medijske grupacije je stvoriti društvo jednakih mogućnosti za sve građane, društvo u kojem građani donose odluke i svjesni su svoje odgovornosti za društvo u cjelini.

Otvorena medijska grupacija osnovana je s ciljem promicanja civilnog društva i zaštite ljudskih prava, posebice prava mladih, kombiniranjem suvremenih tehnologija s umjetnošću, posebice filmskom umjetnošću, podizanjem svijesti mladih i promicanjem progresivnih vrijednosti društva i jednakih mogućnosti za sve građane.

Otvorena medijska grupacija ima šest stalno zaposlenih. Njezin se rad spominje kao primjer dobre prakse u javnim brošurama koje emitiraju provedbene agencije EU-a. Otvorenu medijsku grupaciju je angažirala Središnja agencija za financiranje i ugovaranje programa i projekata Europske unije kako bi se omogućila obuka o uspješnoj provedbi projekata drugim partnerskim organizacijama civilnog društva. Ukupan prihod organizacije u 2020. godini iznosio je 653.750,00 HRK.

## NEKI OD NAŠIH PROJEKATA:

### **Sve obitelji su ravnopravne (01/01/2021 – 12/31/2023, Fond za aktivno građanstvo u Hrvatskoj, 148.059,76 EUR)**

Projekt „Sve obitelji su ravnopravne” ima za cilj smanjenje diskriminacije na temelju spolne orijentacije ili rodnog identiteta u općoj populaciji i osiguranje veće potpore ljudskim pravima provedbom javne kampanje temeljene na dokumentarnom filmu o poteškoćama obitelji LGBTQI + koja želi udomiti dijete. Prvi cilj projekta je podizanje svijesti stanovništva o svakodnevnim diskriminacijskim praksama usmjerenim prema pripadnicima zajednice LGBTQI + na primjeru nemogućnosti udomljavanja djece. Drugi je cilj osigurati trajnu i svrhovitu višesektorsku suradnju javnog i civilnog sektora na području obrazovanja o ljudskim pravima te uklanjanje diskriminacije za donositelje odluka na terenu. Otvijat će se tri glavne projektne aktivnosti: 1. javna kampanja koja počinje emitiranjem ozbiljnog dokumentarnog filma na jednoj od javnih televizija, 2. edukacija djelatnika centara za socijalnu skrb i 3. umrežavanje i održavanje neformalne mreže nevladinih udruga, institucija, profesionalaca, dionika kako bi se eliminirala diskriminacija obitelji LGBTQI + zajednice tako da centri za socijalnu skrb imaju potporu u zbrinjavanju djece u obiteljima LGBTQI +. Projekt se provodi od siječnja 2021. godine u sinergiji partnera dviju zemalja i trajat će 24 mjeseca. Prijavitelj projekta je Otvorena medijska grupacija, a partneri su Dugine obitelji (Hrvatska) i Dikkedokken film Fellowship (Norveška). Financijski udio Otvorene medijske grupacije u dodjeli bespovratnih sredstava iznosi 74.029,88 EUR.

### **Art(ve)šeraj Art(ve)šeraj (02/02/2021 – 02/02/2022, ESF/Ministarstvo kulture i medija, 479.920,00 HRK)**

Projektom, koji se provodi od veljače 2021., čiji je nositelj Otvorena medijska grupacija, a Centar za kulturne djelatnosti je partner, želi se mladim ljudima omogućiti razvijanje talenta te mogućnost stvaranja umjetničkih djela pod online nadzorom mentora. Obuhvaća online radionice za mlade iz pet područja kulture i umjetnosti: glazbe, pisanja, filmskog stvaralaštva, slikanja i modnog dizajna te online mentorstvo. Umjetnička djela stvorena tijekom radionica bit će prenesena na digitalnu platformu gdje



će svi imati priliku sudjelovati u razmjeni ideja, sadržaja i glasati za najbolje umjetničko djelo. Za stvorena umjetnička djela bit će osigurana distribucija ili mogućnost prezentacije

**Let's define the EU future (31/12/2020. – 30/06/2021, EU / Europski parlament, 51.890,00 EUR)**

Otvorena medijska grupacija (O.M.G.), organizacija civilnog društva na razmeđu ljudskih prava, medija i socijalnih usluga za marginalizirane grupe, dobila je bespovratnu potporu za provođenje projekta u vrijednosti od 64.874 EUR (financiranje EP-a je 51.890 EUR) od Europskog parlamenta za angažiranje organizacija civilnog društva. Projekt se provodi online u cijeloj Hrvatskoj u trajanju od šest mjeseci. Cilj mu je pripremiti organizacije civilnog društva na sudjelovanje u procesu Konferencije o budućnosti Europe i podići svijest o njezinu postojanju u općoj populaciji. To znači da će O.M.G. poticati organizacije civilnog društva iz manjih gradova i ruralnih područja da se uključe u rasprave o budućnosti Europe, organizirati javna događanja zanimljiva za opću populaciju i poticati sve da se pridruže online zajednici together.eu.

**Biram drugačije – nasilje i mržnja nisu moj izbor (01/06/2020 – 01/06/2021, Ministarstvo rada mirovinskog sustava obitelji i socijalne politike, 85.000,00 HRK)**

Jednogodišnji projekt Biram drugačije – nasilje i mržnja nisu moj izbor financiran je od Ministarstva rada, mirovinskog sustava, obitelji i socijalne politike, a aktivnosti se provode u području prevencije nasilja nad i među djecom, s naglaskom na prevenciju međuvršnjačkog nasilja. Provedba aktivnosti projekta započela je 1. lipnja 2020. godine. U sklopu projekta izrađuju se 4 video animacije koje će mlade informirati o vrstama nasilja, štetnosti, načinu reagiranja, odgovora i zaštite od nasilja. Tijekom veljače 2021. godine sprovela se javna kampanja tijekom koje su promovirane video animacije te je s obzirom na epidemiološku situaciju održan online okrugli stol na temu prevencije i sprječavanja nasilja nad i među djecom i mladima, na kojemu su sudjelovale pozvane stručnjakinje i zainteresirana javnost.

**Iz doma na posao (07/19/2020 – 30/03/2021, Grad Zagreb, 20.000,00 HRK)**

Mladi iz domova bez odgovarajuće roditeljske skrbi pripadaju socijalno osjetljivim skupinama koji se nerijetko radi takvog statusa suočavaju s diskriminacijom u društvu. Projekt Iz doma na posao izravno je bio usmjeren na rješavanje problema nezaposlenosti mladih iz domova za djecu bez odgovarajuće roditeljske skrbi. U suradnji s CZSS Zagreb, Dječjim domom Zagreb te lokalnim tvrtkama i poslodavcima omogućili smo mladima bez odgovarajuće roditeljske skrbi aktivno uključivanje na tržište rada te time pridonijeli njihovoj financijskoj neovisnosti i stabilnosti te eliminirali socijalnu isključenost ove ranjive skupine društva. 40 mladih bez odgovarajuće roditeljske skrbi prilikom sudjelovanja u projektu ispunilo je anketni upitnik s informacijama o struci, potencijalnim poslodavcima i radnim mjestima koja ih zanimaju. Prema dobivenim rezultatima definirali smo profile poslodavaca koje smo uključili u *speed dating*. Organizacijom događaja susreta poslodavaca i mladih (*speed dating*), radili smo na njihovoj integraciji u tržište rada koja im je prijeko potrebna, i time izravno radili na njihovoj socijalnoj uključenosti. Ovo događanje omogućilo je mladima priliku da upoznaju potencijalne poslodavce, da saznaju koja su potrebna znanja i vještine za zaposlenje u određenom zanimanju te ono što je najvažnije, dobili su priliku za pronalaskom zaposlenja. Tijekom sudjelovanja na *speed datingu* u Zagrebu mladi su se susreli s budućim poslodavcima i predstavili im se uživo, na jedan-na-jedan sastancima koji su trajali 15 minuta. Mladi su se rotirali tj. razgovarali s više poslodavaca u skladu sa



svojim obrazovanjem i željama za zaposlenjem u određenim tvrtkama i/ili obrtima. Uz organizaciju *speed datinga*, putem *web* i Facebook stranice udruge te objavama za medije informirali smo lokalnu zajednicu o aktivnostima projekta te time osvijestili javnost o potrebama mladih bez odgovarajuće skrbi za aktivno uključanje na tržište rada. Projekt je izravno doprinio integraciji mladih bez odgovarajuće roditeljske skrbi u tržište rada koja im je prijeko potrebna čime smo izravno doprinijeli njihovoj socijalnoj uključenosti.

### **Želim raditi i zaraditi (29/07/2020 – 30/03/2021, Grad Zagreb, 10.000,00 HRK)**

Mladi iz domova bez odgovarajuće roditeljske skrbi pripadaju socijalno osjetljivim skupinama koji se nerijetko zbog takvog statusa suočavaju s diskriminacijom u društvu. Projekt *Želim raditi i zaraditi* izravno je bio usmjeren na rješavanje problema nezaposlenosti mladih iz domova za djecu bez odgovarajuće roditeljske skrbi osiguravanjem stručne podrške i osnaživanja za bolju poziciju na tržištu rada. U suradnji s CZSS Zagreb i Dječjim domom Zagreb 20 mladih bez odgovarajuće roditeljske skrbi uključili smo u edukacijski ciklus od 4 radionice tijekom kojih su bili obrazovani o financijskoj pismenosti, izradi životopisa, osobnoj prezentaciji prilikom razgovora za posao te radničkim pravima. Ova edukacija osnažila je mlade da budu što konkurentniji na tržištu rada te pridonijela njihovoj financijskoj neovisnosti i stabilnosti. Uz organizaciju radionica, putem mrežne i Facebook stranice udruge te objavama za medije informirali smo lokalnu zajednicu o aktivnostima projekta. Kreirali smo medijsku kampanju u kojoj smo putem infografika informirali javnost o potrebama i problemima ove ranjive skupine te time osvještavali javnost o važnosti pružanja podrške mladima bez odgovarajuće skrbi kako bi bili što konkurentniji na tržištu rada te postali financijski neovisni. Projekt je izravno doprinio integraciji mladih bez odgovarajuće roditeljske skrbi na tržište rada koja im je prijeko potrebna čime smo izravno doprinijeli njihovoj socijalnoj uključenosti.

### **RESTART (RE - resocijalizacija & start) (08/2019 – 01/2021, ESIF/EU, 149.803,00 EUR)**

Projekt RESTART kroz partnerstvo dva OCD-a (Otvorene medijske grupacije i Udruge "Crne mambe") je želio pripomoći reintegraciji maloljetnika u post-penalnom periodu u vlastite lokalne zajednice. Vođenjem grupa samo-pomoći i mentorstvom koje pomaže uključivanju u obrazovni sustav ili na tržište rada temeljito educirani volonteri branitelji su u 7 županija pomogli u reintegraciji najmanje 30 maloljetnika i starijih punoljetnika. Kako bi lokalne zajednice bile spremne prihvatiti povratnike, provele su se lokalizirane javne kampanje osvještavanja široke javnosti lokalnih zajednica. Projekt je trajao 18 mjeseci (kolovoz 2019. - siječanj 2021.) Iznos bespovratne podrške iznosio je 1.128.015,22 HRK i pokrio je sve troškove projekta. Bespovratna podrška je dodijeljena iz OP "Učinkoviti ljudski potencijali" koji se financira iz Europskog socijalnog fonda u financijskom razdoblju 2014.-2020. (UP.04.2.1.05.0009) te iz proračuna RH. Udruga Crne mambe i OMG su u kolovozu započeli s pripremama, a prva edukacija za volontere, veterane iz Domovinskog rata održana je 29. studenog 2019. Educirani volonteri su mentorirali starije maloljetnike i mlade punoljetnike koji su izašli iz penalnog sustava i vratili se u svoje lokalne sredine. Na edukacijama su stjecali znanja i usvajali potrebne vještine za buduću volonterski rad. Pod vodstvom iskusne psihijatrice mg. sci. med. Elvire Koić i psihologinje Magdalene Živković učili su što je patološko, a što normalno (i postoji li granica), kako se trans-generacijski prenosi PTSP i još mnogo toga.



**Pazite kome vjerujete (16/12/2019 – 17/05/2020, Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku, 77.000,00 HRK)**

Projekt „Pazite kome vjerujete“ je bio usmjeren na starije osobe koje više nisu sposobne brinuti se o sebi ili misle da se ne mogu brinuti o sebi, a odbijaju ili ne mogu ući u sustav institucionalizirane skrbi za starije i nemoćne. Stoga su izložene opasnosti od potpisivanja ugovora o dosmrtnom uzdržavanju koji ih može ostaviti doslovno na ulici ili u apsolutno neprimjerenom smještaju uz neadekvatnu skrb. Stoga se projekt sastojao od javne kampanje namijenjene starijima. Kako bi poruka doprla do takvih osoba koristili su se primjereni komunikacijski kanali. Nema upotrebe interneta i aplikacija za pametne telefone, jer *online* sadržaji ne dopiru do većine starijih. Javna kampanja se provodila na televiziji, radiju i dijeljenjem letaka na mjestima na kojima se stariji okupljaju (zdravstvene ustanove, klubovi umirovljenika). Spot i radiojingle u trajanju do 60' bili su emitirani na nacionalnim televizijama te na radiopostajama koje slušaju starije osobe. Plakati su se distribuirali po Hrvatskoj pomoću različitih klubova umirovljenika kao i letci koji su sadržavali informacije o štetnosti potpisivanja ugovora o dosmrtnom uzdržavanju te nekoliko zastrašujućih primjera o posljedicama potpisivanja takvih ugovora (uključujući primjere potpisivanja ugovora s članovima obitelji, zdravstvenim radnicima i trećim osobama). Kampanja se provodila tijekom tri mjeseca, a video i radiojingle su ostali spremni za nova reemitiranja ako se ukaže potreba.

**SOLO MAMA – SOLO TATA (13/03/2020 – 31/12/2020, Grad Zagreb, 35.000,00 HRK)**

Ovim se projektom željelo pridonijeti senzibilizaciji poslodavaca i povećanju svijesti javnosti o potrebi fleksibilnijeg odnosa spram radnika (jednoroditeljskim obiteljima) koji imaju malodobnu djecu. Za život djeteta, pogotovo u najranijoj dobi je izuzetno važna uloga roditelja u odgoju i njegovom cjelovitom razvoju. Situacija u kojoj roditelj mora ispuniti osmosatno (a često i prekovremeno) radno vrijeme u krutom poslovnom sistemu, dolazi do narušavanja odnosa roditelja i djeteta što je loše za cjelokupan djetetov razvoj. Ovim animiranim filmom željeli smo potaknuti poslodavce na razvijanje odgovornosti prema roditeljima koji imaju malodobnu djecu na način da im se olakša već ionako teško uskladjive poslovne i roditeljske obveze.

**Surogat majka (13/03/2020 – 31/12/2020, Grad Zagreb, 70.000,00 HRK)**

Dokumentarni film „Surogat majka“ odgovara na kulturne potrebe građana Zagreba na način da obogaćuje audio-vizualnu umjetnost i proširuje ponudu kulturnih aktivnosti. Istraživanja o kulturnim potrebama pokazuju kako dokumentarni filmovi postaju sve popularniji žanr među publikom te se javlja potreba za većom proizvodnjom ovih sadržaja. Radi se o inovativnom projektu koji po prvi puta izlaže temu surogat majčinstva u obliku audiovizualnog sadržaja. Ova tema je posebno aktualna u današnje vrijeme, posebice u kontekstu rasprava o temama polodnosti/majčinstva/obitelji u Hrvatskoj te smatramo kako će široka javnost biti zainteresirana za ovu temu. Putem novog audiovizualnog djela, cilj je senzibilizirati javnost o problemu neplodnosti, ali i potezima na koje se obitelji odlučuju uslijed zakonskih okvira Republike Hrvatske. Snimanjem novog dokumentarnog filma promičemo hrvatsku kulturu u svijetu, a kako će na filmu raditi niz zagrebačkih filmskih djelatnika, promocijom filma direktno promičemo i rad zagrebačkih autora. Distribucijom filma na međunarodnim filmskim festivalima direktno pridonosimo povećanju vidljivosti projekta zagrebačkih autora, a njihov doprinos će trajno biti pohranjen na video-on-demand servisu kojem ćemo ponuditi prava za prikazivanje filma u cijelom svijetu. Projektom ćemo uspostaviti i koprodukciju između Zagreba i Moskve što smatramo



izuzetno važnim potezom s obzirom da ne postoji puno filmske suradnje između ove dvije države. Osim kulturnog doprinosa, ova projekt ima i edukativnu dimenziju, putem koje nudi pogled o prednostima i nedostacima alternativnog planiranja obitelji, o kojem se diljem svijeta sve više priča.

**Zaustavimo trgovanje ljudima (01/09/2019 – 01/09/2020, Ministarstva demografije, obitelji, mladih i socijalne politike, 85.000,00 HRK)**

Trgovanje ljudima uključuje upotrebu sile, prijetnju uporabom sile ili drugim oblicima prinude, otmice, prijevare, zlorporabe položaja ili ovlasti da bi se došlo do pristanka osobe koja ima kontrolu nad drugom osobom, u svrhu iskorištavanja koje minimalno uključuje korištenje osoba u prostituciji ili druge oblike seksualnog iskorištavanja, prisilan rad ili usluge, ropstvo, postupke slične ropstvu, trgovanje organima i drugo. Jednogodišnji projekt Zaustavimo trgovanje ljudima trajao je od rujna 2019. godine do rujna 2020. godine. Projekt je financiralo Ministarstva demografije, obitelji, mladih i socijalne politike. Proveden je s ciljem prevencije trgovanja ljudima, odnosno podizanja svijesti ugroženih osoba o mogućnosti da postanu žrtvom trgovanja ljudima. Izrađena su dvije video animacije – prva u trajanju 4.45 minuta (prilagođena za emitiranje na društvenim mrežama), a druga u trajanju 1 minute (prilagođena za emitiranje na televiziji). Provedena javna kampanja na društvenim mrežama bila je namijenjena potencijalnim žrtvama trgovanja kako bi se izbjeglo da postanu žrtve i imala je doseg od 16.460 osoba putem promoviranog sadržaja. Javna kampanja za prevenciju trgovanja ljudima provedena je na HRT 1 u emisiji Dobro jutro Hrvatska i na TV Jabuka. U okviru javne kampanje organiziran je panel stručnjakinja putem Zooma iz reprezentativnih organizacija i mreža Petra iz Hrvatske, Lara iz Bosne i Hercegovine i ASTRA iz Srbije. Panel je moderiran od provoditelja projekta, a stručnjakinje su govorile o postignućima u borbi protiv trgovine ljudima u svojim državama, trendovima u svakoj od zemalja i regionalno. Tijekom panela dani su i naputci kako se od trgovanja zaštititi.

**Zajedno do mladih poduzetnika(15/07/2019 – 31/12/2019, Grad Zagreb, 10.000,00 HRK)**

Projekt Zajedno do mladih poduzetnika se provodio na području Grada Zagreba. Navedeni projekt obrađivao je temu samozapošljavanja i poduzetništva među mladima. Putem educiranja i informiranja mladih ljudi s područja Zagreba o zelenom poduzetništvu i samozapošljavanju, projekt je usmjeravao i poticao mlade na aktivno bavljenje zelenim poduzetništvom. Kroz aktivnosti projekta 20 mladih je dobilo kvalitetniju sliku o poduzetništvu, moći će razvijati svoje poduzetničke ideje i dobiti punu podršku u provedbi istih. Radionica "Želim li biti poduzetnik/poduzetnica" bila je usmjerena na mlade i poduzetništvo, a potaknula je mlade na poduzetnički način razmišljanja, pružila im potrebne informacije, savjete, obuku i mentorstvo.

**Pitcher Perfect – trodnevna međunarodna filmska radionica, (27/09/2019 – 29/09/2019, Veleposlanstvo Sjedinjenih Američkih Država, Hrvatsko društvo filmskih redatelja, 82.622,06 HRK)**

U petak, 27. rujna 2019. godine, započela je trodnevna međunarodna radionica Pitcher Perfect koju je vodio kanadski konzultant Jan Miller. Trodnevna manifestacija održana je u hotelu Double Tree by Hilton u organizaciji Otvorene medijske grupacije i produkcijske kuće 4film. Bila je to prva takva manifestacija u Zagrebu, u kojoj su, uz Jana Millera, međunarodnog konzultanta za kanadsku Udrugu medijskih producenata - CMPA, direktor Trans Atlantic Partners (TAP) i viši međunarodni suradnik





njemačkog Instituta Erich Pommer, Katie Mustard, jedna od najvažnijih producentica mlade generacije prema časopisu Variety i producentica najpoznatije svjetske VOD platforme Netflix, te Mimi Steinbauer, predsjednica tvrtke Radian Film International. Prvi je put jedan od predstavnika najveće svjetske VOD platforme Netflix, dostupne u 190 zemalja, s više od 135 milijuna pretplatnika, došao u Hrvatsku održati predavanje, a ujedno bila je to i prva radionica za predstavljanje projekata koju su radili vodeći filmski stručnjaci u Sjevernoj Americi. Radionici je prisustvovalo osam producenata iz cijele Europe koji razvijaju nove dugometražne filmove te koji su željeli unaprijediti svoje znanje o prezentaciji projekta i naučiti zainteresirati strane donatore i partnere za ulaganje novca i vremena u njihov projekt. Ukupna je vrijednost projekta bila 113.622,06 HRK, a projekt su poduprli i Grad Zagreb, Hrvatski audiovizualni centar te Veleposlanstvo Kanade.

### **Mladi poduzetnici (13/07/2019 – 31/12/2019, Grad Zagreb, 10.000,00 HRK)**

U projektu je na radionici sudjelovalo 10 mladih osoba (5 djevojaka i 5 mladića) u dobi od 17 do 20 godina (3. i 4. razred srednje). Mladi su se upoznali s osnovnim postavkama poduzetništva, odradili jednu praktičnu vježbu te dobili osnovne informacije o vještinama i znanjima potrebnim za pokretanje poduzetničkih pothvata.

### **S.O.L.O. Mama/Tata - Svjesne Odgovorne Legitimne Obitelji (1/11/2018 – 30/10/2019, Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku, 85.000,00 HRK)**

Opći je cilj projekta bio doprinijeti aktivnoj podršci obiteljima osvještavanjem javnosti i poslodavaca o pravima i potrebama za prilagodbama radnog vremena shodno potrebama jednoroditelja. Ovim projektom smo direktno pružili podršku zaposlenim jednoroditeljima provođenjem kampanje koja je uključivala roditelje i poslodavce s ciljem lakšeg usklađivanja obiteljskih i poslovnih obveza temeljem fleksibilnijeg pristupa u organizaciji radnog vremena roditelja u jednoroditeljskim obiteljima. Provedeno je istraživanje s 5 jednoroditeljskih obitelji (fokus grupa) kojom su dobiveni odgovori o njihovim problemima i mogućnostima usklađivanja poslovnih i privatnih obveza. Nakon provedene fokus grupe izrađena je brošura o pravima jednoroditelja te je 373 poslodavca educirano o potrebama i pravima jednoroditelja iz radnog odnosa putem brošure koja im je poslana na e-mail adrese. Više na <http://www.omg.hr/wp-content/uploads/Prava-roditelja-u-jednoroditeljskim-obiljima.pdf> Također, poslodavci koji su primili brošuru primili su i link na videoanimaciju. Provedena je kampanja u kojoj je na društvenim mrežama distribuirana videoanimacija koja je informativna te potiče na proučavanje brošure. Videoanimacije se može pogledati na <https://vimeo.com/366191552>. Ovaj projekt je za sobom ostavio postojanje novih lako dostupnih i lako razumljivih pouzdanih izvora o pravima roditelja iz jednoroditeljskih obitelji koji opisuju osnovna prava i kako do njih doći te navedenom referentnom listom organizacija u kojima jednoroditelji mogu dobiti pomoć. Poslodavci također na jednom mjestu imaju popis prava koje moraju omogućiti svojim zaposlenicima u specifičnom statusu.

### **Ljudi smo, dogovoriti ćemo se (28/11/2018 – 28/02/2019, Grad Zagreb, 10.000,00 HRK)**

Opći cilj projekta bio je jačanje prevencije te smanjenje diskriminacije i nasilja među djecom i mladeži održavanjem edukativnih radionica na kojima su uvježbavali vještine komuniciranja i aktivnog slušanja. Na dvjema radionicama sudjelovalo je 19 mladih osoba u dobi od 18 do 25 godina koji su dobili dodatno, neformalno obrazovanje i vještine te usavršili svoje već postojeće znanje o vještinama uspješnog komuniciranja, upravljanja konfliktnim situacijama te aktivnog slušanja.

**Fighting discrimination and anti-Gypsyism in education and employment in EU (04/01/2016 – 04/01/2018, Europska komisija, 1.021.106,42 EUR)**

Projektni konzorcij je uključivao partnere iz više od 9 zemalja (1/3 EU): Belgiju, Češku, Italiju, Grčku, Sloveniju, Rumunjsku, Španjolsku, Mađarsku i Francusku. Vodeći partner bio je UC Limburg iz Belgije. Cilj projekta PAL bio je razviti sveobuhvatan pristup i podržati niz ciljeva u obrazovanju i zapošljavanju kako bi se ubrzala integracija Roma i poduprla provedba nacionalnih strategija za uključivanje Roma te provedba Preporuke Vijeća za integraciju Roma. Projekt je imao za cilj potporu sudjelovanja romske mladeži na različitim razinama prikupljanjem kvalitativnih podataka o pristupima i praksama romske mladeži i podupiranje inicijativa u kojima je sudjelovanje Roma ključno za dugoročne promjene. Otvorena medijska grupacija sudjelovala je u projektu kao pridruženi partner. Ukupni trošak akcije iznosio je 1.276.383,04 EUR.

**Gelem Gelem World4Them (2015 – 2017, IPA 2012, 149.766,80 EUR)**

Opći je cilj projekta bio doprinijeti poboljšanju razine zaštite ljudskih prava u Hrvatskoj, osigurati učinkovitu provedbu EU standarda zaštite ljudskih prava, što na koncu dovodi do sveukupnog društvenog razvoja Hrvatske i ispunjavanja strateških ciljeva EU 2020 vezanih uz uključivanje Roma i Hrvatske nacionalne strategije za uključivanje Roma od 2013. do 2020. Specifični su ciljevi projekta bili: 1.) Uspostava suradnje i koordinacije aktivnosti organizacija civilnoga društva s ciljem povećanja učinkovitosti provedbe ljudskih prava; 2.) Uspostava suradnje između organizacija civilnoga društva koje se bave ljudskim pravima i obrazovnih institucija, čime se ugroženim skupinama (odnosno romskom narodu) omogućuje bolji pristup ljudskim pravima. Projektne su aktivnosti bile: 1.) Aktivnosti izgradnje kapaciteta: a) istraživanje manjina i pitanja koja muče Rome b) obrazovne aktivnosti organizacija civilnoga društva o pitanjima ljudskih prava c) razvoj novih i jačanje postojećih mreža organizacija civilnoga društva za upravljanje međuinstitucionalnom suradnjom. Rezultati projekta su bili: 2 treninga izgradnje kapaciteta za 10 OCD-a, 2.) Podizanje svijesti: a) podizanje svijesti zaposlenika obrazovnih ustanova o pristupu ljudskim pravima; b) promotivne aktivnosti prema lokalnim vlastima; c) promocija na filmskim festivalima. Rezultati: a) 2 interaktivne radionice za minimalno 20 nastavnika, projekcija filmova u minimalno 10 škola, b) 2 okrugla stola s predstavnicima lokalnih vlasti u gradu Zagrebu i Međimurskoj županiji; 2 romske večeri 3.) Razvijanje suradnje između organizacija civilnoga društva i obrazovnih institucija, outputa: animiranog filma i dokumentarnog filma o pravima romskih učenika osnovnih i srednjih škola; c) promidžbenih letaka distribuiranih u 100 škola, filmova distribuiranih u 100 škola (brošure se sastoje od DVD-a, rezultata istraživanja i nastave nastavnika o tome kako nastaviti u slučaju rasnog sukoba) d) "integracijskih kutaka" u najmanje 5 škola e) web-platforni f) klasa zajednica s temama integracije Roma: 1. Podizanje svijesti o važnosti socijalne uključenosti ranjivih skupina 2.) Povećani broj Roma koji su spremni podržati nastavak obrazovanja romske djece i njihovu socijalnu uključenost 3.) Stvorena mreža između različitih organizacija civilnoga društva i obrazovnih institucija; 4.) Izgrađeni kapaciteti romskih OCD-a za provedbu romskih prava 5.) Povećani kapaciteti učitelja za rad s romskom djecom i svijest o romskim pravima; 6.) Povećan broj škola spremnih za uspostavu integracijskog kutka; 7.) Jedan razred zajednice u mjesecu posvećenom integraciji Roma 8.) Web-portal kao središte za integraciju Roma relevantnih tema 9.) Povećani broj pojedinačnih kompleta osnovnog i srednjeg obrazovanja među romskom djecom; 10.) Povećani interes neromske djece za romsku kulturu i tradiciju te za zajedničke aktivnosti s romskom djecom. Ukupna je vrijednost projekta bila 157.649,26 EUR.



### **3 koraka u bolju budućnost (01/09/2017 – 31/10/2017, Grad Zagreb, 15.000,00 HRK)**

Nakon što dijete navrší 18 godina, temeljem Zakona o socijalnoj skrbi omogućuje mu se boravak u domu i pomoć u osamostaljivanju do navršavanja 21. godine života. Djeci bez odgovarajuće roditeljske skrbi pružaju se smještaj i stručna podrška. Provedbom projektnih aktivnosti (alternativno obrazovanje i osposobljavanje) pružili smo pomoć mladima bez odgovarajuće roditeljske skrbi na putu njihovog izlaska na tržišta rada, kako bi se što prije osamostalili nakon napuštanja domova.

### **Neformalni zavod za zapošljavanje (01/02/2017 – 31/12/2017, Zaklada Reach for Change, 180.000,00 HRK)**

Projekt „Neformalni zavod za zapošljavanje” koristio je neinstitucionalne stručnjake i stručnjake za razvoj mekih vještina i boljih mogućnosti zapošljavanja za djecu iz domova. Željeli smo povezati stručnjake s mladima kako bismo im pružili nove vještine i znanje za život koji im mogu pomoći u postizanju boljih mogućnosti zapošljavanja i sveukupnog pristupa životu.

### **Neformalni zavod za zapošljavanje: Spremni na život! (01/04/2017 – 31/12/2017, Grad Zagreb, OTP banka Hrvatska d. d., 25.000,00 HRK)**

Provedbom projektnih aktivnosti osiguralo se aktivno socijalno uključivanje mladih bez odgovarajuće socijalne skrbi i mladih iz udomiteljskih obitelji na tržište rada, čime se utjecalo na promicanje socijalne kohezije i jednakih mogućnosti kroz provođenje neformalnih edukativnih radionica s ekspertima iz različitih područja. Također provedbom projektnih aktivnosti uspjeli osigurati inovativne odgovore na socijalne potrebe i uvesti nove inicijative u području zapošljavanja nepriviligiranih mladih ljudi razvojem programa stjecanja emocionalnih i socijalnih kompetencija, informacijske i financijske pismenosti, te razvoj komunikacijskih vještina. Organiziranjem radionica su se pokrenula i stvorila nova partnerstava među domovima za nezbrinutu djecu i interesnim skupinama te se, na taj način, stvorila klima za olakšan pristup tržištu rada mladim ljudima koji izlaze iz sustava socijalne skrbi. Grad Zagreb je project podupro s 15.000,00, a OTP banka s 10.000,00 kuna.

### **Patrijarhalni svijet umjetnosti (01/09/2017 – 31/12/2017, Grad Zagreb, 17.000,00 HRK)**

Cilj projekta je bio skrenuti pažnju javnosti na nužnu ravnopravnost spolova, ali i na sposobnost umjetnosti da bude jednaka svima nama, i muškarcima i ženama, te da nadahnutost talentima nikada ne smijemo podložiti drugim utjecajima npr. utjecajima ljubavi ili mržnje. Snimanjem performansa te kroz razgovore s povjesničarima prikazali smo ulogu žene u umjetnosti te otkrili da li je zaista i dalje na snazi patrijarhalni svijet umjetnosti. S teoretičarima povijesti umjetnosti smo govorili o ženama kroz umjetnost te da li je žena i u današnje vrijeme tek prividno socijalno emancipirana. Na umjetnice se nekad gledalo prvenstveno kao na žene, pa tek onda kao na umjetnice. Pokušali smo odgonetnuti da li je takav tretman žene, kojoj nikad nije priznata umjetnička ravnopravnost i dalje zastupljen. U povijesti imamo mnogo slučajeva gdje su se žene umjetnice povukle iz svog svijeta stvaralaštva i svjesno sjele u drugi plan. Filmom smo probali dokučiti da li je ta permisivnost posljedica, na individualnom planu, tradicionalne podređenosti žena muškarcima, ili je u prirodi žene da se podređuje muškarcu? Da li je činjenica to što su žene, ili je nedostatak samopouzdanja razlog njihovih odustajanja od vlastitih interesa.



Naposljetku čini se da ženska prava i slobode ni danas ne samo da nisu do kraja ostvarene, nego uvijek postoji snažna tendencija unazađivanja tih prava.

### **Projekt "Heroine performansa" u sklopu programa "Patrijarhalni svijet umjetnosti" (2017, Grad Zagreb, 30.000,00 HRK)**

Opći je cilj navedenog programa bio skrenuti pažnju javnosti na nužnu ravnopravnost spolova, ali i na sposobnost umjetnosti da bude jednaka svima, i muškarcima i ženama. U sklopu provedbe projekta "Heroine performansa" radili smo na snimanju kratkometražnog dokumentarnog filma, koji predstavlja prvi dio dokumentarnog serijala na temu povijesti ženskog performansa od njegovih samih začetaka, tj. u segmentiranom aspektu pratimo ženske performativne prakse i to kronologijski prema dekadama i tematskoj podjeli. Projekt je prijavljen 2016. godine u sklopu programa Javnih potreba u kulturi Grada Zagreba za 2017. godinu (Filmska i audiovizualna djelatnost - Filmska produkcija).. Program "Patrijarhalni svijet umjetnosti" nastavljamo prijavljivati na natječaje u cilju snimanja još dva dijela dokumentarnog serijala o povijesti ženskog performansa. Projekt "Heroine performansa" sufinancirao je Gradski ured za obrazovanje, kulturu i sport Grada Zagreba, dok je program "Patrijarhalni svijet umjetnosti" bio prijavljen na Javni natječaj za financiranje programa i projekata udruga iz područja promicanja ljudskih prava iz Proračuna Grada Zagreba za 2017. godinu, te je prepoznat od strane Grada Zagreba, Sektora za promicanje ljudskih prava, civilno društvo i nacionalne manjine.

### **Upoznajmo se! (09/2017 – 12/2017, Grad Zagreb, 15.000,00 HRK)**

Navedeni je projekt predstavljao svojevrsni nastavak aktivnosti projekta "Gelem,Gelem-World4Them" (IPA 2012, Jačanje kapaciteta organizacija civilnog društva za osiguravanje djelotvorne provedbe EU standarda u ostvarenju ljudskih prava), čiju provedbu je Otvorena medijska grupacija uspješno završila krajem travnja 2017. godine, skupa s partnerima: Udrugom Roma Zagreba i Zagrebačke županije, Centrom za kulturne djelatnosti, Gospodarskom školom Čakovec i OŠ "August Cesarec" iz Zagreba. Donator navedenog projekta bila je Europska komisija, dok su projekt sufinancirali: Ured za udruge Vlade RH i Otvorena medijska grupacija. Inače, do kraja 2017. godine, Otvorena medijska grupacija sudjelovala je kao partner u provedbi projekta "Fighting discrimination and anti-Gypsyism in education and employment in EU - PAL", koji se također bavi problemima inkluzije i integracije mladih pripadnika romske nacionalne manjine u obrazovni sustav i tržišta rada diljem Europe, u skladu s nacionalnim strategijama. Nositelj projekta je Sveučilište Leuven Limburg, a donator Europska komisija. Provedbu projekta „Upoznajmo se!“ Otvorena medijska grupacija je započela početkom rujna 2017. godine, u sklopu koje se organizirala edukativna tribina za učenike i nastavnike zagrebačkih srednjih škola, na kojoj su bili prisutni predavači-stručnjaci na području zaštite ljudskih prava i producenti dokumentarnog i animiranog filma koji su nastali u sklopu provedbe projekta "Gelem,Gelem-World4Them“, koji su prikazani na tribini. Predavači su educirali sudionike tribine o načinima i važnosti zaštite ljudskih prava, osobito zaštite prava pripadnika romske nacionalne manjine te organizirali projekciju animiranog filma „Mašta povezuje ljude“ i kratkometražnog dokumentarnog filma „Možeš ti to“, u kojem srednjoškolci romske i ne-romske nacionalnosti govore o problemu inkluzije mladih Roma u hrvatsko društvo i važnosti njihovog ostanka u obrazovnom sustavu Republike Hrvatske. Projekt „Upoznajmo se!“ je bio prijavljen u sklopu Javnog natječaja za financiranje programa i projekata udruga iz područja promicanja ljudskih prava iz Proračuna Grada Zagreba za 2017. godinu. Projekt je sufinancirao Grad Zagreb, Sektor za promicanje ljudskih prava, civilno društvo i nacionalne manjine.



**Korak bliže poslu (07/12/2016 – 16/01/2017, Gradska skupština Grada Zagreb, 7.000,00 HRK)**

Otvorena medijska grupacija je 8. prosinca 2016. godine, u prostoru Hrvatske obrtničke komore u Zagrebu, provodila aktivnosti projekta "Korak bliže poslu" u sklopu kojega je organizirala stručno-edukativne radionice ( radionica pisanja životopisa i pripreme za razgovor za posao i radionica upravljanja financijama ), te speed date program (informativni program za zapošljavanje) na temu zapošljavanja mladih iz domova bez odgovarajuće roditeljske skrbi. Kroz organizirane stručno-edukativne radionice, mladi iz domova dobili su alternativno obrazovanje, osposobljavanje i mogućnost za aktivno sudjelovanje u zajednici u svrhu lakšeg osamostaljenja. Jedan od najvećih problema s kojima se mladi ljudi iz domova susreću nakon napuštanja domova je nemogućnost pronalaska zaposlenja. Ovim projektom direktno smo povezali poslodavce i mlade iz domova za djecu bez odgovarajuće roditeljske skrbi kroz stručno-edukativne radionice i speed-date program. Također, u sklopu provedbe projekta „Korak bliže poslu“ organiziran je i održan speed-date program (informativni program za zapošljavanje), na kojem su se mladi iz domova za djecu bez odgovarajuće roditeljske skrbi osobno prezentirali predstavnicima uspješnih hrvatskih tvrtki: HEP, Atlantic Grupa, Lidl, Kaufland, Blitz CineStar i Unexgroup-e. Projekt je sa 7.000,00 kuna podupro i HEP.

**Iz doma u bolju budućnost (2016, Raiffeisenbank Austria d.d., 15.000,00 HRK)**

Otvorena medijska grupacija je kroz projekt „Iz doma u bolju budućnost“ pružila potporu mladima iz domova za djecu bez odgovarajuće roditeljske skrbi u svrhu njihovog ravnopravnog sudjelovanja na tržištu rada i aktivnog uključivanja u društvo. Kroz edukativne radionice, mladi iz domova dobili su alternativno obrazovanje i osposobljavanje i mogućnost za aktivno sudjelovanje u zajednici i kvalitetnim društveno-kulturnim aktivnostima u svrhu lakšeg osamostaljenja. Jedan od najvećih problema s kojima se mladi ljudi iz domova susreću je nemogućnost pronalaska zaposlenja. Ovim projektom željeli smo direktno povezati poslodavce (velike kompanije) i mlade iz domova za djecu bez odgovarajuće roditeljske skrbi kroz edukativnu radionicu i *speed date* (informativni program zapošljavanja).

**Odzvonilo je nasilju (2015 – 2016, Ministarstvo za demografiju, obitelj, mlade i socijalnu politiku, 110.000,00 HRK)**

U sklopu provedbe projekta, učenici Ekonomske i upravne škole Osijek, u suradnji s profesionalnim umjetnicima iz područja izvedbenih i filmskih umjetnosti, su snimili videospot i ostvarili dramsku predstavu na temu prevencije nasilja među mladima. Učenici su snimili osobne audiovizualne poruke kojima su ukazali na važnost prevencije i suzbijanja vršnjačkog nasilja i stvaranja nenasilnog okruženja u školama. Prenoseći svoja iskustva, učenici su samostalno došli do zaključka da nasilje nije odgovor i da je potrebno dodatno raditi na uspostavljanju kvalitetnih međugeneracijskih odnosa. Projekt je završio okruglim stolom na Odjelu za kulturologiju, Sveučilišta Josipa Jurja Strossmayera u Osijeku. Nositelj projekta bila je Otvorena medijska grupacija, a partner Centar za kulturne djelatnosti.

**Ring a Bell Twice (13/01/2014 – 30/06/2014, Europski parlament, 29.996,39 EUR)**

Projekt Ring a Bell Twice imao je cilj popularizirati politike i vrijednosti Europskog parlamenta u izbornoj 2014. godini u tadašnjoj novoj državi EU članici: Hrvatskoj. Srž projekta bila je medijska



kampanja o europskim izborima, niz tematskih događanja u Zagrebu i njihov internetski videoprijenos. Događanja su se odvijala u kratkom vremenskom razdoblju na neuobičajenim mjestima (tavani, podrumi, gradski vrtovi, napuštene tvornice, atomska skloništa i dr.), a uključivala su i izvedbe (dokumentarci, predstave) te razgovore stručnjaka s publikom. Teme koje su bile obuhvaćene bile su nezaposlenost mladih, jednakost spolova, europski kulturni identitet i pitanja vezana za životni okoliš. Glavne ciljne skupine bili su birači. Ukupni trošak projekta iznosio je 84.927,50 EUR. Pokrovitelji projekta bili su Ministarstvo vanjskih i europskih poslova Republike Hrvatske i Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva.

### **2Cast4Youth (05/06/2014 – 31/10/2014, Grad Zagreb, 10.000,00 HRK)**

Cilj je projekta bilo uključivanje mladih ljudi s područja Grada Zagreba u promicanje kulture i umjetnosti, novih medija i tehnologija kroz pokretanje web servisa usmjerenog na film. Ciljna skupina bili su mladi u dobi od 18 do 29 godina s područja Grada Zagreba. Krajnji su korisnici *web* servisa bili mladi umjetnici – redatelji, producenti, ostali filmski stručnjaci, mladi od 18 do 29 godina kojima je želja zaposliti se u filmskoj industriji, opća javnost i društvo u cjelini koja ima korist od kreativnijeg korištenja slobodnog vremena i poticanja razvoja novih medija.

### **Mezzaluna (01/01/2014 – 31/12/2014, Zaklada Kultura nova, 80.000,00 HRK)**

Projekt je obuhvaćao produkciju kratkog dokumentarnog filma o jednom malom dijelu hrvatske maritimne baštine te na taj način u fokus staviti potrebu očuvanja i nastavka njegovanja vrijednih kulturnih tradicija gradnje i korištenja hrvatskih autohtonih plovila. Želja nam je bila predstaviti priče koje se nestajanjem male drvene brodogradnje, uslijed teškog i skupog održavanja i istisnute od strane serijski, konfekcijski proizvedenih plastičnih baraka i brodova, gube u mraku zaborava, a koje su iznimno važan formativni dio kulture življenja istočne jadranske obale. Ovaj film, kao prvi u nizu filmova o jadranskim brodovima, želi ući u rijetke preostale šķverove koji još uvijek grade tradicionalne forme u drvu, u radionice majstora Bakice, Radovana i Čulića, također želi čuti, kako stručno mišljenje najvećeg hrvatskog autoriteta za pitanje tradicionalne brodogradnje prof.dr.sci Roka Markovine, tako i osobno iskustvo svakog vlasnika pojedinačne barke, njegova iskustva, obiteljsku namjenu plovila i ulogu koje je isto imalo u prehranjivanju obitelji. Film predstavlja startnu poziciju u naknadnom razvoju projekta kada će se kroz zagovaračke aktivnosti u kulturnim i ostalim relevantnim područjima koristiti kao snažna potpora. Korisnici projekta su, uz kulturne djelatnike, pojedinci izravno uključeni u sektor brodogradnje i pratećih djelatnosti, relevantne institucije iz sektora kulture, obrazovanja, etnologije, povijesti i turizma, a u konačnici i cjelokupna javnost.

### **Mijenjam svoj (radni) status (04/02/2013 – 31/10/2013, Agencija za mobilnost I programe Europske unije, 12.799,09 EUR)**

Otvorena medijska grupacija organizirala je okrugli stol kao priliku za raspravu između mladih iz sustava socijalne skrbi i svih relevantnih dionika o nepostojanju politike zapošljavanja mladih iz udomiteljstva kako bi se osiguralo aktivno socijalno uključivanje svih mladih ljudi na tržište rada. Okrugli stol održan je u Zagrebu 15. svibnja 2013. nakon 6 startup sastanaka s mladima te ostalim sudionicima okruglog stola na grupnoj i individualnoj bazi s ciljem ostvarivanja proaktivnog i učinkovitog predstavljanja smjernica za pripremu nacionalne politike za zapošljavanje mladih iz sustava socijalne skrbi. Više od 90 mladih sudjelovalo je na okruglom stolu na kojem su bili i predstavnici



ministarstva i institucija. Ciljana su skupina bili mladi bez odgovarajuće roditeljske skrbi koji stupanjem u punoljetnost izlaze iz sustava socijalne skrbi te gube državnu potporu u vezi zapošljavanja u nedostatku politika koje promiču uključivanje mladih na tržište rada. Ukupna vrijednost projekta iznosila je 17.108,80 EUR.

**Međunarodni sajam EU vrijednosti – VrijEUdnosti/ValuEU (13/09/2013 – 31/12/2013, Grad Zagreb, 26.500,00 HRK)**

Otvorena medijska grupacija u partnerstvu s Centrom za kulturne djelatnosti provela je projekt pod nazivom „Međunarodni sajam EU vrijednosti – VrijEUdnosti/ValuEU“, financiran od Grada Zagreba te u sklopu projekta organizirano je obilježavanje Dana ljudskih prava u četvrtak 19. prosinca 2013. godine s početkom u 18:00 sati u Europskom domu Zagreb, Jurišićeva ulica 1/1, Zagreb. S obzirom da su tolerancija, razumijevanje i međusobno uvažavanje osnovne vrijednosti koje njeguju građani Europske unije, smatramo da je prigodno povezati Dan ljudskih prava i EU vrijednosti kako bi se ukazalo na važnost promoviranja „života, slobode i sigurnosti... bez ikakvih razlika“ (Univerzalna deklaracija o ljudskim pravima 1948.). U zajednici Grada Zagreba, kao i u cijeloj Republici Hrvatskoj postoji potreba za podizanjem svijesti o vrijednostima Europske unije. S obzirom da je Republika Hrvatska nedavno ušla u Europsku uniju, tako je usvojila i vrijednosti koje propagira i promovira Europska unija. Važno je da građani Hrvatske, ponajprije lokalne zajednice u Gradu Zagrebu, shvate koje su to vrijednosti Europske unije te zašto ih je važno poznavati i usvojiti. Želimo staviti naglasak na ostale vrijednosti koje su u duhu djelovanja Europske unije: multikulturalnost, mobilnost, raznolikost, međusobno uvažavanje, čuvanje okoliša, pravilno gospodarenje otpadom i recikliranje

**Inf'O'mladima (13/07/2013 – 31/12/2013, Grad Zagreb, 10.000,00 HRK)**

Otvorena medijska grupacija je u suradnji s Centrom za kulturne djelatnosti provodila projekt pod nazivom Inf'O'mladima koji je financirao Grad Zagreb. Cilj projekta je bio potaknuti udruge na razvoj One stop shopova u kojima će mladi dobiti sve relevantne informacije vezane za život mladih u Zagrebu. Planirala se izrada One stop shopova, kao ključnih mjesta u udrugama, na kojima mladi mogu dobiti sve relevantne informacije za život u Zagrebu. Takvi One stop shopovi označavat će punktove – određenu razinu kvalitete udruga. Kako će One stop shopovi biti mjesta – izvori informacija za mlade, tako će isti punktovi doprinijeti kvaliteti života mladih u Zagrebu. Takve će informativne točke sadržavati informacije vezane za slobodno vrijeme, edukaciju i ostala područja koja se tiču mladih u Zagrebu. Kako će te točke omogućiti dobivanje relevantnih informacija na jednom mjestu, tako će se poboljšati život mladih Zagrepčana u vidu informiranja istih o svim relevantnim pitanjima iz života mladih. Tako će se kroz ovaj projekt odrediti okvir unutar kojeg će se pružati informacije o životu mladih u Zagrebu ciljnim skupinama. One stop shopovi imat će program koji će sadržavati osnovne i, s vremenom, dodatne podatke vezane za život mladih u Gradu Zagrebu.

**Sve ima svoje mjesto (24/07/2013 – 31/12/2013, Grad Zagreb, 10.000,00 HRK)**

Djeca predstavljaju našu budućnost. Stoga je vrlo važno da se od malih nogu uče i educiraju kako održivo gospodariti otpadom. Važno je od malena usvojiti životni stil koji će omogućiti eko – održivost zajednice i time pridonijeti ekološkoj održivosti cijelog svijeta. Otvorena medijska grupacija i partnerska udruga Centar za kulturne djelatnosti organizirali su u sklopu projekta „Sve ima svoje mjesto“ radionicu i edukaciju u OŠ Matije Gupca na Knežiji u 4. a (učiteljica Božena Katalinić Cindrić) i 4. c (učiteljica



Marina Čulin) razrednom odjelu. Edukaciju na temu odlaganja otpada, pravilnog gospodarenja otpadom i recikliranja je održao gospodin Eugen Vuković iz Zelene akcije. Nakon edukacije učenici su pastelama izrađivali crteže na temu odlaganja otpada, čuvanja prirode i recikliranja. Kao gost iznenađenja radionicu je uveselila poznata hrvatska glumica Kristina Krepela. Na opće oduševljenje učenika, glumica je pokazala da čuva prirodu i da pravilno gospodari otpadom te se trudi reciklirati kada god je to moguće. Učenici su dobili priliku uzeti autogram od glumice i fotografirati se, a između ostaloga skupa s glumicom su prisegnuli da će čuvati i paziti naš planet Zemlju. U radionici su također sudjelovali učenici OŠ Nikole Tesle 4. c razrednog odjela (učiteljica Lidija Paleka). Od crteža je načinjen kalendar koji će dobiti svi učenici koji su sudjelovali u projekt, a bit će poslan i u ostale osnovne škole na području Grada Zagreba. Osim toga, u četvrtak u 19. prosinca 2013. u 18:00 sati u Europskom domu Zagreb (Jurišićeva 1/1) postavljena je izložba učeničkih radiova izrađenih u sklopu projekta „Sve ima svoje mjesto“.

**Želim raditi i svoju budućnost graditi (25/07/2013 – 31/12/2013, Grad Zagreb, 10.000,00 HRK)**

Otvorena medijska grupacija je u partnerstvu s Centrom za kulturne djelatnosti provodila projekt pod nazivom „Želim raditi i svoju budućnost graditi“ financiran od Grada Zagreba. Cilj je projekta bio promicanje održive integracije mladih iz domova na tržište rada. S obzirom da u gradu Zagrebu žive brojni mladi koji su odrasli ili još uvijek odrastaju u domovima za djecu i mlade bez roditelja/skrbnika, pojavljuje se potreba za održivom integracijom istih mladih na tržište rada. Život mladih koji su odrasli/odrastaju u domovima treba se unaprijediti na način da im se olakša pristup i integracija na tržište rada. Projekt „Želim raditi i svoju budućnost graditi“ predstavio je set aktivnosti koji će mladima iz ciljnih skupina unaprijediti kvalitetu života u smislu olakšanja integracije i pristupa tržištu rada. Integracija i pristup tržištu rada, naime, odnose se na dio života kojeg osobe provode na radnom mjestu, tj. dio života u kojemu su osobe radno aktivne. S obzirom da se radi o dugoročnom vremenskom periodu, potrebno je ciljnim skupinama osigurati održiv pristup tržištu rada te održivo zapošljavanje. Zapošljavanje označuje vrlo značajan dio života te je nužno da se isto odrađuje na održiv način, kako bi se povećala kvaliteta života. Tako je i s mladima iz domova. Kako bi im se povećala kvaliteta života u Gradu Zagrebu, planiralo se promicanje održive integracije mladih iz domova na tržište rada, kao temeljni cilj ovog projekta. U sklopu projekta održale su se tri radionice za mlade bez odgovarajuće roditeljske skrbi.

**Rastimo zajedno-4RAZ (Raznolikost, Razmjena, Razumijevanje, Razvoj) (27/01/2012 – 27/09/2013, IPA 2009, 233.137,48 EUR)**

Projekt je doprinio poticanju aktivnog građanstva i proaktivne uloge OCD-ova stavljanjem naglaska na svakodnevna pitanja koja onemogućavaju pripadnicima manjina ravnopravno sudjelovanje u lokalnoj zajednici, čime se poticala integracija manjina, posebice Srba. Namjera je bila podići svijest srednjoškolaca kao budućih članova društva koji djeluju i donose odluke u prepoznavanju stereotipa kao glavnih uzroka predrasuda i nacionalne diskriminacije, te time unaprijediti razumijevanje i povećati toleranciju među različitim narodnostima u Osijeku i Osječko-baranjskoj županiji, potičući proaktivno uključivanje lokalnih vlasti u provedbu procesa pomirenja. Projekt je uključivao reformu – izmjenu stavova ciljne skupine, sudjelovanje – učenici srednjih škola i manjinski OCD-i sami su sudjelovali u projektu stvaranjem dokumentarnih filmova o svojem svakodnevnom životu koji se prikazuju kroz njihove osobne priče i stvaranjem kulturnih programa, te osnaživanjem – utjecali smo na manjinske





OCD-e i lokalne vlasti da se više uključe u rješavanje važnih pitanja s kojima se članovi manjina bore, kako bi se mogli suočiti s izazovima nakon završetka projekta. Ovim smo projektom željeli: 1) povećati opće znanje i specifične vještine mladih kroz poduku o stvaranju dokumentarnih filmova; 2) stvoriti zajedničku inicijativu i platformu za suradnju većinskog stanovništva i manjina; i 3) inicirati stvaranje novog partnerstva između organizacija civilnoga društva, kulturnih društava i organizacija. Projektni je partner bio Centar za kulturne djelatnosti. Ukupna vrijednost projekta je iznosila 259.041,65 EUR

### **Iz doma na svoje! (02/01/2012 – 02/01/2013, Europska komisija, 253.201,50 EUR)**

Riječ je o projektu umrežavanja i transnacionalne suradnje 5 organizacija civilnoga društva, iz 4 različite zemlje, koje su stručnjaci za medije i stručnjaci za podizanje javne svijesti o važnim pitanjima civilnog društva: socijalnoj koheziji, ljudskim pravima i razvoju društveno inkluzivnih društava. Kroz ovaj projekt poticali su se službenici Vlade i tijela javne vlasti zadužena za politike zapošljavanja da prepoznaju mlade kao pojedince s neograničenim mogućnostima aktivnog doprinosa društvu. Opći cilj projekta je bio osigurati aktivnu socijalnu uključenost mladih iz udomiteljskih domova promicanjem sudjelovanja na tržištu rada i promicanjem socijalne kohezije i jednakih mogućnosti za sve mlade kroz odgovarajuće učinkovite sustave socijalne zaštite i politike socijalne uključenosti. Specifični ciljevi projekta bili su: pružanje inovativnih odgovora na socijalne potrebe i uvođenje nove inicijative u području zapošljavanja siromašnih mladih; izrada kampanje podizanja svijesti korištenjem medijskih alata o nužnosti socijalne uključenosti mladih iz udomiteljskih ustanova; iniciranje stvaranja novih partnerstava među udomiteljskim ustanovama i poduzetnicima. Cilj medijske kampanje bio je podizanje svijesti javnosti o problemima mladih odgojenih u udomiteljskim ustanovama te podizanje svijesti i znanja poslodavaca o mogućnostima tih mladih perspektivnih pojedinaca i prednostima njihova zaposlenja. Projektom se uvodila nova inicijativa na području zapošljavanja, čime se ciljane zemlje usklađuju s europskim aquisom. Rezultati projekta su bili: 1) Suradnja i umrežavanje uspostavljeni između udomiteljskih ustanova, OCD-ova i vladinih institucija; 2) izrađena platforma za buduću suradnju između interesnih skupina i udomiteljskih ustanova; 3) izrađena medijska kampanja; izrađena baza mladih iz udomiteljskih ustanova koji traže posao i poslodavaca zanimljivih za zapošljavanje mladih; 4) smanjena je nezaposlenost među mladima iz udomiteljskih domiteljskih domova; 5) ukazana je ukupna vidljivost problematike tranzicijskog stresa i neizvjesnosti mladih iz ustanova kroz PR aktivnosti koje se koriste putem glasnogovornika projekta. Projekt je predstavio novi koncept: *speed date* mladih skrbnika s potencijalnim poslodavcima. Manifestacija je bila toliko uspješna da je postala tradicionalna manifestacija koju organizira OMG. U posljednjih šest godina rezultati su bili zapanjujući, u zemlji s visokom nezaposlenošću mladih uspjeli smo zaposliti više od 60 mladih koji napuštaju udomiteljski sustav. Ukupna vrijednost projekta je iznosila 317.089,50 EUR

### **Upoznajmo se! (16/12/2009 – 16/10/2010, EIDHR/2009/227-796 (CL) , 100,000.00 EUR)**

Cilj projekta *Upoznajmo se* bio je podizanje svijesti srednjoškolaca kao budućih članova društva koji djeluju i donose odluke u prepoznavanju i suprotstavljanju stereotipovima kao glavnim uzročnicima predrasuda i nacionalne diskriminacije, a time i poboljšavanja razumijevanja i podizanja tolerancije među narodima Vukovarsko-srijemske županije, poticanja pomirenja. Glavni ciljevi projekta bili su senzibilizacija i isticanje vrijednosti i bogatstva koje različite nacionalnosti predstavljaju, opremanje srednjoškolaca potrebnim znanjem i vještinama, te poticanje na suradnju s mladima na prevenciji nacionalne diskriminacije i promicanju kulturne razlike, iniciranje stvaranja novih partnerstava između učitelja i kulturnih društava različitih manjina, te na proizvodnju 4 dokumentarna filma učenika srednjih



škola u Vukovaru. Projekt je proveden od prosinca 2009. godine u sinergiji Otvorene medijske grupacije i Centra za kulturne djelatnosti, a trajao je 12 mjeseci. Ukupna vrijednost projekta je 125.219,96 EUR.

**Serijal dokumentarnih filmova o odgovornom i pozitivnom roditeljstvu i pravima djeteta „Tata mata od formata“ (2009, Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva, 130.238,36 HRK)**

Tata Mata – dokumentarni serijal kojemu je cilj bila promocija odgovornog roditeljstva i jačanje društvene svijesti o važnosti uloge oca u odgoju djeteta. Cilj je bio osvještavanje javnosti o pravu djece na kvalitetno i pozitivno odrastanje, a poseban naglasak stavljen je na ulogu oca, važnost njegove prisutnosti za odgoj djeteta i očevu snalaženje u toj ulozi, podizanje svijesti o odgovornom roditeljstvu, i pokazivanje što za različite parove - iz različitih krajeva Hrvatske, različitih zanimanja i običaja, znači biti roditelj, pokazalo se veselje roditeljstva i značaj koji roditelji imaju u životu djeteta. Sudjelovanje obaju roditelja u životu i odgoju svakog djeteta vrlo je bitno za obitelj i za samo dijete. Sudjelovanje oca omogućuje da se žena posvećuje i karijeri i obitelji, a dijete ima priliku provoditi vrijeme i učiti od oba roditelja, te na taj način postati svestranija osoba. Serijal obuhvaća različite očeve u različitim obiteljskim prilikama, kako bismo dali sliku pozitivnog očinstva koje je uvijek „cool“, bez obzira na uvjete. Budući da je težište na osobnoj ljudskoj priči i osobnom iskustvu, pristupu i doživljaju očinstva, protagonisti su međusobno vrlo različiti i osebujni karakteri koji imaju različite obiteljske, financijske, poslovne i društvene situacije, a svaka epizoda je prilagođena osebujnostima oca, njegovoj situaciji i roditeljskom pristupu. Ispričali smo univerzalne, zanimljive priče o očinstvu i aspektima očinstva. Kroz promatranje drugih osoba koje prolaze kroz ista ili slična iskustva, a rješavaju ih na sebi svojstven način, gledatelji su potaknuti na razmišljanje o važnosti roditeljskih postupaka, kao i o vrijednostima obitelji. U svakoj epizodi poseban dio je posvećen udrugama koje se bave promocijom pozitivnog roditeljstva. Projekt se provodio u suradnji s Hrvatskom radiotelevizijom, produkcijskom kućom 4film iz Zagreba, Vertigo iz Ljubljane, FIST iz Sarajeva i SEE Film Pro iz Beograda. Na sufinanciranju projekta radilo se partnerski, a projekt je dobio potporu IPA fond Europske komisije za produkciju medijskih sadržaja za promociju civilnog društva.

**Povećanje vidljivosti civilnoga društva i promicanje projekata civilnoga društva kroz medijske kampanje i organizaciju javnog događanja**

Navedeni program predstavlja redoviti program udruge koji traje kontinuirano. Ovaj program ujedno predstavlja i samofinanciranje redovitog rada udruge. Kako su članovi i zaposlenici udruge talentirani kreativci, koji su završili Akademiju dramske umjetnosti, smjer režije, pohađali su brojne međunarodne radionice i masterclass-e za profesionalno usavršavanje (eQuinox Masterclass, Nipkow Program, Berlinale Talent Campus, Screen Leader Training, F.R.A.M.E., Producers Lab Toronto, Trans Atlantic Partners, Erich Pommer Institute) te su autori brojnih audiovizualnih radova koji su nagrađivani u Republici Hrvatskoj ali i u svijetu, udruga redovito osmišljava i proizvodi kampanje za socijalno osvještavanje javnosti o gorućim temama. Misija i jedan od glavnih ciljeva naše udruge je stvaranje prepoznatljivih kampanja za promociju različitih ljudskih prava, koje doprinose demokratizaciji i razvoju civilnoga društva. Otvorena medijska grupacija je osmislila i proizvela preko 20 socijalno osvještenih medijskih kampanja koje su prikazivane na raznim TV postajama: ARTE-u, ORF-u, HRT-u, Novoj TV, RTL-u, ZDF-u, kao i na brojnim lokalnim televizijama. U raznim kampanjama smo promovirali rodnu ravnopravnost „Šutnja nije zlato“, pravo žena s invaliditetom „One mogu sve“, potom prvu medijsku kampanju u Republici Hrvatskoj protiv tjelesnog kažnjavanja djece za Ministarstvo



obitelji, branitelja i međugeneracijske solidarnosti, „Trebam ljubav“, kampanje protiv trafficking-a, kampanju protiv nasilja u obitelji za UNHCR i dr. Sve kampanje su radi svoje kvalitete izazvale veliki interes kod građana i medija, što se može vidjeti i po besplatno ustupljenom medijskom prostoru velikih medijskih kuća (preko 17.000.000,00 kn besplatnog medijskog prostora za kampanju „Šutnja nije zlato“), broju klikova na YouTube i Vimeo kanalima, blogovima i forumima. Ponosni smo što smo dobili i nagradu ERSTE fondacije u Beču za kampanju „Šutnja nije zlato“, koju smo provodili u suradnji s udrugom CESI. Tijekom 2016.godine, radili smo i kampanju za Udrugu za samozastupanje. Otvorena medijska grupacija je bila zadužena za kreativno osmišljavanje, snimanje, produkciju i postprodukciju promotivnog spota u sklopu kampanje „Čija je moja imovina?“), potom smo za Hrvatsku vatrogasnu zajednicu radili na snimanju, produkciji i postprodukciji edukativnog televizijskog spota „Spaljivanje biljnog otpada“ a također smo imali uspješnu suradnju i s udrugom Ženska soba-Centar za seksualna prava, u sklopu koje smo pružili edukaciju na temu provođenja nacionalne medijske kampanje pod nazivom „Što je medijska kampanja?“) te smo radili na izradi TV telopa (u okviru projekta „Novom snagom protiv nasilja nad ženama“ kojeg je provodila udruga Ženska soba - Centar za seksualna prava) i radio jingl-a.

## PARTNERSKI PROJEKTI

### **RADAR – Osnajivanje zagovaračkih potencijala organizacija civilnoga društva za zaštitu ženskih ljudskih prava u zdravstvu (01/01/2021 – 31/12/2022, Fond za aktivno građanstvo u Hrvatskoj, 149,998.03 EUR)**

Problem kršenja reproduktivnih prava žena u RH prepoznat je tijekom kampanje #Prekinimošutnju 2018. kada javnost doznaje o oblicima verbalnog i fizičkog nasilja, uskraćivanju anestezije tijekom ginekoloških postupaka, nedostatku ginekologa, bespravnom naplaćivanju ginekoloških pregleda trudnicama. Predloženi projekt osnažit će kapacitete barem 8 OCD-a iz različitih krajeva RH za zaštitu reproduktivnih prava žena što će im pomoći da osnaže svoje članice i korisnice. To će se postići uključivanjem različitih OCD-a u većinu aktivnosti, od strateške litigacije, participativnih radionica u formi world cafe-a i tzv. edit-a-thona čime će se značajno pridonijeti izradi prijedloga javnih politika. Kapaciteti OCD-a osnažit će se za korištenje međunarodnih mehanizama i za sudjelovanje u izvještajima u sjeni kroz radionicu o korištenju međunarodnih mehanizama i sustava zaštite ljudskih prava te izradi izvješća u sjeni za udruge. Razvoj programa, trening trenera o usvajanju tehnika za suzbijanje dominacije te izrada edukacijskog alata brojnim udrugama će pružiti konkretan alat za rad s autoritetima u zdravstvu i institucijama vlasti što će pridonijeti osnaživanju članstva i korisničke baze. Ovako osmišljen projekt je najbolji odgovor na postojeće probleme zato što se promjene u sustavu reproduktivnog zdravlja događaju samo neprestanim pritiskom civilnog sektora i aktivnih građana i građanki što se potiče projektom. Voditelj projekta je udruga Roditelji u akciji – Roda, a projektni su partneri Women's Counseling s Islanda te Otvorena medijska grupacija. Ukupni vrijednost projekta je 166.664,47 EUR. Financijski udio Otvorene medijske grupacije u projektu iznosi 10.900,00 EUR.

### **PAL Art - Boosting positive narrative on Romani integration through Arts (01/03/2021 – 30/08/2022, Erasmus + KA2 program, 200.305,00 EUR)**

Nakon gotovo dva desetljeća usvajanja Direktive o rasnoj jednakosti i nakon gotovo desetljeća Okvirne odluke o rasizmu i ksenofobiji, romska zajednica i dalje se suočava s rasprostranjenom diskriminacijom diljem EU-a. Perspektiva EU općenito smatra romsku zajednicu autsajderom. Unatoč tome, Romi su najveća manjina u Europi, s procijenjenim brojem stanovnika od 10 do 12 milijuna diljem EU i s poviješću duljom od tisućljeća u Europi. Stoga su oni dio naše europske raznolikosti kojoj dodaju vrijednost. Međutim, romska zajednica prikazana je uglavnom s negativnim aspektima koji otežavaju društvu da ih prepozna kao dio našeg EU nasljeđa. Imali su malu zastupljenost u okviru programa kulturne raznolikosti i međukulturnog dijaloga. Stoga PAL Art nastoji pružiti treninge za izgradnju kapaciteta i iskustvo učenja kroz radnu bazu trenerima i edukatorima kako bi Romima pružili vještine i prilike za izražavanje i integraciju kroz umjetnost. Inkluzivan pristup umjetnosti ključan je za njihov integracijski proces, na temelju načela da kvalitetno obrazovanje treba odgovarati učeniku umjesto da od njega zahtijeva da se uklopi u postojeći sustav. Projekt želi da sudjelovanje Roma postane ključ njihove integracije kroz umjetničke pozitivne prakse. Projekt se provodi od ožujka 2021. godine u sinergiji partnera iz šest različitih zemalja i trajat će 24 mjeseca. Prijavitelj projekta je Dum narodnostnich mensin d.o.o. (Češka Republika), a partneri su UC Limburg (Belgija), OECON Group Bulgaria (Bugarska), Architecture Frederic Lebard (Francuska), Lighthouse of the World (Grčka) i Otvorena medijska grupacija. Sadržaj aktivnosti odraz je usporedbe transnacionalne strategije 6 organizacija - nevladinih organizacija, obrazovnih instituta i privatnih subjekata - iz 6 različitih zemalja EU - Češke, Bugarske, Belgije, Grčke, Francuske i Hrvatske - koje aktivno rade na području



uključivanja Roma i umjetnosti. Budući da je Otvorena medijska grupacija stručnjak u kampanjama podizanja svijesti za društveni razvoj i izgradnju društvenog kapitala, ima stručno znanje u produciranju kratkih filmova s romskom zajednicom i njihovom predstavljanju u kulturnim događanjima za široku publiku, bit će zadužena za osmišljavanje i koordinaciju plana diseminacije i razvijanje sadržaja za kampanje. Otvorena medijska grupacija bit će zadužena za provođenje svih aktivnosti diseminacije, uključujući kreiranje vizualnog identiteta projekta, biltena, ažuriranje društvenih medija projekta (npr. Facebook, Twitter, LinkedIn), koordiniranje kontakta sa sudionicima itd. Konačno, Otvorena medijska grupacija organizirat će radionicu s ciljem opremanja do 20 Roma nužnim temeljnim znanjem o video produkciji. Financijski udio Otvorene medijske grupacije u projektu iznosi 24.783,00 EUR.

**PALKonnect – Empowerment of social groups through creativity and cultural works  
(01/03/2021 – 28/02/2022, Erasmus + KA2 program, 291.726,00 EUR)**

Projekt *Empowerment of social groups through creativity and cultural works* u okviru programa Erasmus + „KA2 - Suradnja za inovacije i razmjenu dobre prakse” ima za cilj poduprijeti umjetnike socijalno isključenih i marginaliziranih skupina te promicati i prezentirati njihova umjetnička djela u post-COVID 19 okolnostima i potaknuti njihovu suradnju unutar europskih zemalja. Projekt se provodi od ožujka 2021. godine u sinergiji partnera iz osam različitih zemalja i trajat će 24 mjeseca. Prijavitelj projekta je Rompraha (Češka Republika), a partneri su Asociatia Mergi Inainte (Rumunjska), Fondazione Mondinsieme del Comune di Regio Emilia (Italija), Lemon grass Communication SL (Španjolska), Apostolina Tsaltampasi Kai SIA EE (Grčka), Medborgarskolan Kulturama (Švedska) i Otvorena medijska grupacija. Četiri su glavna učinka: 1. Podrška umjetnicima iz marginaliziranih skupina u post-COVID vremenu, 2. Usavršavanje kurikula za osnaživanje marginaliziranih skupina uz pomoć kreativnosti i umjetnosti, 3. Ispitivanje nastavnog plana i programa osposobljavanja i 4. Digital Open Art studijska platforma. Glavni cilj prvog učinka je procijeniti stanje kulture i zajednice u post-COVID razdoblju te prezentirati moguće metode i tehnike potpore umjetnicima socijalno isključenih i marginaliziranih skupina kako bi poboljšali svoju prisutnost u novim okolnostima. Cilj drugog učinka je razraditi i testirati plan izobrazbe za osnaživanje umjetnika iz društveno isključenih i marginaliziranih skupina kroz njihovu izravnu uključenost u umjetničke i kreativne prakse. Nastavni plan planirat će se u dva glavna principa: usavršavanju instruktora i usavršavanju učenika. Treći učinak ima za cilj procjenu proizvedenih materijala za obuku na lokalnoj i međunarodnoj razini. Cilj posljednjeg učinka je stvaranje platforme za umjetnike, nastavnike i umjetničke organizacije koje rade s marginaliziranim skupinama kao što su izbjeglice i tražitelji azila u Europi, Romi i drugi. Otvorena medijska grupacija posebno je zadužena, na temelju svojeg iskustva, za implementaciju sljedećih komponenti projekta: vodi učinak br. 4 (Digital Open Art platforma), organizaciju i koordinaciju multiplikacijskih događanja, izradu strategije diseminacije i održavanje web stranice projekta zajedno s projektnim konzorcijem te ugošćava umjetnički studio u Zagrebu i završni sastanak projekta. Financijski udio Otvorene medijske grupacije u projektu iznosi 27.652,00 EUR.

**Kulturna re-generacija (02/02/2021 – 02/02/2022, ESF/Ministarstvo kulture i medija,  
462.672,00 HRK)**

Projekt Kulturna re-generacija, koji se od veljače 2021. godine provodi s vodećim partnerom, Centrom za kulturne djelatnosti, starijima će od 54 godine ponuditi cijeli niz online interaktivnih sadržaja koji će im pomoći u sigurnoj reintegraciji u društvo te održavanju mentalne i fizičke agilnosti te tako unaprijediti kvalitetu života i zadovoljiti kulturne potrebe. Književni klub, radionice kreativnog pisanja,



plesni tečaj i radionice likovnoga izražavanja će biti dostupne diljem Hrvatske tijekom 12 mjeseci trajanja projekta. Sto četiri osobe starije od 54 godine će se tako pripremiti za uključivanje u digitalnu svakodnevicu.

### **Robotics 4.0 All project (11/01/2018 – 10/31/2020, Erasmus + program KA2 – Strateška partnerstva, 282.898,00 EUR)**

Otvorena medijska grupacija je bila jedan od partnera iz sedam EU zemalja koji su surađivali na projektu Robotics 4.0 All od listopada 2018. Projekt je sufinanciran iz ERASMUS + KA-202-Strateških partnerstava za strukovno obrazovanje i osposobljavanje pod pokroviteljstvom DIKA - Norveške agencije za mobilnost. Projekt je imao za cilj razvoj kompetencija kroz STEM obrazovanje iz robotike na temelju LEGO Mindstorm robotike za tinejdžere od 13 do 16 godina. Ove vještine i kompetencije pomogle su našim ciljanim skupinama i korisnicima da budu bolje pripremljeni i opremljeni za buduće obrazovne i profesionalne izazove s obzirom na novo digitalno doba koje je pred nama i četvrtu industrijsku revoluciju. U prvoj su godini ovoga dvogodišnjega projekta izvršene sljedeće aktivnosti:

- Provedeno europsko istraživanje i analize trenutnog stanja STEM-a i obrazovanja iz robotike u 7 zemalja i pripremljene preporuke donositeljima odluka
- Pripremljen inovativni kurikulum za obrazovanje iz robotike koji će kombinirati najbolje prakse i popuniti utvrđene nedostatke
- Osposobljeni treneri i edukatori u području STEM / robotike za obrazovnu metodologiju sadržanu u novopripremljenom kurikulumu
- Obučeni tinejdžeri (u dobi od 13 do 17 godina) da dizajniraju, grade i programiraju robote primjenjujući STEM koncepte na lokalnim Robocampovima iz kojih su se regrutirali sudionici/ice koji su kao timovi sudjelovali na Transnacionalnom Robocampu. Istraživanje i analiza koje su provedene u sedam zemalja i usmjerene na političke inicijative i / ili smjernice regionalnih i nacionalnih obrazovnih tijela relevantnih za STEM obrazovanje i robotiku, dostupni su na *web* stranici <https://robotics4all.eu/research.html>. Sva nacionalna izvješća o istraživanju su integrirana u izvješće na engleskom. U sklopu projekta izraen je i inovativni kurikulum. Otvorena medijska grupacija je ostvarila suradnju s Osnovnom školom "Ivo Andrić" te smo na obuku za trenere i nastavnike održanom u razdoblju od 12-14.11.2019. u Bodo (Norveška) uputili dvije nastavnice koje su s nama pripremile nacionalni Robocamp za tinejdžere od 13 do 17 godina. Financijski udio Otvorene medijske grupacije u projektu iznosi 30.206,00 EUR.

### **PAL\_Push\_Entrepreneuership (01/10/2017 - 30/09/2019, Erasmus + program KA2 – Suradnja za inovacije i razmjena dobre prakse, 203.560,00 EUR)**

Projekt pod nazivom "PAL mreža za romsko poduzetništvo" u okviru programa Erasmus + "KA2-Suradnja za inovacije i razmjenu dobrih praksi" imao je za cilj poboljšanje romskih poslovnih inicijativa i samozapošljavanja u Češkoj (LP), Albaniji, Belgije, Bugarske, Hrvatske, Grčke, Italije i Slovenije, a sufinancira ga Europska unija. Projekt je proveden zaključno s rujnom 2019. u sinergiji partnera iz 8 različitih zemalja. Prijavitelj projekta je bio RomPraha (Češka), a partneri Univerzitetni Rehabilitacijski Institut Republike Slovenije-Soca (Slovenija), Fondazione Leone Moressa (Italija), UC Limburg (Belgija), Anatoliki-Development Agency of Eastern Thessaloniki' s Local Authorities (Grčka), OECON GROUP \_ (Bugarska), Otvorena medijska grupacija (Hrvatska) i Shoqata Shqiptare e Ambientalisteve Industriale (Albanija). Projekt je imao za cilj razviti sveobuhvatan pristup u obuci i zapošljavanju kako bi se ubrzala integracija Roma i podržala provedba nacionalnih strategija

uključivanja i preporuka za integraciju Roma kroz sudjelovanje Roma. Ciljevi projekta, u skladu s odabranim prioritetima, su bili (1) Poboljšanje poduzetničkih kompetencija Roma koji namjeravaju pokrenuti poduzetnički poduhvat, (2) Povećanje znanja i vještina za osnivanje i upravljanje subjektima poduzetništva, (3) Isporuka alata za razvoj poduzetničkih kompetencija, (4) Pomoći budućim romskim poduzetnicima predstaviti poduzetničku ideju koju žele razviti. Otvorena medijska grupacija sudjelovala je u provedbi slijedećih komponenti projekta:

#### 5.1. Sudjelovali smo u izradi sadržaja za webinare

Osnovni je cilj webinara pomoći mladim romskim poduzetnicima da započnu i razvijaju svoju poslovnu ideju i tvrtku. Nastale su kao rezultat projekta "PAL mreža za podršku romskom poduzetništvu" i iz zajedničkog rada stručnjaka iz 8 europskih zemalja.

Pripremljeno je 13 mrežnih besplatnih tečajeva za učenje o poduzetništvu a te video konferencije koriste internet za povezivanje publike s domaćinima webinara. Na kraju svakog webinara pripremljena su pitanja i odgovori koji odgovoraju na moguća pitanja gledatelja.

Više od 120 osoba pratilo je hrvatsku verziju webinara na <http://www.palpush.eu/learners-material/>

#### 5.2. Igrica Enter Preneur

Inovativni pristup u dizajnu projekta uključuje razvoj i testiranje igre kojoj je namjera poticanje sticanje poduzetničkog znanje među Romima. Igra ima 121 pitanje na koje se odgovara i usko je povezana s platformom E-learning o poduzetništvu na projektu PAL Push (webinari). Igra je izgrađena kao kviz igra a čini je 121 pitanje na koje se odgovara. Pitanja u online igri definirana su kako bi istakla najvažnije pojmove i činjenice iz svake lekcije i omogućila proces učenja budućih romskih poduzetnika. Igra Enter Preneur može se igrati pojedinačno ili protiv drugih igrača na devet različitih jezika a tehnički priručnik za igru dostupan je na istih devet jezika). Link: <http://www.palpush.eu/>. Igricu je moguće igrati na 8 jezika iz kojih dolaze partneri na projektu i engleskom kao 9. jeziku.

#### 5.3. Kamp za mlade Rome, buduće poduzetnike

Pal Push Team organizirao je petodnevni poduzetnički kamp od ponedjeljka do petka, 1. do 5. travnja 2019. godine, kako bi podržao 16 Roma u stjecanju znanja i vještina o poduzetništvu te im pomogao u razvoju njihovih poslovnih ideja i razviti vlastite poslovne planove. Poduzetnički kamp za mlade Rome sudionicima je pružio znanje i vještine kombinacijom različitih metoda predavanja, vježbi i prevođenja ideja u posao. Sudionici su imali priliku učiti od stručnjaka partnera, steći sveobuhvatno razumijevanje ključnih čimbenika unutar poslovnog sektora u zemlji partnera, razumjeti što je potrebno za realizaciju njihove poslovne ideje. Otvorena medijska grupacija je iz Hrvatske na kamp uputila 2 mlade Romkinje iz Međimurske županije. Sudjelovali smo u Pragu na sastanku nadzornog odbora te na sastanku u Sofiji koji je ujedno bio i završni sastanak projekta a na njemu smo planirali kako partneri mogu nastaviti zajedno provoditi neke od započetih aktivnosti. Financijski udio Otvorene medijske grupacije u projektu iznosi 25.480,00 EUR.

### **Janjci u vučjoj koži (2019, Grad Omiš i Grad Benkovac, 12.100,00 HRK)**

Dugometražni igrani film Janjci u vučjoj koži je priča o hrvatskim braniteljima koji su u vojnoj operaciji Maslenica pobjedili brojčano i po naoružanju nadmoćnijeg vojnog neprijatelja. Za slobodu se na istom području bore pripadnici različitih hrvatskih postrojbi i iz različitih krajeva Hrvatske. To je ujedno priča o ljudskoj hrabrosti, slozi, osobnoj požrtvornosti i ljubavi prema domovini. Ukupna vrijednost projekta je 3.633.100,00 HRK. Otvorena medijska grupacija sudjelovala je u koprodukciji, a nositelj projekta je 4film.



**Glazbenom podukom do digitalne i medijske pismenosti, (11/29/2017 – 11/29/2019, ESIF/EU, 1.451.974,81 HRK)**

Projekt "Glazbenom podukom do digitalne i medijske pismenosti" je na pristupačan, zabavan i kreativan način ciljao podići digitalnu i medijsku pismenost srednjoškolaca te ih iz konzumenata pretvoriti u proizvođače digitalnih medijskih sadržaja. Nakon obrazovanja nastavnika za e-learning i produkciju audiovizualnih sadržaja, napravljena je e-learning platforma za učenje sviranja 4 instrumenta i pjevanje za pop i jazz glazbu. Tijekom provedbe projekta učenici su učili svirati rabeći *online* sustav, te učili snimati AV materijale o svom napretku koje mogu učiniti dostupnima na adekvatnoj *online* platformi za to. GŠ "Ladislav Račić" je bila nositelj provedbe projekta u kojem je pripremljeno 1200 videoklipova za 150 modula za učenje sviranja 4 instrumenta važna u pop i jazz glazbi (gitara, bas gitara, klavijature, bubnjevi) te za pjevanje uz pomoć svog dugogodišnjeg nastavnog osoblja. Tih 150 modula je spremno za e-learning platformu. Organizirali su edukaciju za odgojno-obrazovno osoblje o uspostavljanju i upotrebi e-learning sustava. Partneri na projektu su bili SŠ "Marko Marulić" i Otvorena medijska grupacija koja je u sklopu ovog projekta pripremila i snimila 1200 videoklipova za 150 modula za učenje sviranja i pjevanja, a osim toga smo organizirali i ciklus radionica za odgojno-obrazovno osoblje (2 dvodnevne radionice) o produkciji, postprodukciji te digitalnoj distribuciji audiovizualnih materijala u kontekstu povećanja digitalne i medijske pismenosti učenika, te dvije dvodnevne radionice za učenike (ukupno 40) na kojima je učenike podučila snimanju, montaži i uploadu audiovizualnih sadržaja. Naglasak na tim radionicama je bio na snimanju mobitelom, upotrebi besplatnih ili jeftinih postprodukcijских softvera te zakonitosti uploada.

**Laurie Hutzler - "Emocionalni alati: Dođite do srži price! - Master Class Zagreb 2019 (2019, Hrvatski audiovizualni centar, 75.000,00 HRK)**

Master Class Zagreb 2019 „Emocionalni alati: Dođite do srži price!” realiziran je u suradnji s Otvorenom medijskom grupacijom uz potporu Hrvatskog audiovizualnog centra (HAVC). Radionica „The Saturday Sessions” Equinoxe Europe Master Class serije obuhvaćala je različite teme scenarija počevši od predavanja američke medijske savjetnice Laurie Hutzler u Zagrebu pod nazivom „Emocionalni alati: Dođite do srži price!”, koja je održana 30. studenoga 2019. godine u prostorijama Hrvatskog novinarskog društva i nastavila se u prvom kvartalu 2020. godine u Munchenu predavanjima Davida Mageea, dvostrukog kandidata Oscara (Drinking Life, Marry Poppins, Finding Neverland). Laurie Hutzler već dugi niz godina surađuje s profesionalcima iz animacijske industrije u razvoju dugometražnih filmova i različitih formata televizijskih programa na domaćem i međunarodnom tržištu. Radila je kao kreativna savjetnica za oskarovce Nicka Parka i Steve Boxa u Aardman Animation Studios te kao savjetnik za priče i likove na BBC-u, Channel 4, ITV, Talkback THAMES, Mersey Television/Lime Pictures i Aardman Animation Studio (UK). Zatim za Pixar, Disney i DreamWorks (SAD), Endemol Netherlands (NL), RTL, Wiedemann & Berg i Grundy UFA (Njemačka), GloboMedia (Španjolska) i TNT (Rusija). Savjetnica je za Endemol i FreemantleMedia u raznim scenarijima i zabavnim formatima u Velikoj Britaniji, Europi i Australiji, te kao i savjetnica za scenariste u brojnim nagrađivanim dugometražnim filmovima. Laurie je već dugi niz godina predavala pisanje i scenarije u sklopu programa MFA na Filmskoj školi UCLA, kao i za Royal Literary Fund u Cambridgeu, Sorbonni u Parizu, fakultetu Royal Holloway College, Sveučilištu u Londonu, DFFB Film School u Berlinu i IFS Film School u Kelnu. Predavanje je bilo otvoreno za javnost i namijenjeno je posebice književnicima, studentima, filmskim i medijskim profesionalcima, promičući medijsku pismenost u zajednici i društvu.





**Health & Injury Prevention for Young Athletes (HIP Ya!) (01/01/2014 – 30/06/2015, Erasmus + Sport Program, 210.000 EUR)**

Prevenција zdravlja i ozljeda mladih sportaša (HIP ya!) – Atletski sportski klub Split, Hrvatska. Projekt je imao za cilj razmjenu najboljih iskustava u sportskoj obuci i unaprjeđenje praktične metodologije obuke koja vodi ka sprječavanju ozljeda i zdravstvenoj zaštiti mladih sportaša u bliskoj suradnji s medicinskim profesionalcima. Projektni *Output* je bio priručnik za obuku o prevenciji ozljeda i zdravlja, uključujući video za trenere u atletici. Partneri u projektu bili su Alba regia Atletikai Klub, HU; Atletski Klub Koper, SI; Unione Sportiva diletantantistica BOR - IT; Athletick Club Malacky – SK; AK Olymp Brno – CZ; Otvorena medijska grupacija, HR; Ordinacija opće medicine Mirjana Bezdov, dr. med – HR. Financijski udio Otvorene medijske grupacije u projektu iznosio je 14.940,20 EUR.



## NAŠE KAMPANJE I DOKUMENTARCI:

### Upoznajmo se

Riječ je o projektu koji je pridonosio boljem razumijevanju dvaju naroda u Vukovaru – Hrvata i Srba – zajedničkim radom na produkciji dokumentarnog filma učenika srednjih škola različitih narodnosti. Timovi su se sastojali od dječaka i djevojaka obiju nacionalnosti kako bi se razvila i producirala 4 dokumentarna filma u kojima će prikazivati treću nacionalnost koja živi na tom području. Tijekom tog procesa naučili su što znači biti različite nacionalnosti i u kojoj mjeri to razlikuje ljude jedne od drugih. Radeći zajedno na stvaranju umjetničkog djela koje ih zanima u projektu, srednjoškolci različitih nacionalnosti naučili su slušati uzajamna mišljenja, poštovati jedni druge i donositi zajedničke odluke, a sve to ima trajan utjecaj na proces pomirenja u toj ratom razorenoj zajednici.

### Kampanja za podizanje svijesti o rodno uvjetovanom nasilju

Opći je cilj bio podizanje svijesti o prepoznavanju rodni stereotipa i drugih uzroka rodno uvjetovanog nasilja te promicanje ravnopravnosti spolova u stavovima i ponašanju mladih žena i muškaraca. Ciljana publika bili su srednjoškolci kao članovi društva u budućem djelovanju i donošenju odluka. Specifični ciljevi su: 1. ukazati na različite vrste nasilja, kao što su nasilje u obitelji, nasilje u vezama mladih i silovanje te trgovina ljudima, te povećati svijest da su svi ti oblici rodno uvjetovano nasilje; 2. senzibilizirati učenike srednjih škola, prepoznati postojeće rodne stereotipe i diskriminaciju u Hrvatskoj te ih potaknuti da reagiraju pri suočavanju s nasiljem; 3. opremiti nastavnike srednjih škola potrebnim znanjem i vještinama te ih potaknuti da rade s mladima na sprečavanju rodno uvjetovanog nasilja i promicanju ravnopravnosti spolova; 4. pokrenuti poboljšanja i djelotvornu provedbu postojećih politika i programa koji će osigurati uvođenje načela ravnopravnosti spolova u obrazovni sustav i programe prevencije nasilja. Otvorena medijska grupacija je kreirala, razvila i provela medijsku kampanju u sklopu projekta. Medijska kampanja sastojala se od 4 TV isječaka o nasilju u obitelji, silovanju i trgovini ljudima, dok četvrti TV isječak pokazuje kako svo troje imaju isti korijen i temelje se na spolu. Slogan kampanje je „šutnja nije zlato” (za razliku od izreke „šutnja je zlato”), a TV spotovi emitirani su na Hrvatskoj radioteleviziji (javna televizija) i RTL Hrvatska (komercijalna televizija s nacionalnim dosegom). Obje su televizije osigurale besplatno medijsko vrijeme, a u osam mjeseci kampanja je trajala u vrijednosti više od 17.000.000,00 kuna (cca. 2,3 milijuna. EUR). Kampanju su podržali i „Večernji list” koji je osigurao besplatan medijski prostor u vrijednosti 63.052,00 Kn (oko 8.700,00 EUR), te P.I.O. koji je osigurao besplatne plakate u vrijednosti cca 200.000,00 Kn (cca. 27.500,00 EUR).

### Tata od formata

Tata od formata je projekt koji je kroz zajedničku produkciju dokumentarnih serija u Hrvatskoj, Srbiji i Bosni i Hercegovini doprinio širenju mreže producenata i unapređenju tehničkih vještina televizijskih profesionalaca. Emitiranjem dokumentarnih serija o novim očevima na televiziji u trima zemljama projekt je također pridonosio razumijevanju i povećanju snošljivosti među narodima, čime se potiče proces pomirenja. Trajao je 18 mjeseci na teritoriju Hrvatske, Srbije te Bosne i Hercegovine. Sveukupni je cilj bio pridonijeti stvaranju mreže televizijskih profesionalaca povećanjem razine suradnje među televizijskim profesionalcima te unapređenjem tehničke i umjetničke kvalitete televizijske produkcije u Hrvatskoj i Bosni i Hercegovini, unapređenjem razumijevanja i podizanjem tolerancije među narodima u regiji.



## Šutnja nije zlato

Riječ je o dvogodišnjem projektu koji su sufinancirali Europska komisija, Ministarstvo znanosti, obrazovanja i športa, CARE International, Kraljevsko nizozemsko veleposlanstvo, Kraljevsko veleposlanstvo Norveške, Veleposlanstvo Finske, Ministarstvo obitelji, branitelja i međugeneracijske solidarnosti. Otvorena medijska grupacija kreirala je, razvila i provela medijsku kampanju u sklopu projekta. Medijska kampanja sastojala se od 4 TV isječka o nasilju u obitelji, silovanju i trgovini ljudima, dok četvrti TV isječak pokazuje kako sva trojica imaju isti korijen i temelje se na spolu. Slogan kampanje glasio je „tišina nije zlato” (za razliku od izreke „šutnja je zlato”), a TV spotovi emitirani su na Hrvatskoj televiziji i RTL Hrvatska. Obje su televizije osigurale slobodno medijsko vrijeme, a u osam mjeseci kampanja je trajala u vrijednosti više od 2,3 milijuna. EUR. Za ovu kampanju zaklada ERSTE (u Beču) dodijelila je Otvorenoj medijskoj grupaciji nagradu za najbolju europsku kampanju.

## Uključite se

Bila je to medijska kampanja u cilju promicanja sudjelovanja žena na lokalnim izborima u Hrvatskoj u svibnju 2009. godine. Kampanja se pokrenula s ciljem podizanja javne svijesti o potrebi ravnopravnog zastupanja žena i muškaraca u predstavničkim tijelima i institucijama izvršne vlasti. Kampanja se sastojala od izrade i prikazivanja edukativnog i promotivnog televizijskog isječka s naglaskom na pokazivanje stereotipa, posebice rodnih stereotipa. Opći je cilj bio podizanje svijesti o potrebi ravnopravne zastupljenosti žena i muškaraca u predstavničkim tijelima i institucijama izvršne vlasti te povećanje broja žena koje su predstavnice u vijećima u županijama, gradovima i općinama. Važno je i da sve političke stranke koje će sudjelovati na lokalnim izborima budu svjesne problematike žena te da u svoje političke programe uključe mjere i aktivnosti koje slijede nacionalne programe i preporuke Vijeća Europe. Spot je producirana uz sudjelovanje brojnih ljudi poznatih Hrvatskoj javnosti: dr. med. Darko Matić, specijalist kirurg Oliver Mlakar, televizijski voditelj, Viktor Drago, modni dekoder, Nenda Šepak, predsjednička udruga ugostitelja Zagreb, Dražen Sirišćević, izvršni ravnatelj koncertne dvorane „Vatroslav Lisinski” i urednik TV emisije „Opera Box”, Luka Nižetić, pjevač, Davor Gobac, pjevač Vladimir Paar, profesor fizike i akademskog djelatnika Miroslav Ćiro Blažević, nogometni trener, Željko Tomac, spiker i voditelj te pjevač Tony Cetinski. TV snimka je emitirana na Hrvatskoj radioteleviziji, RTL-u i Novoj TV tri tjedna prije lokalnih izbora.

## One mogu sve

Projekt je bio afirmativna medijska kampanja s ciljem podizanja svijesti o mogućnostima i postignućima žena i djevojaka s invaliditetom s naglaskom na afirmaciju prava i osnaživanje njihovog društvenog položaja. Kampanja se sastojala od produkcije i emitiranja edukativnog TV isječka kroz koji smo prikazivali primjere uspjeha žena i djevojaka s invaliditetom. TV isječak je potvrđan, da privuče što više pozornosti gledatelja i da ih potakne da raspravljaju i djeluju. Ciljevi projekta su bili: ukazati na činjenicu da su žene s invaliditetom važne i punopravne članice društva; osigurati razinu svijesti koja će omogućiti ženama s invaliditetom ostvarivanje njihovih prava i sudjelovanje u svakodnevnom životu zajednice u cjelini, aktivnim članovima društva; podići svijest o negativnostima dvostruke diskriminacije ženama s invaliditetom. Ciljane skupine su bile žene i djevojke s invaliditetom te široka javnost. Projektne su aktivnosti bile stvaranje i pisanje scenarija i slogan kampanje, produkcija TV isječaka te osiguravanje vremena emitiranja za emitiranje TV isječka.



## **Prijavite nasilje nad ženama**

Bila je to kampanja podizanja svijesti usmjerena na svjedoke nasilja u obitelji u cilju pozivanja na prijavljivanje nasilja. Kampanju je pokrenuo UNHCR, a razvio ju je OMG u suradnji s UNHCR-om. Cilj kampanje bio je predstaviti tri važna pitanja o nasilju u obitelji: to se događa u obiteljima različitog financijskog, društvenog i obrazovnog statusa (na televizijskom isječku prikazane su dvije paralelne priče - jedna u izbjegličkom hostelu i druga u domu poznate javne osobe); da svjedoci trebaju reagirati (u izbjegličkom hostelu žrtva zatvara vrata svoje sobe kada njezin suprug krene prema njoj, a u isto vrijeme se zatvaraju sva druga vrata u hodniku, jer nitko ne želi biti dio tog nasilja i nitko ne želi biti svjedok. Produkciju medijske kampanje podržala je skupina veleposlanica žena koje rade na problematici nasilja temeljenog na spolu, a početak emitiranja najavila je H.E. Elisabeth Walaas, veleposlanica Kraljevine Norveške u Hrvatskoj na Hrvatskoj radioteleviziji 25. studenoga 2006. godine, na Međunarodni dan borbe protiv nasilja nad ženama. Hrvatska radiotelevizija osigurala je besplatno vrijeme emitiranja, a isječak je bio toliko snažan da se često koristio u emisijama i reportažama o nasilju u obitelji. Isječak je također predstavljen na nekoliko okruglih stolova organiziranih povodom 8. ožujka, Međunarodnog dana žena, koje su organizirale međunarodne udruge s misijama u Hrvatskoj.

## **Svi različiti –svi jednaki**

Projekt je bio dijelom Hrvatske nacionalne kampanje protiv svih vrsta diskriminacije, koja je provedena u sklopu kampanje Vijeća Europe. Anita Juka, tadašnja predsjednica Upravnog odbora predložena je Nacionalnom vijeću za razvoj i provedbu kampanje, a potom izabrana za Nacionalnu koordinatoricu kampanje. Otvorena medijska grupacija predložila je dvogodišnji tijek kampanje, s detaljnim skupom aktivnosti koje su se temeljile na dvije razine – nacionalnoj i lokalnoj. Nacionalna razina sastojala se od medijske kampanje s TV isječcima, umnožavanja DVD-a i dokumentarnih filmova s temom tolerancije – „Kako miriše nebo” u režiji Miroslava Sikavice, te produkcije majica sa sloganom „Svi različiti – svi jednaki”. Lokalnu razinu organizirala je lokalna vlast, koja je najbolje upoznata s aktivnostima u svojem gradu i županiji. Otvorena medijska grupacija predložila je scenarij za TV isječak, a nakon što ga je odobrio Nacionalni odbor, ga je i izradila. TV snimku emitirala je Hrvatska radiotelevizija koja predstavljena i koordinaciji kampanje Vijeća Europe, koja je bila vrlo zadovoljna viđenim.

## **Bad Blue Boys**

Produkcija dokumentarnog filma koji govori o nemogućnosti da se hrvatski branitelji socijaliziraju u današnjem hrvatskom društvu. Namjera mu je prikazati status ratnih veterana kroz priču o jednom od njih, te preispitati kako država i društvo doživljavaju veterane i brigu o njima te kako veterani vide društvo u kojem žive. Film je 2007. godine nagrađen za najbolji scenarij na danima hrvatskog filma, a prikazan je na Sarajevskom filmskom festivalu, najvažnijem festivalu u regiji, kao jedan od 20 najboljih dokumentarnih filmova iz 15 zemalja. Film je prikazan i na prestižnim dokumentarnim festivalima Punto de Vista u Španjolskoj, ZagrebDox, raskrižje Europe u Lublinu. Film je također pozvan na jedan od najvažnijih međunarodnih festivala dokumentarnog filma HotDocs u Torontu i na najprestižnije europske festivale kratkog filma u Oberhausenu i Hamburgu (Njemačka). Film koji se emitirao na Hrvatskoj radioteleviziji kontinuirano prima pozivnice za festival. Četiri filma d.o.o. vodeći je proizvođač filma, Ministarstvo kulture i Nacionalna zaklada za razvoj civilnoga društva je donator, a



Hrvatska radiotelevizija je koproducent - sudjelovala je u materijalnom doprinosu (oprema, postprodukcijski pogoni i dr.) u zamjenu za prava za emitiranje.

### **Što sa sobom preko dana**

Produkcija zatočenika u kaznionici Lepoglava, jednoj od najstrožih kaznionica u Hrvatskoj, preispituje načine resocijalizacije u hrvatskim zatvorima. Film je prikazan na brojnim međunarodnim festivalima i dobio je brojne nagrade, uključujući: Najbolji dokumentarni film na GoEast Film Festivalu (Wiesbaden, Njemačka) za „ohrabrujući, kohezivni film koji nudi duboku analizu života trojice zatvorenika kojima se nudi mogućnost sudjelovanja u kazališnoj predstavi”; 3 nagrade na Hrvatskim danima filma – Grand Prix za najbolji hrvatski film „Oktavijan” za najbolji dokumentarni film nagrađen od strane Hrvatskog društva za filmsku kritiku i nagradu za najbolju režiju; na Sarajevskom filmskom festivalu film je dobio nagradu Srce Sarajeva. Film je također prikazan na prestižnim filmskim festivalima u Montrealu, Ljubljani, Sofiji i Motovunu i pozvan je u Calcuttu i Sao Paolo. Uspjeh filma omogućio nam je da ga prebacimo na 35 mm i da imamo distribuciju filmova u Hrvatskoj, Srbiji i Bosni i Hercegovini. Tema filma i pristup likovima rezultirali su preporukama Ministarstva znanosti, obrazovanja i športa; Agencije za obrazovanje, Ureda Vlade RH za ljudska prava, Ureda Vlade RH za prevenciju droga. Preporučuju da srednjoškolci i učenici iz 7. i 8. razreda osnovnih škola gledaju film zbog poruka koje prenosi. Nakon filmske distribucije u Hrvatskoj, Sloveniji, Bosni i Hercegovini, Srbiji i Makedoniji, film je bio prikazan na Hrvatskoj radioteleviziji, Radioteleviziji Slovenija i Radioteleviziji Federacije Bosne i Hercegovine.

### **Vrt plavih ruža**

Dokumentarni film Vrt plavih ruža govori o Specijalnoj bolnici za kronične bolesti dječje dobi u Gornjoj Bistri u kojoj živi stotinjak djece i o značenju volontera za bolnicu i za život djece. Film je prepoznat kao vrijedan doprinos podizanju svijesti o tom pitanju i emitiran je na Hrvatskoj radioteleviziji i RAI-ju. Film je također nagrađen na 22. Festivalu filma i multimedije u Niepokalanowu u Poljskoj i XI. TV festivalu u Baru kao najbolji dokumentarac za duboko angažiranu priču o volonterima koji rade s djecom s posebnim potrebama, posvećujući pozornost djeci, razumijevanju i ljubavi i dobivajući od njih mnogo više – učenje ljepote življenja. Redatelj Mladen Santrić primio je nagradu za najboljeg redatelja na istom festivalu za delikatnost i umjerenost u režiji priče osjetljive teme: djece s posebnim potrebama. Za Specijalnu bolnicu pokrenuto je nekoliko dobrotvornih akcija kao izravna posljedica prikazivanja filma na Hrvatskoj radioteleviziji. Otvorena medijska grupacija je vodeći projektni menadžer, Ministarstvo kulture i Ministarstvo obitelji, branitelja i međugeneracijske solidarnosti su donatori koji su financirali izradu projekta. Hrvatska radiotelevizija je koproducent s kreativnim timom (filmski urednik, dizajner zvuka) i opremom, kao svojevrsnog doprinosa (oprema za montažu, postprodukcija zvuka).

### **Neke druge priče**

Projekt Neke druge priče je pridonosio promicanju jednakosti spolova i promicanju tolerancije među ljudima različitih nacionalnosti. Projekt se sastojao od produkcije i prikazivanja dugometražnog filma u punoj duljini u pet zemalja, u cilju poticanja kulturnog dijaloga i tolerancije kroz pokazivanje različitih nacija s različitim kulturom i religijom koje dijele iste temeljne vrijednosti. Realizacijom antologijskog filma koji se sastoji od pet kratkih filmova, u režiji pet redateljica iz pet različitih zemalja – Slovenije, Hrvatske, Srbije, Bosne i Hercegovine i Makedonije – pridonijeli smo promidžbi umjetnica i priča koje žene pričaju o ženama. Ovim smo projektom željeli napraviti kreativnu koprodukciju u kojoj je pet



ženskih redateljica iz pet različitih zemalja zajednički snimilo film. Naslov filma „Neke druge priče” odražava naš cilj da pričamo o novom svijetu i novim počecima u regiji u kojoj su ljudi ratovali jedni protiv drugih prije samo 15 godina. Stoga smo kao simbol novog života odabrali zajednički motiv za svih pet priča - trudnoću. OMG je producirao nekoliko medijskih kampanja za podizanje društvene svijesti koje su emitirane na ORF-u (austrijska televizija) i ARTE-u te nekoliko nagrađivanih (Filmski festival GoEast, Montrealski filmski festival, Europska filmska akademija, Sarajevski filmski festival, Filmski festival Sapporo, Filmski festival Toronto – HotDocs, New York itd.) filmova i dokumentarnih filmova koji promiču ljudska prava. Projekt Neke druge priče sastoji se od produkcije i prikazivanja dugometražnog filma u punoj duljini u pet zemalja, u cilju poticanja kulturnog dijaloga i tolerancije pokazujući različitim nacijama različite kulture i religije koje dijele iste temeljne vrijednosti. Realizacijom antologijskog filma koji se sastoji od pet kratkih filmova u režiji pet ženskih redateljica iz pet različitih zemalja – Slovenije, Hrvatske, Srbije, Bosne i Hercegovine i Makedonije, doprinjet ćemo promidžbi umjetnica.