



FONDACIJA ZA OTVORENO DRUŠTVO, SRBIJA  
OPEN SOCIETY FOUNDATION, SERBIA



Projekat su podržali Delegacija Evropske unije u Srbiji, u okviru programa „Podrška civilnom društvu 2015“, Fondacija za otvoreno društvo i Ministarstvo kulture i informisanja RS. Stavovi izrečeni u dokumentu predstavljaju stavove autora i ne oslikavaju stavove EU niti drugih donatora.

# JAVNI KONKURSI PROTIV JAVNOG INTERESA ANALIZA SADRŽAJA – KONKURSI ZA JAVNO INFORMISANJE U MINISTARSTVU KULTURE I INFORMISANJA

DECEMBAR 2019.

**KAŽI!**  
**TRAŽI!** ŠTA  
TE  
ZANIMA

Inicijativa za poboljšanje  
medijskog sadržaja  
plaćenog novcem građana

Ovaj dokument nastao je u okviru projekta Javni novac za javni interes\*, koji predstavlja inicijativu tri organizacije (BIRN, NUNS i Slavko Ćuruvija fondacija) za poboljšanje medijskih sadržaja plaćenih novcem građana, zakonskih regulativa i procedura koje uređuju ovu oblast, na nacionalnom i lokalnom nivou. Projekat se bavi transparentnošću državnog finansiranja medija, a ovaj dokument specifično analizom sadržaja nastalih na osnovu javnih konkursa u Ministarstvu kulture i informisanja. Urednica dokumenta je Tanja Jakobi, direktorka Centra za javne politike iz Beograda, a autor je Aleksandar Milijašević iz organizacije Dijalog.net.



Република Србија  
Министарство културе  
и информисања

Projekat su podržali Delegacija Evropske unije u Srbiji, u okviru programa „Podrška civilnom društvu 2015“ i Ministarstvo kulture i informisanja RS. Stavovi izrečeni u dokumentu predstavljaju stavove autora i ne oslikavaju stavove EU niti drugih donatora.

\* <https://kazitrazi.rs/o-projektu/>

# REZIME

BIRN predstavlja četvrti izveštaj o rezultatima analize medijskog sadržaja koji su proizvedeni na osnovu javnog konkursa za sufinansiranje proizvodnje medijskog sadržaja u 2018. godini. U ovom izveštaju bavimo se analizom sadržaja po konkursima koje je raspisalo Ministarstvo kulture i informisanja. S obzirom da ne postoji sistemska, zakonom propisana evaluacija postignutog, ovakvi izveštaji daju mogućnost zainteresovanoj i široj javnosti da stekne uvid u efikasnost mehanizma javnih konkursa za sufinansiranje medijskih sadržaja sa stanovišta kvaliteta proizvedenih priloga i transparentnosti izveštavanja o utrošenom novcu. Istovremeno, oni ukazuju na potrebu da evaluacija projekata postane zakonska obaveza u postupku sprovođenja javnih konkursa.

Nakon prvobitnog istraživanja analize sadržaja koje je BIRN sproveo u 2016. godini, ove godine u okviru projekta „Javni novac za javni interes“ iniciran je nastavak ove vrste evaluacije potrošnje javnog novca. U ovom ciklusu (u odnosu na 2016. godinu) donekle je izmenjena metodologija, a u istraživački tim uključeno je deset istraživača iz lokalnih organizacija civilnog društva.

Ministarstvo raspolaže najvećim budžetom za javne konkurse za informisanje i kroz ovaj model javne potrošnje podrži preko 300 projekata godišnje. Ukupna vrednost projekata (22) koji su obuhvaćeni istraživanjem iznosi više od 32 miliona dinara, što je oko 20% ukupne vrednosti tri konkursa koje Ministarstvo raspisuje (videti u delu Metodologija).

Analizirane projekte odlikuje tematska raznovrsnost. Preovlađuju „meke“ teme iz oblasti kulture, istorije, dečjih prava, života na selu, populacione politike, uspešnih žena, ali se deo projekata bavi i temama korupcije, ljudskih prava i posebno prava novinara. Dominantan ton u obradi tema je promotivan, a zatim slede kritički i analitički obrađeni prilozi (30%) dok je ostatak tema tretiran deskriptivno.

U odnosu na konkurse koje podržavaju lokalne samouprave, primetno je da je u projektima koji su finansirani iz budžeta Ministarstva proširen krug sagovornika u obradi tema i da dominiraju stručnjaci, eksperti za pojedine oblasti, građani (žene, mladi, deca, novinari) a zatim slede predstavnici vlasti i državnih institucija.

Takođe, u većem broju projekata u odnosu na lokalne konkurse, primetno je unošenje sadržinskih i tehničkih inovacija u obradi tema, a manji broj projekata predstavlja nastavak redovnih aktivnosti medija.

U projektima nema povrede etičkog kodeksa.

Ministarstvo kulture i informisanja prednjači u dostupnosti podataka u odnosu na lokalne samouprave (videti prethodne BIRN-ove izveštaje na sajtu kazitrazi.rs i analize sadržaja u delu Metodologija) kao i u kvalitetu

sprovedenja procedura (na primer, ovo Ministarstvo jedino sprovodi godišnje evaluacije). Ipak, tri projekta su bila nedostupna istraživačima jer ovi projekti nisu adekvatno opravdani (Essentis, GFC, Sanja Lončar PR).

Uprkos tome što Ministarstvo postavlja više standarde u pogledu sprovođenja procedure dodele sredstava, promovisanja javnog interesa i evaluacije sprovedenih konkursa, u proteklom periodu nije uočen transfer znanja i dobrih praksi na lokalni nivo.

Stoga se na kraju ovog predloga javne politike daju preporuke za izmene zakonodavnog okvira kojim bi se propisala obavezna evaluacija projekata na svim nivoima, omogućilo angažovanje eksternih eksperata za obavljanje tih poslova, olakšale procedure za podnošenje prijave na konkurs i unapredila dostupnost podataka o sprovedenim konkursima, korišćenjem e rešenja.

# KONTEKST I PRAVNI OKVIR

Evropska medijska politika definiše da javni interes u javnom prostoru mogu ostvarivati mediji bez obzira na njihov status i oblik vlasništva - javni medijski servisi, komercijalni mediji i mediji civilnog društva, koji kroz kreiranje i plasiranje medijskog sadržaja u javnom prostoru, mogu da doprinose, podstiču i afirmišu ostvarenje javnog interesa.

Član 10. Evropske konvencije o ljudskim pravima afirmiše i podstiče slobodan protok informacija, kao i slobodu izražavanja, primanja i davanja informacija, bez mešanja javne vlasti i bez obzira na granice, čime se ostvaruje jedan od osnovnih standarda – udaljavanje i sprečavanje uticaja raznih centara moći na medijski sistem u jednom društvu.

Na tragu evropskih standarda u Srbiji je reformom medijskog zakonodavstva<sup>1</sup> otvoren prostor za finansiranje javnog interesa u medijima, a Zakonom o javnom informisanju i medijima<sup>2</sup> u članu 15. bliže je definisan njegov sadržaj.<sup>3</sup> Novim zakonodavnim okvirom formalno je redefinisano odnoš države i medija, a pitanje javnog interesa stavljeno je u prvi plan. Uspostavljenim mehanizmom budžetskog finansiranja omogućeno je da organi vlasti na svih nivoima na osnovu sprovedenog javnog poziva dodeljuju novac za projekte proizvodnje medijskog sadržaja koji služe ostvarivanju javnog interesa. Time je fokus premešten sa finansiranja medija na finansiranje medijskih sadržaja.

Zakon daje glavne smernice ključnim akterima za ostvarivanje javnog interesa u medijskoj sferi i propisuje konkursnu proceduru, kao i obavezu državnih organa da vrše nadzor sprovođenja javnih konkursa i namenskog trošenja budžetskih sredstava, a Pravilnik o sufinansiranju projekata za ostvarivanje javnog interesa u oblasti javnog informisanja detaljno propisuje konkursnu proceduru<sup>4</sup>. Između ostalog ovaj podzakonski akt predviđa mogućnost državnog organa koji raspisuje konkurs da po okončanju konkursa uradi izveštaj o sprovedenom konkursu uključujući tu i analizu kvaliteta podržanih projekata. Za ove poslove državni organ može angažovati nezavisne stručnjake iz oblasti informisanja i/ili medijske radnike. Izveštaj i analizu nezavisnih stručnjaka državni organ treba da objavi na svom veb sajtu.

<sup>1</sup> Strategija razvoja sistema javnog informisanja u republici Srbiji do 2016. godine ("Sl. glasnik RS", br. 75/2011)

<sup>2</sup> Zakon o javnom informisanju i medijima ("Sl. glasnik RS", br. 83/2014, 58/2015 i 12/2016 - autentično tumačenje)

<sup>3</sup> U članu 15. kaže se Zakona kaže se da javni interes u oblasti informisanja predstavlja istinito, nepristrasno, pravovremeno i potpuno informisanje svih građana, informisanje manjinskih grupa, kao i podršku u proizvodnji raznovrsnog medijskog sadržaja (u oblastima razvoja ljudskih prava i demokratije, unapređivanja pravne i socijalne države, zaštite dece i mladih, razvoja kulturnog i umetničkog stvaralaštva, razvoja obrazovanja, uključujući i medijsku pismenost kao deo obrazovnog sistema, razvoja nauke, razvoja sporta i fizičke kulture i zaštite životne sredine i zdravlja ljudi).

<sup>4</sup> Pravilnik je dostupan na sajtu Ministarstva kulture i informisanja <http://www.kultura.gov.rs/lat/dokumenti/propisi-iz-oblasti-medija/pravilnik-o-izmenama-i-dopunama-pravilnika-o-sufinansiranju-projekata-za-ostvarivanje-javnog-interesa-u-oblasti-javnog-informisanja>

Ministarstvo kulture i informisanja jedna je od retkih institucija koja sprovodi evaluacije javnih konkursa<sup>5</sup>, u kojima se daje pregled podržanih projekata, kao i sprovedenih aktivnosti za svaki od tih projekata.

Izmene Zakona i Pravilnika očekuju se u toku naredne godine, jer aktuelni nacrt Medijske strategije (oktobar 2019.) u delu 4.4. između ostalog predviđa propisivanje obaveze da se vrši analiza potreba za nedostajućim medijskim sadržajima, što bi vodilo raspisivanju konkursa upravo za medijske sadržaje koji nedostaju; propisivanje obaveze nezavisne evaluacije sprovedenih projekata; propisivanja efikasnijih sankcija za nepoštovanje obaveza koje se tiču projektnog sufinansiranja; uvođenja mogućnosti centralizovanog sistema apliciranja posredstvom jedinstvene informacione platforme, koja bi davala mogućnost pretraživanja projekata, prijava i odluka po njima, te sadržala linkove na emitovane, odnosno objavljene na ovaj način finansirane sadržaje; sprovođenje nezavisne eksterne revizije finansijskih izveštaja (izdavača) medija koji su dobili sredstva na javnom konkursu za sufinansiranje medijskih sadržaja iznad određenog iznosa i obavezno objavljivanje rezultata takve revizije.

Serijski izveštaji o rezultatima analize medijskog sadržaja koji su proizvedeni na osnovu javnog konkursa za sufinansiranje proizvodnje medijskog sadržaja u 2018. godini ima za cilj da pruži dodatne argumente za usvajanje izmena predloženih u nacrtu Medijske strategije.

<sup>5</sup> Izveštaji sektora za informisanje i medije dostupni su ovde: [kultura.gov.rs/lat/konkursi/izvestaji-sektora-za-informisanje-i-medije-o-realizaciji-sufinansiranih-projekata-na-konkursima-iz-oblasti-javnog-informisanja-u-2016—godini](http://kultura.gov.rs/lat/konkursi/izvestaji-sektora-za-informisanje-i-medije-o-realizaciji-sufinansiranih-projekata-na-konkursima-iz-oblasti-javnog-informisanja-u-2016—godini)

# METODOLOGIJA I UZORAK

Uzorak istraživanja formiran je na osnovu dvogodišnjeg istraživanja Indeksa transparentnosti<sup>6</sup>. Inicijalnim uzorkom su obuhvaćeni delovi projektne dokumentacije i medijskog sadržaja nastalog na osnovu javnih konkursa sprovedenih u toku 2018. godine (izveštaji i medijski sadržaj predati su institucijama početkom 2019. godine) i to u Ministarstvu kulture i informisanja, Pokrajinskom Sekretarijatu za javno informisanje, kao i gradovima Beograd, Smederevo, Niš, Šabac, Valjevo, Loznica, Zaječar, Požarevac, Leskovac, Vranje, Kragujevac, Kruševac, Pančevo, Vršac, Novi Sad, Subotica, Užice, Novi Pazar, Pirot i Dimitrovgrad<sup>7</sup>.

Uzorak istraživanja u Ministarstvu kulture formiran je nešto drugačije u odnosu na lokalne samouprave<sup>8</sup>, uzimajući u obzir raspoložive resurse naspram velikog broja podržanih projekata u Ministarstvu i visinu opredeljenog budžeta.

Ministarstvo raspisuje ukupno 10 različitih konkursa (koji, između ostalih uključuju i konkurse za unapređenje profesionalnih standarda, informisanje pripadnika manjina, osoba sa invaliditetom, medija na KiM, Srba u dijaspori, kao i konkurse za različite tipove medija).

Analizirana su tri konkursa u 2018. godini ukupne vrednosti 161.955.890,00 dinara. Obuhvaćeni su konkursi raspisani za različite tipove medija i to:

- Konkurs za sufinansiranje projekata proizvodnje medijskih sadržaja za radio i internet medije u 2018. godini (ukupno predviđeno **57.955.890,00 dinara**), ukupno 121 podržan projekat;
- Konkurs za sufinansiranje projekata proizvodnje medijskih sadržaja za štampane medije i servise novinskih agencija u 2018. godini (ukupno predviđeno **32.000.000,00 dinara**) za ukupno 48 podržanih projekata;
- Konkurs za sufinansiranje projekata proizvodnje medijskih sadržaja namenjenih televiziji u 2018. godini (ukupno predviđeno **72.000.000,00 dinara**), ukupno 164 podržana projekta.

Inicijalni uzorak obuhvatio po 5 projekata iz oblasti radija, televizije, TV produkcije, onlajn i štampanih medija/novinskih agencija sa najvećim odobrenim budžetima.

<sup>6</sup> Celokupno istraživanje videti ovde: <https://kazitrazi.rs/indeks-transparentnosti-2018/>

<sup>7</sup> Izveštaji i analize sadržaja za lokalne samouprave objavljeni su na projektnom sajtu kazitrazi.rs na sledećim linkovima: Izveštaj I je ovde <https://kazitrazi.rs/wp-content/uploads/2019/12/Javni-konkursi-analiza-sadrzaja-Leskovac-Vranje-Pozarevac-Zajecar-Valjevo.pdf>, Izveštaj II je ovde <https://kazitrazi.rs/wp-content/uploads/2019/12/Javni-konkursi-analiza-sadrzaja-novi-sad-subotica-smederevo-kruisevac.pdf>, Izveštaj III je ovde <https://kazitrazi.rs/wp-content/uploads/2019/12/Javni-konkursi-analiza-sadrzaja-Pancevo-Uzice-Sabac-Pirot-Dimitrovgrad.pdf>

<sup>8</sup> Analizom nisu obuhvaćeni svi projekti podržani na navedenim lokalnim samoupravama, već su, zbog ograničenih kapaciteta, uzorkom obuhvaćena po dva najskuplja projekta za TV produkciju, dva za radijsku, dva za internet, 2 za štampu i 2 za nezavisne produkcije. Ukupno, deset projekata po lokalnoj samoupravi. Uzorak je smanjivan u gradovima gde nije bilo odgovarajućih projekata (na primer, nije bilo podržanih projekata dva štampana medija, već samo jednog, pa je uzorak smanjen sa deset na 9 projekata).

Od planiranih 25 projekata, njih 22 je ušlo u finalnu analizu istraživanja jer su projekti produkcija Essentis<sup>9</sup>, GFC (dva najskuplja projekta konkursa) i Sanja Polić PR bili nedostupni istraživačima zbog toga što navedeni projekti nisu na adekvatan način opravdani.

Ukupna vrednost projekata (22) koji su obuhvaćeni istraživanjem iznosi više od 32 miliona dinara, što je oko 20% ukupne vrednosti tri konkursa koje Ministarstvo raspisuje.

Tabelarni prikaz uzorka:

Naziv medija	Vrsta medija	Naziv projekta	Vrednost odobrenog budžeta
Studio B	Radio	Bez nasilja u školi	1.000.000,00 dinara
Radio Dženarika	Radio	O nasilju glasno	707.040,00 dinara
Rado Novi Pazar	Radio	Razgovori koji se slušaju - o porodičnom nasilju i pravima žena	900.000,00 dinara
Radio IN	Radio	Žene o ključu uspeha u 2 minuta	900.000,00 dinara
Radio Vranje	Radio	Kaldrma na mreži	900.000,00 dinara
<b>Ukupno radio</b>			<b>4.407.040,00 dinara</b>
Tesla Global Forum	Internet	Virtuelni muzej Nikola Tesla	1.000.000,00 dinara
Pištaljka(Eutopija)	Internet	Fokus na lokal: Istraživanje korupcije u organima lokalne samouprave	930.000,00 dinara
Udruženje novinara Srbije (UNS)	Internet	Dosije 14	995.850,00 dinara
TV Akademija	Internet	Mediji: Sluge i gospodari	900.000,00 dinara
<b>Ukupno internet</b>			<b>3.825.850,00 dinara</b>
<b>Total (radio i internet)</b>			<b>8.232.890,00 dinara</b>

Naziv medija	Vrsta medija	Naziv projekta	Vrednost odobrenog budžeta
Beta	Štampa/ Novinska agencija	Pogledi na Ustav Srbije	1.000.000,00 dinara
FoNet	Štampa/ Novinska agencija	Pressek	2.000.000,00 dinara
Srpska nacionalna revija (Princip Press)	Štampa/ Novinska agencija	Stogodišnjica završetka Velikog rata	1.000.000,00 dinara
NIN	Štampa/ Novinska agencija	NIN Dosije: Dijalogom do demokratije	1.200.000,00 dinara
Narodne novine	Štampa/ Novinska agencija	Niš, dom svih Nišlija	1.300.000,00 dinara
<b>Total</b>			<b>6.500.000,00 dinara</b>

<sup>9</sup> Prema pisanju UNS-a, Ministarstvo kulture i informisanja podnelo je tužbe za povraćaj novca za 13 projekata, među njima i projekat Essentisa <http://www.rts.rs/page/stories/sr/story/125/drustvo/3627253/uns-ministarstvo-kulture-trazi-vracanje-87-miliona-zbog-nepravdanja-projekata.html>



Naziv medija	Vrsta medija	Naziv projekta	Vrednost odobrenog budžeta
Adria Media Group	Televizija/TV produkcija	Tajne Narodnog muzeja	2.000.000,00 dinara
Zona plus	Televizija/TV produkcija	Ima da nas ima	2.000.000,00 dinara
Televizija Forum	Televizija/TV produkcija	Predstavljanje seoskih žena i žena sa invaliditetom u medijima	1.564.000,00 dinara
RTV Vranje	Televizija/TV produkcija	K 5 + za malce	2.000.000,00 dinara
Televizija Fruška gora	Televizija/TV produkcija	Jaka žena, jako selo - osnažimo žene u ruralnim sredinama	2.000.000,00 dinara
Medijakult	Televizija/TV produkcija	Žene u politici - politika u ženama Srbiji 1918-2018	1.800.000,00 dinara
TV Happy	Televizija/TV produkcija	Prelo u našem sokaku	2.000.000,00 dinara
Agencija za usluge reklame i marketinga Ray dream Production	Televizija/TV produkcija	Tragom vremena	4.000.000,00 dinara
<b>Total</b>			<b>17.364.00,00 dinara</b>

Podaci su prikupljeni na osnovu Zahteva za pristup informacijama od javnog značaja kojim su istraživači tražili sledeće: predlog projekta i narativni izveštaj, kao i celokupan medijski sadržaj koji je proizveden. Finansijski izveštaji nisu obuhvaćeni ovim istraživanjem. Zahtevom je najpre tražen uvid u dokumentaciju, a potom i samostalno kopiranje potrebnog materijala. Uzimajući u obzir da dokumentacije nema u elektronskom obliku, kao i da sam sadržaj nije digitalizovan (materijal je na diskovima ili u štampanim materijalima) te da njegovo kopiranje i naknadno pregledanje traži značajno vreme, kao i da kvalitet arhiviranja dokumentacije varira među lokalnim samoupravama, samo istraživanje potrajalo je gotovo 6 meseci.

Istraživači koji su zajedno sa BIRN-om radili na istraživanju, njih 10, dolaze iz lokalnih organizacija civilnog društva i način rada koji je testiran ovim projektom može da služi kao primer dobre prakse uključivanja civilnog društva u nadzor nad sprovođenjem javnih konkursa u lokalnim sredinama.

Analiza sadržaja rađena je na osnovu posebno osmišljenog kodeksa, instrumenta kojim su se ocenjivale posebne karakteristike sadržaja. Kodeks sadrži ukupno 20 kategorija i to: naziv institucije, naziv medija, naziv projekta, tip medija, društvene grupe kojim se sadržaj bavi, primarni tematski fokus, relevantnost teme u odnosu na javni konkurs, tretman sadržaja, originalnost sadržaja u odnosu na redovnu produkciju, izvori, povrede Etičkog kodeksa novinara, broj dostavljenih jedinica sadržaja, ukupna cena projekta, rezime projekta iz projektne prijave, rezime projekta iz narativnog izveštaja, postignuti rezultati (iz narativnog izveštaja), da li je finansijer označen, da li je bilo odstupanja između predloga projekta i narativnog izveštaja i napomene. To praktično znači, da je svaki projekat „seciran“ na osnovu ovih 20 kategorija, a dobijeni rezultati se obrađuju zbirno, za svaku kategoriju.

# NALAZI

Podržane projekte karakteriše raznovrsnosti tema i pluralizam u izboru sagovornika. Po tri projekta bave se istorijskim temama i kolažnim tekstovima koji prate aktuelna dešavanja. Osam projekata, po dva iz svake oblasti, posvećena su politici, poljoprivredi i životu na selu, kulturi u umetnosti i problemu vršnjačkog nasilja. Preostalih osam projekata bave se širokim spektrom tema poput populacione politike, ubistva novinara, evropskih integracija, medijske pismenosti, osetljivih društvenih grupa, problema mladih, ljudskih prava i korupcije.

U najvećem broju analiziranih projekata (10 od 22) preovlađuje promotivni pristup u obradi tema, dok je u sadržaju 8 projekata uočljiv problemski i analitički pristup temi. Sadržaj preostala 4 projekta istraživači su okarakterisali kao deskriptivan.

Najčešći sagovornici u priložima su eksperti za obrađivane teme dok su na drugom mestu predstavnici drugih institucija i javnih preduzeća. Kroz projekte se može čuti glas i predstavnika civilnog društva i medija, umetnika i radnika u kulturi, kao i samih građana. U jednom projektu kao sagovornici zastupljeni su i predstavnici opozicionih partija.

Za medijske sadržaje proizvedene na konkursima karakteristično je da se oni pretežno obraćaju široj populaciji. Među specifičnim publikama izdvajaju se žene, mladi i novinari,

Kada je u pitanju originalnost proizvedenog sadržaja, u 11 projekata uvedene su novine koje do tada nisu postojale u mediju. Sadržaji 6 projekata predstavljaju nastavak regularnog programa, dok su sadržaji 5 projekata nastali kao kombinacija novog i postojećeg modifikovanog sadržaja.

U analiziranim projektima nije bilo povrede etičkog kodeksa.

Analizom dostupnog materijala uočena su i neka odstupanja u odnosu na predlog projekta medija. Tako se na primeru udruženja „Tesla global foruma“ iz Novog Sada može videti da prilozi ne tretiraju rad Nikole Tesle onako kako je to u prijavi za projekat navedeno, već da se radi o snimcima i fotografijama sa dodele nagrada Bela golubica.

Projekat radija Studija B „Bez nasilja u školi“ obuhvata 24 emisije, od čega se u 18 pojavljuje svega 6 sagovornika (isti sagovornik pojavio se u tri emisije).

Sa druge strane, istraživači su tokom analize uočili i nekoliko kvalitetno sprovedenih projekata. Među njima su projekti Pištaljke, NIN-a, Bete, Foneta, TV Forum Prijepolje i sl. koji na analitički i problemski način obrađuju teme i uvode širok krug sagovornika relevantnih za izabrane teme.

Kao jedan od retkih projekata u kojima se čuju i glasovi opozicije istraživači su izdvojili projekat novinske agencije FoNet „Pressek“, uz obrazloženje da se radi o formatu koji predstavlja balansiran, analitički i kritički osvrt na aktuelna politička dešavanja.

## Radio

Na osnovu konkursa za sufinansiranje projekata proizvodnje medijskih sadržaja za radio i internet medije u 2018. godini, Ministarstvo kulture i informisanja Republike Srbije ukupno je rasporedilo 57.955.890,00 dinara za 56 projekata.

Našom analizom je obuhvaćeno 5 projekata kojima je ukupno raspoređeno 4.407.000,00 dinara.

Proizvedeni sadržaj namenjen je opštoj populaciji, mladima i ženama. Po dva projekta tretiraju temu nasilja među mladima (vršnjačko nasilje), dva projekta se bave porodičnim nasiljem i pravima žena u društvu, dok je jedan projekat proizveo kolažnog tipa i obrađuje različite teme relevantne za sve društvene grupe.

Iako je reč o temama koje su veoma relevantne za društveni trenutak u Srbiji, način na koji su one obrađene nije zadovoljavajući. Propuštena je prilika da se uđe dublje u uzroke i posledice nasilja kao na nivou pojedinaca i porodice tako i u širem društvenom kontekstu. Umesto toga, prevladava promotivni ili deskriptivan pristup u obradi tema.

Dobar primer je serija emisija radija Novi Pazar *Razgovori koji se slušaju - o porodičnom nasilju i pravima žena* radija u kojima se na analitički način pristupa temi nasilja u porodici, i kroz dijaloge sa stručnjacima, predstavnicima institucija i NVO ukazuje na problematiku i moguća rešenja. Emisije *Žene o ključu uspeha u 2 minuta* Radija IN promovisu žensko preduzetništvo i poslovni uspeh. Cilj projekta je bio da predstave uspešne žene i njihove priče, što je i ostvareno. Izostalo je dublje bavljenje ovom temom, već je akcenat stavljen na kratku promotivnu formu.

U dva analizirana projekta istraživači su utvrdili da proizvedeni medijski sadržaj predstavlja uvođenje novine koja do tada nije postojala u mediju. Tako na primer, *Kaldrma na mreži*, projekat Radio Vranja, predstavlja uspešan primer digitalizacije arhivske radio građe koja je kroz ovaj projekat postala dostupna slušaocima i posetiocima sajta ovog radija.

U priložima se najčešće citiraju predstavnici lokalnih institucija (centar za socijalni rad, zaposleni u obrazovnom sistemu) eksperti (uglavnom je reč o psiholozima i pedagogima) i predstavnici/ce različitih društvenih grupa na lokalnom nivou.

U analiziranom medijskom sadržaju nisu evidentirane povrede etičkog novinarskog kodeksa.

## Internet

Od ukupno 65 projekata za proizvodnju medijskog sadržaja za internet, našom analizom je obuhvaćeno 4 projekta, kojima je dodeljeno ukupno 3.825.850,00 dinara.

Analizirani prilozi se bave temama iz oblasti nauke i umetnosti, korupcije u organima lokalne vlasti u Srbiji, ubistvima 14 novinara na Kosovu i Metohiji

tokom i nakon oružanih sukoba 1999. godine i medijskom pismenošću i ulogom medija u društvu.

Od analizirana 4 projekta, 3 su analitička i neguju kritički pristup temi, dok je jedan promotivnog tipa. U tri analizirana projekta istraživači su utvrdili da proizvedeni medijski sadržaj predstavlja originalnu produkciju i uvođenje novina u sadržaju, dok se u jednom identifikuje delimično modifikovanje odnosno dopuna postojeće produkcije medijskog sadržaja.

Projekat portala Pištaljka redak je i pozitivan primer izveštavanja o korupciji na lokalnom nivou. Ovakvim projektima se unapređuje kvalitet informisanja građana o temama iz domena vladavine prava, te ojačava uloga medija kao „čuvara javnosti“.

Sa druge strane, kod udruženja Tesla global forum iz Novog Sada, pojavljuje se neslaganje u predlogu projekta i dostavljenog sadržaja. Dostavljeno je 4 video priloga od predviđenih 6, a oni ne tretiraju rad Nikole Tesle kako je u predlogu projekta navedeno nego predstavljaju snimke i fotografije sa dodele nagrade „Bela golubica“.

Kao glavni sagovornici u ovim projektima izdvajaju se naučni radnici i umetnici, novinari i studenti novinarstva, kao i predstavnici lokalnih javnih institucija i preduzeća, ali i akteri za koje se sumnja da su učestvovali u ubistvu novinara (od najviših kosovskih funkcionera do plaćenih ubica). Takođe, citiraju se i humanitarni radnici, nosioci vlasti na lokalnom nivou, ali i predstavnici međunarodnih institucija na Kosovu i Metohiji, predstavnici pravosudnih organa, internacionalnih medija i sl.

Projekti se obraćaju najširoj populaciji. U analiziranom medijskom sadržaju nisu evidentirane povrede etičkog novinarskog kodeksa.

Kada je reč o analizi projektne dokumentacije projekta Udruženja novinara Srbije (UNS), naši istraživači su utvrdili da je urađeno je 20 tekstova više nego što je predlogom projekta predviđeno, kao i da je deo tekstova objavljen i pre odluke Ministarstva o finansiranju projekta što je i u narativnom izveštaju navedeno.

## Televizija

Na osnovu konkursa za sufinansiranje projekata proizvodnje medijskih sadržaja namenjenju televiziji u 2018. godini, Ministarstvo kulture i informisanja Republike Srbije ukupno je za 61 projekat rasporedilo 72.000.000,00 dinara.

U okviru 8 projekata, odnosno 24% od ukupne vrednosti odobrenih projekata u ovom tipu medija, u našem uzorku realizovano je preko 150 medijskih sadržaja u ukupnoj vrednosti od 17.364.000,00 dinara.

Obuhvaćene su teme: nataliteta i populacione politike, položaja žena u ruralnim područjima, kao i žena koje se aktivno bave politikom, kvaliteta života dece i mladih, kulture i umetnosti.

Projekat koji se odnosi na predstavljanje seoskih žena i žena sa invaliditetom u medijima je temeljno i analitički istraživao temu kojoj se bavio. Predstavljanje

seoskih žena i žena sa invaliditetom u medijima TV Forum produkcije kroz seriju emisija otvara prostor za seoske žene i žene sa invaliditetom da govore o problemima i izazovima sa kojima se svakodnevno suočavaju što predstavlja novinu u sadržaju i dobru praksu otvaranja medija za glasove koji dolaze iz manjinskih i marginalizovanih grupa.

Preostali projekti koji su fokusirani na prava žena su promotivnog karaktera. Istraživači ističu serijal od 15 reportažnih priča iz sremskih sela kojima se promoviše ekonomsko osnaživanje žena koje žive i rade na selu. Tople, ljudske priče koje pričaju same žene. Projekat produkcije Medijakult donosi serijal od 7 emisija o ženama koje su svojim životima menjale tok istorije, a malo su poznate široj javnosti. Temeljno istraženo, puno istorijskih, arhivskih podataka.

Jedan projekat se fokusirao na temu populacione politike koja je 2018. godine bila u žiži javnosti, zbog izmena zakona o finansijskoj podršci porodici. *Ima da nas ima* projekat TV Zona Plus predstavlja skup kolažnih emisija i vesti u čijem fokusu je promocija porodice i informisanje građana o temama vezanim za populacionu politiku. Vesti koje se bave ovom temom ne predstavljaju novinu u odnosu na redovni sadržaj, dok su emisije promotivnog karaktera (gošće u emisiji su žene sa više dece). Preovlađujući ton je deskriptivan, bez dublje analize fenomena: ostaje se na opisu trenutnog stanja u Nišu i okolini kroz dijalog sa lokalnim predstavnicima institucija.

*K5+ za malce* RTV Vranje je kolažna emisija namenjena deci koja pokriva nedostatak kvalitetnih dečijih sadržaja na televiziji. Emisija je zabavnog i informativnog karaktera, i predstavlja novinu u odnosu na postojeću produkciju televizije.

Za TV Happy produkciju *Prelo u našem sokaku* dostavljena je jedna emisija koja se bavi Loznicom i njenim kulturnim i privrednim potencijalima. Emisija je izrazito dinamična i promoviše lokalnu opštinu kroz dijalog sa nosiocima vlasti, lokalnim privrednicima i radnicima u kulturi. Ovakav tip programa upadljivo se razlikuje od ostatka produkcije TV Happy koja važi za jednu od televizija sa najviše prekršaja etičkog kodeksa novinara.

Projekti se, proizvedenim medijskim sadržajem, obraćaju lokalnoj populaciji (2 projekta), deci (1 projekat), ženama (3 projekta), kao i umetnicima i kulturnim radnicima (2 projekta). U prilogima nije bilo povreda etičkog novinarskog kodeksa.

Kao glavni nosioci izjava u proizvedenom medijskom sadržaju pojavljuju se stručnjaci iz raznih oblasti relevantni za odabrane teme a zatim i predstavnici raznovrsnih društvenih grupa u datoj lokalnoj zajednici.

U svim medijskim sadržajima je jasno navedeno da su proizvedeni u okviru projekata koje je podržalo Ministarstvo kulture i informisanja.

### Štampa i novinske agencije

Na osnovu konkursa za sufinansiranje projekata proizvodnje medijskih sadržaja za štampane medije i servise novinskih agencija u 2018. godini, Ministarstvo kulture i informisanja Republike Srbije ukupno je za 48 projekata rasporedilo 32.000.000,00 dinara.

U okviru 5 projekta, odnosno 20% od ukupne vrednosti odobrenih projekata za ovaj tip medija, u našem uzorku realizovano je čak 7401 medijskih sadržaja (od toga 7314 od strane agencije Fonet) u ukupnoj vrednosti od 6.500.000.00 dinara.

Projekti pokrivaju raznovrsne teme: politiku (dva projekta), istoriju (jedan projekat), osobe sa invaliditetom (jedan projekat) kao i na proces evropskih integracija i ustav i pravosudne reforme u Republici Srbiji (jedan projekat).

Projekti u ovom uzorku mahom temeljno i analitički istražuju teme, uz učešće više izvora informacija i primetne predloge za rešenje uočenih problema (NIN, Fonet i Beta).

Proizvedeni medijski sadržaj predstavlja nastavak redovne produkcije medija čiji su projekti bili predmet analize naših istraživača.

Kao glavni nosioci izjava u proizvedenom medijskom sadržaju sva četiri projekta pojavljuju se eksperti iz oblasti na koje se sadržaj odnosi. Pored njih, u istoj ulozi pojavljuju se i predstavnici izvršne, zakonodavne i sudske vlasti. Pored toga citirani su različiti predstavnici organizacija civilnog društva, političkih partija i predstavnika drugih institucija vlasti na lokalnom nivou.

Projekti se obraćaju opštoj populaciji, institucijama na nacionalnom nivou, vladinim i nevladinim organizacijama koje se bave evropskim integracijama, ustavnim i pravosudnim reformama. Pored toga, proizvedeni medijski sadržaj se bavi i istorijskim ličnostima i događajima.

Nije bilo evidentiranih povreda etičkog novinarskog kodeksa.

U projektu nedeljnika NIN i Narodnih novina jasno je navedeno da sadržaj proizveden u okviru projekta koje je podržalo Ministarstvo kulture i informisanja. Za preostala tri projekta nije bilo moguće utvrditi da li je medijski sadržaj proizveden uz finansijsku podršku Ministarstva kulture i informisanja jasno obeležen.

# ZAKLJUČCI

Sadržaji koji su proizvedeni i analizirani odgovaraju široko zakonski definisanom javnom interesu. U analiziranom medijskom sadržaju obrađivane su teme koje su važne za građane i građanke Republike Srbije i kvalitet njihovog života. Teme kao što su pitanje evropskih integracija, ustavnih reformi, ali i teme koje se odnose na oblast vladavine prava mogu se okarakterisati kao društveno važne teme i proizvedeni medijski sadržaj može poslužiti za pokretanje javnog dijaloga o unapređenju društva u svakoj od navedenih oblasti.

Pored toga, medijski sadržaj tretira i takozvane „meke“ teme kao što su umetnost, kultura, poljoprivrede i života na selu, položaj mladih i sl., čime je proizvedeni medijski sadržaj u okviru konkursa u 2018. doprineo tematskoj raznolikosti ponuđenog sadržaja.

U analiziranom medijskom sadržaju u jednoj trećini obrađenog materijala prevladuje analitički pristup, a teme se temeljno istražuju uz korišćenje više različitih izvora. Većina projekta odnosno 2/3 je reportažnog tipa i, obrađuje različite ljudske priče.

U obrađenim projektima citira se veoma širok krug sagovornika uključujući predstavnike državnih institucija i javnih preduzeća, stručna lica iz akademske zajednice, nosioci funkcija na lokalnom i republičkom nivou, predstavnici civilnog sektora i drugih grupa građana. Za razliku od projekta podržanih na lokalnom nivou, u ovim projektima građani su znatno više zastupljeni kao relevantni sagovornici.

U analiziranom medijskom sadržaju nije bilo primera teške povrede etičkog kodeksa.

U analiziranom medijskom sadržaju uočava se uvođenje inovacija koje do tada nisu postojale u mediju. I pored toga, nastavlja se trend da proizvedeni medijski sadržaj predstavlja nastavak redovnog programa koji je postojao i pre raspisanog konkursa, kao i da se postojeći medijski sadržaj modifikuje i nadograđuje.

# PREPORUKE

## Ministarstvo kulture i informisanja

- Izmeniti Zakon o javnom informisanju i medijima i, u skladu sa tim, prateći Pravilnik tako da evaluacija projekata postane obavezna etapa u javnim konkursima. Evaluaciju bi mogli da sprovedu spoljni saradnici ili ekspertske organizacije, a predlog je da oni budu birani na javnom konkursu (poput stručnjaka koji se biraju za rad u komisijama za ocenjivanje projektnih prijava).
- U okviru izmena i dopuna zakonskih i podzakonskih akata predvideti obavezu organa javne vlasti koji raspisuje konkurs koji doprinosi ostvarenju javnog interesa u informisanju da proizvedeni medijski sadržaj bude dostupan na veb sajtu organa javne vlasti.
- Organizovati seriju obuka za predstavnike lokalnih samouprava kako bi se unapredili njihovi kapaciteti i eventualno razjasnile nejasnoće u procedurama.
- Inicirati u saradnji sa drugim relevantnim ministarstvima i službama formiranje onlajn aplikacije koja bi služila za podnošenje konkursnih prijava, prateće dokumentacije i narativnih i finansijskih izveštaja. Ovo bi uveliko olakšalo i proces evaluacije jer bi sva potrebna dokumenta bila dostupna u onlajn bazi.

## Ministarstvo kulture i informisanja i Ministarstvo državne uprave i lokalne samouprave

- Unaprediti i uskladiti saradnju dva ministarstva u oblastima upravljanja projektnim ciklusom na lokalnom nivou, uvođenjem transparentnijih procedura u apliciranje i sprovođenje konkursa i kontrolu i evaluaciju utrošenih sredstava.

## Mediji

- Koristiti javne konkurse za unapređenje medijskog sadržaja, odnosno sadržaja koji su važni za ostvarivanje javnog interesa a koji nedostaju u sadržaju medija a ne mogu se finansirati iz redovne produkcije. Ovo se pre svega odnosi na teme od društvenog značaja kao što su jačanje pravne države, promocija ljudskih prava, promocija dijaloga u društvu.



- Kroz modalitet konkursnog sufinansiranja inovirati i tehnički unaprediti kvalitet medijske produkcije, te uvoditi nove, modernije novinarske žanrove, unaprediti promociju tekstova na više različitih platformi i koristiti digitalne formate.
- Javni konkursi ne bi trebalo da služe za prikriveno subvencionisanje medija, te mediji ne bi trebalo da konkurišu projektima kojima se maskira redovno funkcionisanje i delovi redovnog programa.

### **Novinarska i medijska udruženja**

- Novinarska i medijska udruženja, kao i organizacije civilnog društva trebalo bi da organizuju obuku za medijske radnike iz oblasti upravljanja projektnim ciklusom i pisanja predloga projekata, ali i strateškog planiranja. Na taj način obezbedilo bi se unapređenje kapaciteta medija i doprinelo bi se unapređenju kvaliteta projekata, a samim tim i medijskog sadržaja.

# ANEKS: TABELARNI PRIKAZ AKTIVNOSTI I REZULTATA IZ NARATIVNIH IZVEŠTAJA MEDIJA

## RADIO

Naziv medija: **Studio B**

Naziv projekta: **Bez nasilja u školi**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Studio B je realizovao projekat kao 24 radijske emisije koje su se bavile sve češćim problemom vršnjačkog nasilja sa kojima se deca i omladina suočavaju. Koristeći razgovore sa decom i omladinom, roditeljima kao i istraživanja koje je sprovodio Unicef u emisijama je pokazano da je većina dece bar jednom bila izložena nekom obliku vršnjačkog nasilja sa manjim ili većim posledicama. Takođe, emisije su obradile i slučajeve

gde je po istraživanjima svako četvrto dete u toku školovanja bilo izloženo maltretiranju drugova iz klupe koja su nekada bila uočljiva a nekada vešto prikrivana. Obavljeni su brojni razgovori sa decom, omladinom, roditeljima, predstavnicima institucija koje se bave zaštitom dece i omladine, stručnjacima medicinske struke, prosvetnim radnicima, direktorima škola, policijom.. Izrađene su špice, predprodukcija i postprodukcija.

**POSTIGNUTI REZULTATI:** Emisije su značajno ukazale na sve učestalije i nažalost brutalnije oblike vršnjačkog nasilja. Na osnovu poziva slušalaca nakon emitovanja emisija zaključili smo da je odziv stanovništva a pre svega ciljnih grupa kojima je projekat i namenjen u priličnom broju. Slušaoci su nas

obaveštavali da su u nekim sredinama formirali timove za prevenciju i edukaciju dece za prihvatanje različitosti bilo koje vrste. Neke sredine, zahvaljujući emitovanju su se prvi put upoznale koliko je vršnjačko nasilje u ekspanziji. Mišljenja smo da je cilj projekta u potpunosti postignut.

Naziv medija: **Radio Džendarika**

Naziv projekta: **O nasilju glasno**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Projekat „O nasilju glasno“ realizovan je u periodu 07.07. 2018. do 30.12.2018. i obuhvatio je pripreme aktivnosti, realizaciju emisija, sumiranje rezultata i pisanje izveštaja. Emisije na temu vršnjačkog nasilja u čačanskim školama i njihove prevencije su slušalačkoj javnosti na radju Džendarika. Kako se program radija Džendarika emituje i uživo preko striminga na portalu Džendarika Info, čitaoci i pratioci internet portala takođe su, kao šira javnost, imali priliku da se upoznaju sa njegovim sadržajem.

Aktivnosti su se sprovodile kroz produkciju i emitovanje polučasovnih emisija u formatu razgovora iz studija odnosno emitovanog snimljeno razgovora sa sagovornikom, a rezultirale su iz svakodnevnog rada projektnog tima u komunikaciji sa predstavnicima primarne ciljne grupe, resorno zaduženim za vaspitanje i bezbednosti dece.

Emisije su bile tematskog karaktera, a njihov sadržaj je predstavljen slušaocima na način: da se ukaže na trenutno

stanje i pokazatelje rasprostranjenosti vršnjačkog nasilja u čačanskim školama; da se deca školskog uzrasta upoznaju sa svim oblicima vršnjačkog nasilja i da ih prepoznaju; da razlikuju adolescentsko ponašanje od specifičnih i teško uočljivih oblika nasilja; da pravovremeno postupaju i reaguju i prijave nasilje u školi. Promovisani su aktuelni programi za nastavno osoblje i aktuelni programi za učenike na temu prepoznavanja i prevencije vršnjačkog nasilja.

Imajući u vidu profil ciljnih grupa, ovaj medijski format komunikacije između primarne i sekundarne ciljne grupe je korišćen kao podrška aktivnosti organa i institucija, lokalno zaduženim za praćenje i sprečavanje nasilja među decom uzrasta do 18 godina. Sadržaji emisija u ovom formatu doprineli su boljem razumevanju trenutnih problema sa kojima se deca i njihovi roditelji suočavaju ali i obrazovno-vaspitne institucije na teritoriji grada Čačka.

**POSTIGNUTI REZULTATI:** Formiran projektni tim i usvojen Plan aktivnosti;

Mladi školskog uzrasta, ali i celokupna javnost, informisani o vršnjačkom nasilju u čačanskim školama i dat doprinos izgradnji njihove svesti o različitim oblicima nasilja i mehanizmima njegove prevencije;

Javnost informisana o primeni novih vaspitno-disciplinskih mera, društveno korisnog i humanitarnog rada kao instrumenata suzbijanja nasilja u školama;

Istraženi i objavljeni stavovi, iskustva, saznanja o slučajevima vršnjačkog nasilja i mehanizmima za reagovanje i prevenciju u čačanskim školama;

Mladi podstaknuti na aktivnije učešće u organizovanju vannastavnih aktivnosti i programa u cilju prevencije vršnjačkog nasilja;

Roditelji školske dece informisani kako da prepoznaju dete nasilnika i dete koje trpi nasilje – prvi znaci upozorenja;

Medijski promovisani mehanizmi i instrumenti za stvaranje bezbednog i podsticajnog okruženja u obrazovno – vaspitnim ustanovama;

Medijski promovisane aktivnosti organa i institucija Grada Čačka, resorno zaduženih za bezbednost mladih i prevenciju vršnjačkog nasilja i programi koji promovišu prevenciju nasilja;

Izvršen interni monitoring i evaluacija;

Završeno izveštavanje.

Naziv medija: **Radio Vranje**  
Naziv projekta: **Kaldrma na mreži**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Fokus projekta, u najkraćem rečeno, ostvaren. Digitalizovali smo 12 emisija iz fonoteke Radio Vranja i učinili ih dostupnim na internetu kreiranjem podkasta.

Ispunjen i inovativni element kreiranje prve radio serije podkasting „Vranjanci govore“ koji su radili mladi iz Vranja, studenti FDU i Istorije umetnosti.

Radio Vranje je time oživeo i modernizovao deo zvučne kulturne baštine Vranja. Dali smo doprinos kulturi sećanja i zadovoljili višestruke potrebe svoje publike čineći svoj sadržaj višedecenijske starosti udaljenim na jedan klik.

Sa druge strane započeli smo i podkasting produkciju, nezavisnu od digitalizacije fonoteke. Imamo 6 originalnih medijskih sadržaja prvog podkasting serijala. Program je lako dostupan slepim i slabovidim osobama. Ovim projektom, jedna ne tako mala i beznačajna radio stanica sa juga Srbije, napravila je iskorak u moderno.

Poznati smo po sevdahu i meraku. Istorija našeg podneblja je burna, pamti mnoge osvajače, vojskovođe i svetske putnike koji su

prolazili kroz Vranje i na njega ostavljali trag, stvarali istoriju, gradili legende. Preplitanja njih i nas iznedrili su jedinstvenu vranjsku muziku po kojoj smo nadaleko poznati. Ovim projektom stvorili smo nešto novo. Na primer, tu istu muziku predstavili smo čitavom svetu kroz moderan, novi format slušanja. Podkast u projektu poslužio je kao alat kontekstualizacije već postojećeg radijskog sadržaja i kao platforma za pokretanje svežih poduhvata u online radijskoj produkciji Vranja. Digitalizovani audio materijal doveli smo u smislenu vezu kroz radijske podkast serijale koji su kao svoj početni audio materijal imali stare audio zapise koji postoje u fonoteci, ali koji su dopunjeni, osavremenjeni i prilagođeni podkastu. Korišćenje podkasta u našem slučaju nije ograničeno samo na emisije koje su već doživele premijeru. Podkast jednako dobro podnosi eksperimente, provokativne sadržaje ili sadržaje namenjene uskoj ciljnoj grupi, koji možda ne bi bili dovoljno isplativi za regularno emitovanje, ali su stanici bitni zbog imidža ili se jednostavno obraćaju slušaocima koje stanica ne želi da izgubi, a koji su pak nešto probirljiviji od prosečnog radio slušaoca. To smo i učinili.

**POSTIGNUTI REZULTATI:** 1. Formiranje prvog podkasta na Radio Vranju  
2. Kreiranje prve radio serije – podkasting „Vranjanci govore“  
3. Kreiranje sajta Radio Vranja u skladu sa savremenim trendovima, kreiranje aplikacije Radio Vranje za android pametne telefone

4. Izveštavanje o značaju digitalizacije u skladu sa državnim kursom RS i o značaju razvoja modernih tehnologija  
5. Značajno viši profesionalni kapaciteti naše medijske kuće

Naziv medija: **Tesla Global Forum**  
Naziv projekta: **Virtuelni muzej Nikola Tesla**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Tema ovog filmskog projekta je zatupljenost Nikole Tesle u virtuelnom internet svetu. Nikola Tesla je do detalja prevideo pojavu i razvoj interneta čak i u njegovoj mnogo naprednijoj verziji od ovog postojećeg. Svrha projekta je da se domaćoj i svetskoj javnosti, korisnicima interneta približe one vizije koje su postavile temelje savremenih komunikacija. Zadatak ovog projekta je da korisnike internet mreže, preko edukativnih video priloga (filmova) uvede u poznati i nepoznati virtuelni svet Nikole Tesle. Ovi kratki video radovi na zanimljiv način predstavljaju

Niklu Teslu i aktivnosti vezane za popularizaciju njegovog naučnog i civilizacijskog nasleđa internet korisnicima širom sveta. Tema medijskih sadržaja je priznanje „Bela Golubica“ koje se u čast i slavu Nikole Tesle tradicionalno dodeljuje u Novom Sadu, u Matici srpskoj, i u manastiru Šišatovac za koji je tokom svog života Tesla bio porodično, zdravstveno, emotivno i duhovno vezan. Tema filma je i serija promocija fantastične trojezične (srpski, engleski i ruski jezik) monografije „Tesla“ koje su se održavale u Filadelfiji, Njujorku, Beogradu, Podgorici, Banjaluci...

**POSTIGNUTI REZULTATI:** Rad na prikupljanju filmske, fotografske i pisane dokumentarne građe o Nikoli Tesli, rad na selektiranju prikupljene dokumentarne filmske građe o Nikoli Tesli, prikupljanje, dokumentovanje i selektiranje građe iz okvira

pop kulture i internet produkcije vezane za Nikolu Teslu, rad na izradu knjige snimanja, tonsko snimanje govornog i muzičkog materijala, montaža snimljenog filmskog i prikupljenog dokumentarnog materijala.

Naziv medija: **Radio Vranje**  
Naziv projekta: **Kaldrma na mreži**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Fokus projekta, u najkraćem rečeno, ostvaren. Digitalizovali smo 12 emisija iz fonoteke Radio Vranja i učinili ih dostupnim na internetu kreiranjem podkasta.

Ispunjen i inovativni element kreiranje prve radio serije podkasting „Vranjanci govore“ koji su radili mladi iz Vranja, studenti FDU i Istorije umetnosti.

Radio Vranje je time oživeo i modernizovao deo zvučne kulturne baštine Vranja. Dali smo doprinos kulturi sećanja i zadovoljili višestruke potrebe svoje publike čineći svoj sadržaj višedecenijske starosti udaljenim na jedan klik.

Sa druge strane započeli smo i podkasting produkciju, nezavisnu od digitalizacije fonoteke. Imamo 6 originalnih medijskih sadržaja prvog podkasting serijala. Program je lako dostupan slepim i slabovidim osobama. Ovim projektom, jedna ne tako mala i beznačajna radio stanica sa juga Srbije, napravila je iskorak u moderno.

Poznati smo po sevdahu i meraku. Istorija našeg podneblja je burna, pamti mnoge osvajače, vojskovođe i svetske putnike koji su

prolazili kroz Vranje i na njega ostavljali trag, stvarali istoriju, gradili legende. Preplitanja njih i nas iznedrili su jedinstvenu vranjsku muziku po kojoj smo nadaleko poznati. Ovim projektom stvorili smo nešto novo Na primer, tu isti muziku predstavili smo čitavom svetu kroz moderan, novi format slušanja. Podkast u projektu poslužio je kao alat kontekstualizacije već postojećeg radijskog sadržaja i kao platforma za pokretanje svežih poduhvata u online radijskoj produkciji Vranja. Digitalizovani audio materijal doveli smo u smislenu vezu kroz radijske podkast serijale koji su kao svoj početni audio materijal imali stare audio zapise koji postoje u fonoteci, ali koji su dopunjeni, osavremenjeni i prilagođeni podkastu. Korišćenje podkasta u našem slučaju nije ograničeno samo na emisije koje su već doživele premijeru. Podkast jednako dobro podnosi eksperimente, provokativne sadržaje ili sadržaje namenjene uskoj ciljnoj grupi, koji možda ne bi bili dovoljno isplativi za regularno emitovanje, ali su stanici bitni zbog imidža ili se jednostavno obraćaju slušaocima koje stanica ne želi da izgubi, a koji su pak nešto probirljiviji od prosečnog radio slušaoca. To smo i učinili.

**POSTIGNUTI REZULTATI:** 1. Formiranje prvog podkasta na Radio Vranju  
2. Kreiranje prve radio serije – podkasting „Vranjanci govore“  
3. Kreiranje sajta Radio Vranja u skladu sa savremenim trendovima, kreiranje aplikacije Radio Vranje za android pametne telefone

4. Izveštavanje o značaju digitalizacije u skladu sa državnim kursom RS i o značaju razvoja modernih tehnologija  
5. Značajno viši profesionalni kapaciteti naše medijske kuće

Naziv medija: **Tesla Global Forum**  
Naziv projekta: **Virtuelni muzej Nikola Tesla**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Tema ovog filmskog projekta je zatupljenost Nikole Tesle u virtuelnom internet svetu. Nikola Tesla je do detalja prevideo pojavu i razvoj interneta čak i u njegovoj mnogo naprednijoj verziji od ovog postojećeg. Svrha projekta je da se domaćoj i svetskoj javnosti, korisnicima interneta približe one vizije koje su postavile temelje savremenih komunikacija. Zadatak ovog projekta je da korisnike internet mreže, preko edukativnih video priloga (filmova) uvede u poznati i nepoznati virtuelni svet Nikole Tesle. Ovi kratki video radovi na zanimljiv način predstavljaju

Niklu Teslu i aktivnosti vezane za popularizaciju njegovog naučnog i civilizacijskog nasleđa internet korisnicima širom sveta. Tema medijskih sadržaja je priznanje „Bela Golubica“ koje se u čast i slavu Nikole Tesle tradicionalno dodeljuje u Novom Sadu, u Matici srpskoj, i u manastiru Šišatovac za koji je tokom svog života Tesla bio porodično, zdravstveno, emotivno i duhovno vezan. Tema filma je i serija promocija fantastične trojezične (srpski, engleski i ruski jezik) monografije „Tesla“ koje su se održavale u Filadelfiji, Njujorku, Beogradu, Podgorici, Banjaluci...

**POSTIGNUTI REZULTATI:** Rad na prikupljanju filmske, fotografske i pisane dokumentarne građe o Nikoli Tesli, rad na selektiranju prikupljene dokumentarne filmske građe o Nikoli Tesli, prikupljanje, dokumentovanje i selektiranje građe iz okvira

pop kulture i internet produkcije vezane za Nikolu Teslu, rad na izradu knjige snimanja, tonsko snimanje govornog i muzičkog materijala, montaža snimljenog filmskog i prikupljenog dokumentarnog materijala.

Naziv medija: **Pištaljka**

Naziv projekta: **Fokus na lokal: Istraživanje korupcije u organima lokalne samouprave**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Pištaljka je tokom projekta objavila 40 istraživačkih tekstova i vesti u vezi sa uzbunjivanjem, zloupotrebama na lokalnom nivou vlasti, kao i intervju sa uzbunjivačima. Projekat je izazvao veliku pažnju javnosti i drugih medija koji su prenosili Pištaljkina istraživanja, što je dovelo do povećanja odgovornosti izabranih i postavljenih funkcionera, kao i do povećanja obaveštenosti građana u uzbunjivanju, zloupotrebama na lokalnom nivou i načinima da se one spreče

**POSTIGNUTI REZULTATI:** Projekat je doprineo objektivnom, pravovremenom informisanju javnosti o korupciji na lokalnom nivou, a zatim i povećanju značaja uzbunjivača (zaposlenih u lokalnim samoupravama, pre svega) za borbu protiv korupcije, kao i kvalitetnijim informacijama koje će biti dostupne novim

i kazne. Posebnu pažnju izazvali su članci o sudskoj pobjedi uzbunjivača doktora Borka Josifovskog, o zloupotrebama na medijskim konkursima Grada Beograda, načinima na koji se troši novac poreskih obveznika namenjen oglašavanju državnih organa, itd. zahvaljujući radu Pištaljke građanima se vraća poverenje u institucije države, što je primećeno i u izveštaju holandske državne institucije za uzbunjivanje objavljenom krajem godine.

„udarnim grupama“ policije i tužilaštva za borbu protiv korupcije. Pištaljka je uz sve članke objavljivala dokumentaciju dobijenu putem Zakona o slobodnom pristupu informacijama od javnog značaja, pa je javnosti (široj i stručnoj) bilo lakše da razume situaciju i da preduzme mere iz svoje nadležnosti.

Naziv medija: **Udruženje novinara Srbije (UNS)**

Naziv projekta: **Dosije 14**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Istraživanje UNS-a o ubistvima i otmicama novinara i medijskih radnika na KiM u periodu 1998-2005. godine otkrilo je zataškavanje i opstrukciju u institucijama odgovornim za procesuiranje zločina, dovelo je do novih otkrića o otmicama i ubistvima, pomaka u istragama i zainteresovalo je domaću i međunarodnu javnost i institucije.

Rezultati istraživanja i inicijativa je i što je Skupština Evropske federacije novinara (EFJ) usvojila Rezoluciju o istragama ubistava novinara na Kosovu, a na Platformu Saveta Evrope za zaštitu novinarstva i bezbednost novinara postavljena su imena 14 nerešenih slučajeva ubistava, kidnapovanja i nestanaka srpskih i albanskih novinara i medijskih radnika na Kosovu (1998-2005). Vlada Srbije je donela odluku o proširenju nadležnosti Komisije za istraživanje ubistava novinara na slučajeve ubistava i nestanaka novinara na KiM (1998. – 2001.) Na listu ubijenih i nestalih novinara dodali smo i člana ekipe Ruske državne televizije Šabana Hotija koji je ubijen 1998. godine.

Istraga otmice Ljubomira Kneževića je opstruirana, svedoka otmice Aleksandra Simovića Sima ima, ali su kidnaperi i ubice na slobodi. Pripadnici EULEKS-a koji su istraživali ubistvo novinara Džemalja Mustafe smatrali su da iza njega stoji plaćeni ubica, a danas zaštićeni svedok EULEKS-a. Obaveštajna služba KFOR-a odbila je da preda dokumenta UNMIK-a u istrazi ubistva novinara Envera Maljokua. Policija UNMIK-a znala je za ubistvo Momira Stokuće, istrage nikada nije bilo, a prijava policiji UNMIK-a „nestala“ je iz njihove arhive. Nema ni istrage ubistva Afrima Malićija, novinara lista „Bujku“. Ovo je samo deo novih saznanja koje je u poslednjih godinu dana UNS predstavio javnosti. Kao rezultat ovih istraga i razgovora nastalo je 30 tekstova. Svi su objavljeni na sajtu UNS-a ([www.uns.org.rs](http://www.uns.org.rs)) prevedeni su na albanski i engleski jezik. Prenosili su ih i mediji na srpskom i albanskom jeziku. Istraživanje smo počeli pre nego što smo znali da će ga podržati Ministarstvo jer smo imali nova saznanja, puno poverenje porodica ubijenih i nestalih novinara i veliku odgovornost da nastavimo rad na rasvetljavanju zločina. Zato je i nastalo više tekstova nego što je projektom planirano.

**POSTIGNUTI REZULTATI:** 1. Formiran projektni tim i utvrđen način rada i zaduženja

- 1.1. Novinari su istraživali na terenu i slali informacije o svojim otkrićima
2. Objektivno informisanje, citiranje svih raspoloživih izvora, objavljene istraživačke priče na sajtu i društvenim mrežama u kojima se navode informacije iz dokumentacije.
3. Objektivnost u istraživanju i informisanju, prikupljene informacije i proverene i upoređena saznanja koja porodice i prijatelji imaju sa zvaničnim podacima u istragama. Proverena informisanost porodica o zvaničnom statusu istraga.
4. Razmena informacija, podizanje svesti o ovoj temi i njenom značaju za Srbiju, kako za medijsku zajednicu tako i za kredibilitet domaćih institucija.

5. Objavljene istraživačke priče o statusu istraga koje vodi Specijalno tužilaštvo Kosova, bolja informisanost i podsticanje daljeg medijskog izveštavanja o ovoj temi.

6. i 6.1. Objavljene istraživačke priče pored srpskog i na albanskom i engleskom jeziku, čime se povećava dostupnost informacija

7. Povećano interesovanje javnosti za status istraga ubijenih i kidnapovanih novinara i medijskih radnika na KiM – Skupština EFJ usvojila Rezoluciju o istragama ubistava novinara na Kosovu, na Platformi Saveta Evrope za zaštitu novinarstva i bezbednost novinara postavljena su imena 14 nerešenih slučajeva ubistava i otmica srpskih i albanskih novinara i medijskih radnika na Kosovu i Metohiji u periodu od 1998. do 2005. godine.

Vlada Srbije proširila je nadležnost Komisije za istraživanje ubistava novinara na slučajeve ubistava i nestanaka novinara na KiM u periodu 1998. do 2001.

Naziv medija: **Medija centar Beograd**  
 Naziv projekta: **Mediji: Sluge i gospodari**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Projekat serije televizijskih emisija „Mediji — sluge i gospodari“, podrazumeva realizaciju pet petominutnih emisija koje za temu imaju medijska manipulacije i edukaciju pravilnog i tačnog čitanja medijskih sadržaja i projekata. Svaka od emisija ilustruje po jedan istorijski primer medijskih manipulacija, od nastanka elektronskih medija do danas.

Primeri koje smo obrađivali su sledeći: radio drama „Rat svetova“ Orsona Velsa, Dokumentarni film „Trijumf volje“ autorke Leni Rifenštal, medijske manipulacije američkih medija pre i tokom ratova u Iraku i Siriji, manipulacije i izveštavanja televizija sa teritorije SFRJ pre i tokom ratova i medijske manipulacije i lažne vesti koje karakterišu početak 21. veka i pojavu masovnih društvenih mreža.

Svaki primer ilustruje jednu epohu i poseban način manipulacije javnim mnjenjem. Svi primeri ilustrovani su dokumentarno — arhivskim sadržajem koji objašnjava ili podseća na događaje ali i tumači mehanizam manipulacije kojem su tadašnji ili sadašnji konzumenti medijskog sadržaja bili izloženi.

**POSTIGNUTI REZULTATI:** Projekat serije televizijskih emisija „Mediji — sluge i gospodari“, podrazumeva realizaciju pet petominutnih emisija koje za temu imaju medijska manipulacije i edukaciju pravilnog i tačnog čitanja medijskih sadržaja i projekata. Svaka od emisija ilustruje po jedan istorijski primer medijskih manipulacija, od nastanka elektronskih medija do danas.

Primeri koje smo obrađivali su sledeći: radio drama „Rat svetova“ Orsona Velsa, Dokumentarni film „Trijumf volje“ autorke Leni Rifenštal, medijske manipulacije američkih medija pre i tokom ratova u Iraku i Siriji, manipulacije i izveštavanja televizija sa teritorije SFRJ pre i tokom ratova i medijske manipulacije i lažne vesti koje karakterišu početak 21. veka i pojavu masovnih društvenih mreža.

Svaki primer ilustruje jednu epohu i poseban način manipulacije javnim mnjenjem. Svi primeri ilustrovani su dokumentarno — arhivskim sadržajem koji objašnjava ili podseća na događaje ali i tumači mehanizam manipulacije kojem su tadašnji ili sadašnji konzumenti medijskog sadržaja bili izloženi.

Navedeni primeri bili su povod za pet tematskih tribina studenata fakulteta sa kojima sarađuje TV Akademija — FPN, FMK, Filozofskog i Pravnog fakulteta.

Primeri i najupečatljivije poente sa tribina su deo svake pojedinačne epizode serije „Mediji — sluge i gospodari“, zapažanja

Navedeni primeri bili su povod za pet tematskih tribina studenata fakulteta sa kojima sarađuje TV Akademija — FPN, FMK, Filozofskog i Pravnog fakulteta.

Primeri i najupečatljivije poente sa tribina su deo svake pojedinačne epizode serije „Mediji — sluge i gospodari“, zapažanja i razmišljanja sa tribine su osnov za analiza i objašnjenje po jednog medijskog eksperta na kraju svake epizode. Zadatak eksperata bio je da objasni manipulaciju koja je prikazana i uputi gledaoce u moguća tumačenja i poređenja sa manipulacijama sa kojima se suočavamo u savremeno doba.

Kao što je projektom predviđeno svaku od pet tema otvorili smo jednostavnim, poznatim i upečatljivim primerom medijskih manipulacija i definisali je i objasnili tumačenjem eksperata.

U emisijama (kao eksperti) učestvuju: Vladimir Milić, novinar, direktor Produkcijske grupe Mreža, Danilo Bečković, filmski i TV reditelj, Aleksandar Radić, medijski i vojni analitičar, Maja Divac, ekspert za međunarodno medijsko pravo i Vladimir Pavićević, profesor FPN.

i razmišljanja sa tribine su osnov za analiza i objašnjenje po jednog medijskog eksperta na kraju svake epizode. Zadatak eksperata bio je da objasni manipulaciju koja je prikazana i uputi gledaoce u moguća tumačenja i poređenja sa manipulacijama sa kojima se suočavamo u savremeno doba.

Kao što je projektom predviđeno svaku od pet tema otvorili smo jednostavnim, poznatim i upečatljivim primerom medijskih manipulacija i definisali je i objasnili tumačenjem eksperata.

U emisijama (kao eksperti) učestvuju: Vladimir Milić, novinar, direktor Produkcijske grupe Mreža, Danilo Bečković, filmski i TV reditelj, Aleksandar Radić, medijski i vojni analitičar, Maja Divac, ekspert za međunarodno medijsko pravo i Vladimir Pavićević, profesor FPN.

1. Internet sajt Medija centra
2. Internet sajt Produkcijske rupe Mreža
3. Deo nastavnog programa Fakulteta političkih nauka
4. Deo nastavnog programa Fakulteta za medije i komunikacije Beograd
5. Prisustvo na društvenim mrežama
6. Mogućnost pokretanja kampanje „Zašto (ne) verujem medijima?“



Naziv medija: **Adria Media Group**  
Naziv projekta: **Tajne Narodnog muzeja**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Projekat Tajne Narodnog muzeja, obuhvatio je produkciju 5 epizoda i prenos uživo svečane ceremonije otvaranja Narodnog muzeja, u kojima su kroz taj format ispričane priče o Narodnom muzeju iz inovativnog ugla. S obzirom na to da je Narodni muzej godinama bio nedostupan građanima Srbije, produciran serijal je od velikog značaja za kulturu. Ideja projekta je bila da gledaocima upoznamo sa zbirka muzeja koje

su malo poznate javnosti, da ih upoznamo sa detaljima koje je nemoguće videti čak ni odlaskom u muzej obzirom da su rađene u saradnji sa kustosima. Na ovaj način upoznali smo građane Srbije sa nacionalnom kulturnom baštinom koja je malo kome dostupna. Epizode su plasirane na portalima Adria medija grupe AMGTV, Espresso i Kurir i emitovane na televizijama Radio Televizija Majdanpek -T1 Televizija i TV Šabac.

**POSTIGNUTI REZULTATI:** 1) Prenos uživo svečane ceremonije otvaranja Narodnog muzeja

2) Pet epizoda serijala „Tajne Narodnog muzeja“

3) Distribucija serijala u elektronskim izdanjima Adria medija grupe i na lokalnim televizijama

4) Podignut nivo informisanosti građana o blagu i kulturnoj baštini Narodnog muzeja

Naziv medija: **Zona plus**  
Naziv projekta: **Ima da nas ima**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Projekat „Ima, da nas ima“ TV Zona plus pokrenuo je medijske formate koji su doprineli povećanju stope nataliteta na jugu i istoku Srbije, pospešivanju rađanja, kvalitetnijoj informisanosti o pronatalitetnim merama države i opštine, jačanju porodice, edukaciji reproduktivno sposobnog stanovništva, unapređivanju položaja porodica sa decom i konačno ovi sadržaj i

su doprineli smanjenju odlaska mladih sa ovih prostora.

Kroz serijal emisija i tv priloga gledaocima smo upoznali na koje sve načine lokalne samouprave podstiču rađanje, ali i pomažu porodice sa decom na svojim teritorijama. Proveravali smo šta je sve potrebno budućim majkama, od edukacije do konkretne materijalne i nematerijalne pomoći.

**POSTIGNUTI REZULTATI:** 1. Definisan tempo realizacije projektnih aktivnosti; formirana ekipa projekta koja je realizovala ekipa projekta koja je realizovala medijske sadržaje; uspostavljeni kontakti sa predstavnicama ciljnih grupa i zainteresovanih strana

2. Proizvedeno 6 edukativno-informativnih emisija, 14 TV priloga i 5 promotivnih spotova koji su promovisali povećanje

nataliteta i rađanje na jugu i istoku Srbije.

3. Prezentovane projektne aktivnosti kroz gostovanje članova projektnog tima i predstavnika partnerskih organizacija u medijima u prva tri meseca

4. Urađen po jedan finalni i narativni izveštaj.

Naziv medija: **Televizija Forum**  
Naziv projekta: **Predstavljanje seoskih žena i žena sa invaliditetom u medijima**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Na početku realizacije projekta, u pripremnj fazi, formiran je projektni tim i donesen je plan rada. Projektni tim predviđeno je da čini sedam članova/ica, ali smo zbog organizacije posla tim proširili za još dva člana (prilog: neformalni Ugovor o angažmanu projektnog tima). Takođe, usvojen je u Plan rada u kome su raspodeljena zaduženja među članovima Tima (prilog: Plan rada).

Jedna od predviđenih aktivnosti bila je priprema, proizvodnja i emitovanje 8 dokumentarno obrazovnih emisija. Sve emisije emitovane su na Televiziji Forum i objavljene na zvaničnom Jutjub kanalu TV Forum. U 8 emisija stavljen je akcenat na ekonomski položaj seoskih žena i žena sa invaliditetom, njihovu zastupljenost i sliku u medijima, senzacionalistički način izveštavanja o nasilju nad seoskim i ženama sa invaliditetom, preduzetničkim pričama žena

sa sela...Sagovornice i sagovornici u emisijama bili su predstavnici nevladinih organizacija, žene sa invaliditetom i žene sa sela, novinarka, predstavica Saveta za štampu, ekspertkinje iz

Projektnim aktivnostima predviđena je priprema i emitovanje 16 priloga u dnevnim informativnim emisijama. U izveštajnom periodu pripremljeno je i emitovano 16 priloga na televiziji (linkovi su navedeni, a u prilogu je DVD sa emitovanim priložima u emisiji Vesti).

Radi veće dostupnosti realizovanih medijskih sadržaja našim gledaocima, kako iz zemlje tako i inostranstva, emisije su postavljene na zvanični Jutjub kanala TV Forum.

Monitoring i evaluacija – monitoring se vršio na mesečnom nivou, tokom celog perioda realizacije projekta (materijal u prilogu).

Izveštavanje – Završni izveštaj poslat u januaru 2019. godine.

**POSTIGNUTI REZULTATI:** 1. Formiran projektni tim i donet plan rada

2. Informisana šira javnost o neadekvatnom predstavljanju seoskih žena i žena sa invaliditetom u medijima, pokazano kako treba predstavljati seoske žene i žene sa invaliditetom bez senzacionalizma i predrasuda

3. Dobro sproveden projekat sa ostvarenim ciljevima i u skladu sa predviđenim planom rada, dobre reakcije javnosti na proizvedene medijske sadržaje

4. Sumirani efekti i rezultati sprovedene aktivnosti.

Naziv medija: **RTV Vranje**  
Naziv projekta: **K 5 + za malce**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** TV Vranje je tokom 2018. proizvela i emitovala serijal dečjih obrazovnih emisija "K 5+ za malce" o važnim pitanjima kulture ponašanja, kulture očuvanja životne okoline, kulture ishrane, kulture fizičke aktivnosti i kulture sećanja (tema: Veliki rat). Žitelji Vranja i juga Srbije, pre svih, mladi ljudi, informisani su o ovim važnim segmentima života, a kroz lavirinte znanja proveli su ih njihovi vršnjaci. 8 originalnih emisija obrazovno- zabavne TV forme (30 minuta) emitovano je po 3 puta na TV Vranje, a trajno su dostupne građanima putem interneta. U produkciji emisije angažovani su dečak i dve devojčice, učenici 5.razreda kao voditelji serijala. Rubriku o kulturi lepog ponašanja radili su trinaestogodišnji dečak i devojčica, a gimnazijalci — rubriku o očuvanju životne

sredine. Vrhunac ili kruna ovog serijala bila je saradnja sa dečjim horom Muzičke škole „Stevan Mokranjac“ u Vranju. Dirigentica hora Aleksandra Savić uradila je originalni muzički aranžman za pet dečjih pesmica vranjskog pesnika Žikice Dimitrijevića koje su izvela deca. Organizovano je posebno snimanje, a muzičke numere su bile deo dečjeg serijala. Imali smo originalne muzičke spotove u emisijama. Svaka od tih pesmica odnosila se na po jednu oblast kulture koje su u fokusu ovog projekta. Plodonosnija i originalnija saradnja, do sada, nije realizovana u našoj medijskoj kući. Urađena je i specijalna scenografija za dečji serijal, špice i džinglovi. Ostvarena je odlična saradnja sa mnogo saradnika-stručnjaka iz različitih oblasti kulture. Kompleksnost projekta zadovoljena iz svih uglova.

**POSTIGNUTI REZULTATI:** 1. Unapređenje kvaliteta medijskog izveštavanja i povećan broj medijskih objava u domenu dečjeg programa.

2. Unapređenje kvaliteta informisanja o važnim obrazovnim pitanjima mladih ljudi.

3. Na internet stranici TV Vranja dečji program dostupan trajno.

4. Jačanje našeg medija za istraživanje i proizvodnju specifičnih tema i programa

5. Kreativna i inovativna saradnja sa muzičkom školom i dečji pesnikom

Naziv medija: **Televizija Fruška gora**  
Naziv projekta: **Jaka žena, jako selo - osnažimo žene u ruralnim sredinama**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Televizija Fruška gora je u okviru medijskog projekta „Jaka žena, jako selo — osnažimo žene u ruralnim sredinama“ proizvela i emitovala serijal od 15 polučasovnih emisija pod nazivom „Jaka žena - jako selo“. Teme koje su obrađene su preduzetništvo žena sa sela, udruživanje, obrazovanje, briga o zdravlju. Razgovarali smo sa ženama iz Srema

i Južne Bačke, a projekat je za cilj imao da doprinese osnaživanju seoskih žena Sremskog i Južnobačkog okruga. Iako su nam žene iz ruralnih sredina bile u fokusu emisije, važni sagovornici su bili i svi činoci društvene zajednice koji mogu uticati na unapređenje kvaliteta života žena na selu.

**POSTIGNUTI REZULTATI:** 1. Produciran promo spot – proizvedeni spot koji najavljuje i promovise emisije i svakodnevno se pušta u programu

2. Snimljeno, obrađeno i emitovano 15 emisija Jaka žena – jako selo

3. Odštampani promotivni materijal (majice, reklamni štampani materijal) – promocija projekta

4. Objave o temama obrađenim u projektu koje će se objavljivati na sajtu TV Fruška gora – povećanje interesovanja za programske sadržaje projekta.

Naziv medija: **Medijakult**  
Naziv projekta: **Žene u politici - politika u ženama Srbiji 1918-2018**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Po hodogramu iz projektne Dokumentacije, aktivnosti su počele prikupljanjem građe u Matici srpskoj, muzejima, istorijskim i porodičnim arhivima i istraživanjem života i rada 7 žena koje su u Velikoj narodnoj skupštini 1918. glasale za prisajedinjenje Vojvodine ondašnjoj Kraljevini Srbiji (februar, mart, april, maj).

Posle prikupljenih sredstava (uplata Ministarstva 25.7.2018), krenuli smo u završne razgovore sa istoričarima i odabranim

sagovornicama koje su dale saglasnost na svoj nastup, a zatim i u snimanje razgovora sa svim učesnicima serijala-stručnjacima i odabranim aktivnim ženama u politici nekada i danas (jul, avgust, septembar, oktobar). Po završetku snimanja ušli smo u fazu postprodukcije - izrada špice, animacije, muzičke podloge (kompozicija i teme za segmente) montažu, obradu i dizajn zvuka (oktobar, novembar). Serijal se emituje (decembar) na emiteru navedenom u konkursnoj dokumentaciji - TV Most iz Novog Sada.

**POSTIGNUTI REZULTATI:** 1. Pobuđeno je interesovanje za značajnu temu iz srpske istorije i dato njeno verodostojno tumačenje

2. Informisanje i obrazovanje najšire javnosti

3. Sačinjen je TV dokument trajne vrednosti



Naziv medija: **TV Happy**

Naziv projekta: **Prelo u našem sokaku**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Aktivnosti na realizaciji projekta započeti su tokom aprila 2018. godine. Realizovana su snimanja širom Srbije u cilju promocije manjih mesta i prikazivanja turističkih potencijala Srbije, kulturnog nasleđa i tradicije naroda sa naših prostora. Zaključno sa 31. 11. 2018. snimljeno je 272 takva priloga. Takvi video prilozi su kasnije korišćeni u serijalu čije je emitovanje počelo 15. septembra 2018. Kontaktirane su opštine u cilju saradnje na realizaciji i koordinaciji. Počev od 15. 9. emitovane su epizode u kojima su predstavljene sledeće opštine: Grocka, Niš, Sjenica, Bela Crkva, Loznica, Subotica, Sremska Mitrovica, Bor, Valjevo, Kragujevac, Sremski Karlovci Čajetina-Zlatibor, Nova Varoš, Beograd. U sklopu svake epizode dolazili su čelnici iz ministarstva, gradova- predsednici opština, direktori turističkih organizacija, centara za kulturu, predstavnici starih zanata, slikari, poljoprivrednici, kuari, uspešni sportisti, mladi sportisti, deca osvajači medalja na velikim državnim i internacionalnim takmičenjima, poljoprivrednici i poznati i manje poznati pevači. Fokusirali smo se i na kulturu i tradiciju nacionalnih manjina u mestima gde su oni većinsko stanovništvo. "Putovali" smo kroz

Srbiju i na taj način predstavljali gradove i uspešne ljude u najboljem svetlu. Otkrivali smo gledaocima lepotu i bogatstva naše zemlje, tradicije, običaja i kulture, podsećali smo se duha prošlih vremena, pričali o kulinarstvu, prisećali se starih zanata, i tragali za mladim ljudima koji pokreću ta mesta. Pratili smo aktuelne manifestacije širom Srbije i uživo prenosili dešavanja. Prisustvom veoma poznatih ličnosti želeli smo da uveličamo ovaj serijal i pokažemo da i oni umeju da se zabave i poistovete sa narodom i narodnim običajima. Da pokažemo da brinu o zaostavštini naroda sa ovih prostora i da su itekako svesni napora koji bi ovaj narod trebalo da uloži kako bi se i manja mesta u Srbiji revitalizovala, ali da je to moguće i da zavisi isključivo od nas. Smatramo da smo uspeli da utičemo na očuvanje srpskog nacionalnog i kulturnog identiteta, jezika, muzike i kulture. Medijski sadržaji pokrivali su teme kao što su: podsticanje rađanja i povećanja nataliteta- predstavljanje povoljnih opštinskih programa, sadržaji namenjeni deci i mladima, zaštita dece, unapređenje položaja socijalno ugroženih građana Srbije, kao i starih ljudi i osoba sa invaliditetom, kao i podizanje svesti o rodnoj ravnopravnosti i sprečavanju govora mržnje.

**POSTIGNUTI REZULTATI:** Cilj medijskih sadržaja je ispunjen u potpunosti s obzirom da je predstavljanje srpskog prirodnog, tradicionalnog, kulturnog, turističkog profesionalno-proaktivnog diverziteta, omogućeno u terminu koji prati veliki broj gledalaca. Takvu Srbiju mogli su da vide građani iz svih delova Srbije i

dijasporu gde brojni podaci i informacije nisu dostupni ili se lokalni mediji ne bave tim temama u dovoljnoj meri. Predstavljanje Srbije doprinelo je i percepciji onih grupa gledalaca koji traže nove destinacije za svoja putovanja ili život, upoznavanje sa kulturom srpskog naroda, ili moguća nova tržišta ili prostor za investicije.

Naziv medija: **Agencija za usluge reklame i marketinga Ray dream Production**

Naziv projekta: **Tragom vremena**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Multimedijalno-dokumentarno-zabavni serijal koji prikazuje značajne istorijske spomenike, prirodna bogatstva i obeležja u Srbiji. Narator nas vodi do ovih mesta i tako upoznaje sa istorijskim činjenicama, zanimljivostima i geografskim podacima vezanim za istorijsko obeležje. Putem

animacije, grafike i zvuka vraćamo se u prošlost i ilustrujući događaje i ličnosti koji su na neki način bili povezani sa obeležjem koje predstavljamo. Napominjemo i neobične priče, zapise, kazivanja i legende vezane za to mesto.

**POSTIGNUTI REZULTATI:** Značaj projekta je u konstantnoj prezentaciji Srbije, kako kulturno-istorijskih znamenitosti tako i u prezentaciji prirodnih lepota. Nakon premijernog emitovanja

na RTV Vojvodina, materijal će biti dostupan putem aplikacija a ujedno i putem specijalizovanih sajtova sajtova za reprodukciju video sadržaja bez vremenskog ograničenja.

## ŠTAMPA I NOVINSKE AGENCIJE

Naziv medija: **FoNet**  
Naziv projekta: **Pressek**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Pressek, projekat koji je, uz podršku Ministarstva kulture i informisanja, realizovan 6 meseci, u periodu jul-decembar 2018. profesionalnim, nepristrasnim, relevantnim i inovativnim medijskim sadržajima, unapredio je obaveštenost i razumevanje procesa evrointegracija Srbije, uključujući i transparentnosti bolji kvalitet tog procesa. Multimedijalnom i multiplatform produkcijom „Pressek“, FoNet je svojim korisnicima, lokalnim i regionalnim medijima, kao i javnosti direktno, preko onlajn platformi i društvenih mreža, učinio dostupnim sadržaje o pozitivnim primerima građanske inicijative u procesu EU integracija.

U fazi Pripreme izabrani su članovi projektnog tima; pripremljen je grafički paket: špica, grafika, potpisi, muzička podloga, otvoreni su nalozi „Presseka“ na društvenim mrežama, napravljen je plan projektnih aktivnosti, obavljene su konsultacije i dogovor sa mrežama lokalnih i regionalnih televizija, medija, napravljen je plan promocije i digitalnog marketinga, otvoreni su nalozi na društvenim mrežama.

Multimedijalna i multiplatform produkcija sadržaja „Pressek“ odvijala se na nedeljnom nivou u podrazumevala: izbor teme i

sagovornika, TV snimanje, fotografisanje, montažu integralne verzije sa špicom grafikom i potpisima, izradu pisane verzije, montažu TV klipova u digitalnom MPEG formatu (za televizije) i fleš formatu (za portale), montažu audio klipova, kao i izbor fotografija. Pripremljeni sadržaji distribuirani su zatim putem fonetwebtv.rs platforme, naloga na društvenim mrežama Facebook, Twitter i YouTube i u agencijskim servisima FoNeta. U cilju veće vidljivosti sprovedena je kampanja digitalnog marketinga radi promocije i povećanja dometa, uticaja i vidljivosti intervjua na društvenim mrežama, administriranje naloga i stranica na društvenim mrežama i interakcija sa publikom. Konačno, obavljena je Evaluacija kompletnog projekta koju predstavljamo u rezultatima.

O značaju, uticaju i interesovanju medija i direktne FoNetove publike za „Pressek“ najbolje govori činjenica da je po isteku 6-mesečnog projektnog ciklusa koji je podržalo Ministarstvo, a tokom koga je producirano bezmalo 3,000 medijskih sadržaja, FoNet je samostalno nastavio sa ovom tematskom produkcijom, jedinstvenom u Srbiji.

### POSTIGNUTI REZULTATI:

1. 72 video emisije „Pressek“ po 24 u MPEG, FLV i MP4;
2. 432 teksta u formatu;
3. 1336 audio klipova MP3

4. 3511 fotografija
  5. 1963 video klipova
- Total 7314 medijskih sadržaja

Naziv medija: **Beta**  
Naziv projekta: **Pogledi na Ustav Srbije**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Realizacija projekta obuhvatila je u periodu 1.jul – 30. novembar. Na osnovu revidiranog budžeta planirano je da se što više sredstava uloži u produkciju i to 65 tekstova i izveštaja, 5 analiza i 5 multimedijalnih intervjua. U prvom mesecu formiran je projektni tim, dogovoreno su aktuelne teme koje će se obrađivati i planirane su analize koje treba realizovati.

Po mesecima realizovano je u julu 15 tekstova i jedna analiza, kao i 5 multimedijalnih intervjua. Projekat je realizovan u skladu sa planiranim ciljevima i ciljnim grupama. Aktivnosti na projektu bile su pripremni period, interakcija, produkcija, distribucija i monitoring i evaluacija. Na realizaciji projekta bilo je uključeno 12 osoba, a zaduženi za njegovu realizaciju bili su menadžer, urednik projekta.

- POSTIGNUTI REZULTATI:**
1. Formiran projektni tim, preciziran i zadaci i odgovornosti (plan aktivnosti);
  2. Uspostavljena saradnja i razmena informacija među ciljnim grupama (institucije i organizacije vlasti, stručna javnost, civilni sektor, biznis sektor i pripadnici različitih društvenih grupa, mediji, novinari;

3. Proizvodnja 65 specijalizovanih tekstova, 5 multimedijalnih intervjua, 5 autorskih tekstova ili analiza, opremljenih audio i video zapisom i fotografijama, kad god je to moguće;
4. Distribucija kroz servise i portale i društvene mreže;
5. Realizacija monitoringa i evaluacije na mesečnom nivou.

Naziv medija: **NIN**

Naziv projekta: **NIN Dosije: Dijalogom do demokratije**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Uprkos tome što su pred Srbijom kao državom dva veoma značajna dijaloga-oko Kosovu i o Ustavu Republike Srbije, njeno društvo se sve više pretvara u netolerantno i nesklono dijalogu. Stvoren je utisak da se ni o čemu ne može razgovarati. Dijalog, kao forma razmene mišljenja i konstruktivne rasprave, gotovo je proteran iz javnog prostora. A o njemu je možda najtačnije rekao filozof Ćuro Šušnjifi: „Dijalog nije samo puka tehnika vođenja misli da bi se došlo do novih misli, nego je to ostvarivanje jednog drukčijeg načina življenja. To je prevođenje društvenih sukoba u duhovne sporove, jer dijalog izvodi iz sveta nasilja i uvodi u svet slobode.“ U projektu Dijalogom

do demokratije ispitivali smo karakter demokratije u uslovima izostanka dijaloga. I kako nemoć javnosti da delotvorno utiče na političke i društvene procese utiče na demokratsku perspektivu društva. NIN je serijom tekstova i razgovora sa istaknutim ličnostima iz javnog i političkog života pokušao da odgovori na nekoliko značajnih tema i problema dijaloga; zašto nema dijaloga u Parlamentu; kakav dijalog u medijima, da li je potrebna hrabrost da se javno i kritički govori; kakav je dijalog na internetu, koje su karakteristike javnog govora; da li odsustvo dijaloga povećava nasilje i koliko odsustvo dijaloga utiče na političku i svaku drugu apstinenciju građana.

**POSTIGNUTI REZULTATI:** 1. Formiran projektni tim, preciziran i zadaci i odgovornosti (plan aktivnosti);

2. Uspostavljena saradnja i razmena informacija među ciljnim grupama (institucije i organizacije vlasti, stručna javnost, civilni sektor, biznis sektor i pripadnici različitih društvenih grupa, mediji, novinari);

3. Proizvodnja 65 specijalizovanih tekstova, 5 multimedijalnih intervjua, 5 autorskih tekstova ili analiza, opremljenih audio i video zapisom i fotografijama, kad god je to moguće;

4. Distribucija kroz servise i portale i društvene mreže;

5. Realizacija monitoringa i evaluacije na mesečnom nivou.

Naziv medija: **Princip Press**

Naziv projekta: **Stogodišnjica završetka Velikog rata**

**OPŠTI PREGLED AKTIVNOSTI:** Projektom je realizovano objavljivanje odabranih tekstova povodom jubileja stogodišnjice Velikog rata, u 3 redovna broja časopisa 2 Srbija – nacionalna revija u okviru tematskog dela istorijske čitanke, pri čemu se svaki broj štampa u

tri posebna izdanja, na srpskom, ruskom i engleskom jeziku. Autori tekstova su istaknuti saradnici revije, autentična svedočanstva učesnika rata.

**POSTIGNUTI REZULTATI:**

1. Odabrane teme  
2. Napisani tekstovi

3. Prevedeni tekstovi

4. Odštampan časopis

5. Distribucija