



Konkursno finansiranje medija

Istraživanje i izveštaj su nastali uz podršku ambasade Kraljevine Holandije u Beogradu



„Izneti stavovi u ovom Izveštaju pripadaju isključivo autorima i ne moraju predstavljati zvaničan stav Ambasade Kraljevine Holandije u Srbiji”

Kingdom of the Netherlands

BYRN
BALKAN
INVESTIGATIVE
REPORTING
NETWORK | SERBIA



SADRŽAJ

1. SUMMARY.....	3
2. REZIME.....	6
3. BUDŽETSKO FINANSIRANJE MEDIJA.....	9
4. METODOLOŠKE NAPOMENE.....	11
5. PLURALIZAM MEDIJSKOG SADRŽAJA I ISPUNJAVANJE JAVNOG INTERESA.....	13
5.1. Broj obrađenih projekata prema instituciji koja je nosilac konkursa za sufinansiranje proizvodnje medijskih sadržaja.....	14
5.2. Distribucija obrađenih projekata prema tipu medija.....	14
5.3. Prostorna/geografska pokrivenost medija na kojima je emitovan sufinansirani medijski sadržaj.....	15
5.4. Primarni tematski fokus sufinansiranih medijskih sadržaja.....	15
5.5. Društvene grupe kojima se sadržaji tematski bave (tematizuju njihove probleme).....	18
5.6. Ciljna publika - društvene grupe kojima se sadržaj obraća.....	19
5.7. Forme sufinansiranih medijskih sadržaja.....	20
5.8. Zastupljenost žanrova u analiziranom medijskom sadržaju.....	21
5.9. Nivo prisustva različitih subjekata kao izvora u medijskom sadržaju.....	21
6. EFEKTIVNOST.....	23
6.1. Procena efektivnosti na osnovu konkursne dokumentacije.....	24
6.2. Rezultati predloga projekata prihvaćenih od strane Ministarstva kulture i informisanja.....	25
6.3. Rezultati predloga projekata prihvaćenih od strane Pokrajinskog sekretarijata za kulturu i informisanje.....	26
7. TRANSPARENTNOST PROCEDURA.....	29
8. LOKALNO INFORMISANJE I JAVNI KONKURSI.....	32
9. ZAKLJUČAK I PREPORUKE.....	34
10. ANEKSI.....	37
10.1. Interni akti lokalnih samouprava.....	37
11. LITERATURA.....	42
12. IMPRESUM.....	43



1. SUMMARY

The adoption of new media legislation, particularly of the new Law on Public Information and Media, should launch a new wave of reforms in the media sector. The main novelty envisaged by the new Law is a change in economic relations between the state and the media – a change of ownership or, to be precise, withdrawal of the state from media ownership and allocation of budget funds solely based on project funding and public competitions.

The legislation on public information and media, on electronic media and public services were adopted as a set of media laws by the Serbian Parliament on August 2, 2014 and their implementation began on August 13.

Public competitions, which encourage content production, are seen as the most desirable form of financing the media. Fair and transparent competition requirements, a clearly defined sum of money that is provided along with remarks about its distribution (for example, the minimum and maximum amount of money per project for which one can apply), encouraging healthy competition on the basis of clearly defined criteria for project evaluation, encouraging the production of original, quality content – are just some of the advantages of this model of financing.

A research carried out by BIRN, which follows on the pages below, aims to explain and describe in detail the model of competitive financing and propose changes that would facilitate **transparency** and **effectiveness** of the spending of public funds on the media and encourage **plurality** and quality of content and positive **competition** in the sector.

The change in the basic paradigm of budget financing – from „the financing of media operative costs” to the „financing of media content” by means of transparent, public competitions will be the clearest indicator that reforms have begun to take place.

Until the end of 2014 competitive financing was but a tiny portion of budget funds (up to 10% of total funds allocated for public information) that republic, provincial and local state bodies spent on financing the media and public information. Research entitled *Soft Censorship: Strangling Serbia’s Media*, carried out by BIRN in cooperation with WAN-IFRA, shows that its implementation in practice has many shortcomings. „Project-based financing for media is a recent development in Serbia, and its potential advantages have not been realized. It is theoretically far preferable to state subsidies or contracts for media services. In practice, however, project financing has to date failed to prove effective in assuring either equality for applicants or the cost-effective use of public funds. Project-based financing has so far neither increased media pluralism nor visibly improved the quality of media production. Funds allocated were too small to achieve significant impact on the improvement in media performance.” (J. Matić, WAN-IFRA, 2013).

Competitive financing was actually a form of state aid that facilitated the survival of media outlets in an underdeveloped and impoverished media market rather than a means of informing the people better or an incentive for the production of better quality media content.



Main research findings:

1. *This mechanism of financing, where applied, was essentially financial aid to primarily local media who in this way compensate for the lack of funds on the market.*

The research sample included a total of 179 projects (of which 65 supported by the Ministry of Culture and Information, 76 backed by the funds of the Provincial Secretariat for Culture and Public Information and 38 by local governments). Only three national media got funding for their projects, while the others were local and regional media. This kind of distribution can be viewed as a justified decision to financially support weaker media outlets that cannot compete in the advertising market or as the national media's lack of interest in competing for relatively small resources. The average value of projects, which ranges from 200,000 to 450,000 dinars per project, is insufficient to support a serious content production that would visibly improve public information. Regional radio and TV stations are an exception because they would get several million dinars each from local budgets (for example, TV Best in Zaječar 22 million dinars, RTV Yu Eco and RTV Pannon in Subotica 6 million each, etc.). Even such relatively small financial assistance is of immense importance for the survival of media outlets at the local level.

The recommendation is to „beef up” the funds, that is, to support a smaller number of project with more budget funds rather than supporting many smaller project, as has been the case so far (this particularly refers to the Ministry of Culture and the Provincial Secretariat), which cannot produce any major results anyway. This would mean that media outlets could produce a more extensive and production-wise more demanding content that would, consequently, have greater and stronger impact on the quality of public information.

2. *At the local level public competitions are not usual practice. Subsidies to public media companies and direct contracting are the two main models of spending budget funds earmarked for public information. In cases when they are applied, public competitions are merely a formality whereas they are actually a form of financial support for the regular operation of media outlets, that is, their regular programme.*

By examining the programme funded by three cities - Subotica, Užice and Zaječar, a conclusion can be drawn that the media outlets that funds were approved to received the local governments' financial assistance for their usual, regular operations rather than for some specific content or projects that could be a part of a more detailed content analysis.

Especially problematic is the fact that reporting and information on local governments was envisaged by competition requirements without considering what additional qualities this information should have in order to deserve support by the state. Improved competition propositions would contribute to creating specific, thematically focused content intended for local environments.

Along with these, at the local level the research established various kinds of procedural violations or lack of efficiency and transparency: at a public competition in Bor in 2013 only one media outlet was approved funds and there is no proof that budget funds were legitimately spent (the media outlet was Students' Radio which airs its programme only online and airs only music); the competition for improving public information for 2013 in the city of Valjevo was annulled by the Constitutional Court because the City administration exceeded its authority; in Zaječar TV Best got 22 million dinars from the city coffers while all other media outlets got ten times less and this decision arbitrarily depended on the city authorities; in the course of 2014 the Nova Varoš municipal administration issued a tender for information explicitly listing, among other things, the television shows and news agencies that were to publish or broadcast videos and articles about its work; the Local Anti-corruption Forum of the City of Niš and other professional associations reacted to the two current tenders for the allocation of budget funds to city media outlets because the tender requirements eliminated, in advance, many of the interested parties.



- 3. Until now the terms, criteria and procedure for budget funding of the media and media content were not regulated by any special law. This left room for broad discretionary powers of the executive branch (at all levels) to decide on the scope of financing, on the projects, programmes and recipients of budget funds.**

It is possible to improve transparency through better administrative procedures and new bylaws that would be brought in conformity with the Law on Public Information and Media. This primarily refers to the appointment of selection panels, clear selection criteria for the scoring and selection of projects. The quality of the procedure at all levels of power will depend on the quality of these acts.

Special attention should be paid to local governments with no prior experience in organising public competitions. Changes should be made to the competition requirement under which the media are required to report on the work of the local government, its bodies and public companies.

- 4. The efficiency and appropriateness of spent budget funds is difficult to measure when the procedure of reporting on the spending is scarce or nonexistent.**

The biggest obstacle to a full and objective analysis of project effects is the lack of a more thorough (and accessible to public) monitoring, that is, of an analysis of narrative and financial reports on an implemented project and programmes produced by relevant bodies. In spite of the fact that internal documents contain provisions on monitoring, this procedure is not implemented at any level of power. Measuring is also additionally obstructed by the fact that there is no public opinion or other relevant research mapping the people's media and information needs, thus that there is actually no baseline value as the starting point for measuring progress.

Efficiency should additionally be improved by raising the competition procedure standards – application forms and reporting forms should be structured better so to more clearly define the goals, projects, activities and expected results. This would, in turn, facilitate the monitoring of their fulfilment in practice.

A research of project documentation showed that applicants often addressed general and specific goals in the section covering the context and the need for project implementation. The received materials indicate that, instead of defining results, this question is answered with a narrative assessment of often long-term influence on a target group. The information provided is general, often qualitative, that is, difficult to measure and sometimes unrealistic.

This finding is, above all, due to a lack of clear instructions in the application form as well as to a lack of media outlets' experience in implementing projects and understanding the project cycle.

- 5. The analysis of programmes financed by the budget shows that the highest number of project focused on promotion instead of addressing concrete problems. This is why an almost complete lack of analytical genres in the analyzed programme comes as no surprise. The analysis results show a certain thematic diversity, but the content is mainly intended for a non-segmented audience (general population) whose needs for information are already satisfied by the media outlets' regular work.**

The analysis of the content of programmes subsidized by the budget was included in this report for the first time and presented to the public. In line with European standards, the state intervenes on the media market in order to support the realisation of non-commercial content that is important to the public or addresses specific audiences whose information needs have not been met to a satisfactory degree.

In general, compared with other media, independent productions offered more serious content and addressed topics in greater depth. Programmes focusing on ecology and economy stood out. It should, however, be noted that production-wise demanding programmes cannot be produced solely by relying on state funds that are insufficient for the production of high quality content. On the other hand, state subsidies, especially those intended for the local media, should not be used for financing their regular operation. One part of the analyzed contents is evidently commercial and, as such, should not be aided by funds from the state budget.



2. REZIME

Usvajanje nove medijske regulative, pre svega Zakona o javnom informisanju i medijima, treba da pokrene novi talas reformi u medijskom sektoru. Osnovna novina, koju predviđa novi Zakon, je promena ekonomskih odnosa države i medija, promena vlasništva, tačnije izlazak države iz vlasništva nad medijima, i raspodela budžetskog novca isključivo na osnovu projektnog finansiranja i javnih konkursa.

Zakoni o javnom informisanju i medijima, elektronskim medijima i javnim servisima u paketu su usvojeni u Skupštini Srbije 2. avgusta 2014., a njihova primena je počela 13. avgusta.

Javni konkursi, kojima se podstiče proizvodnja sadržaja, smatraju se najpoželjnijim modelom finansiranja javnih glasila. Fer i transparentni uslovi učešća na konkursu, jasno određena suma novca koja se stavlja na raspolaganje uz napomene o njenoj distribuciji (npr. minimalnoj i maksimalnoj količini novca po projektu za koju se može konkurisati), podsticanja zdrave konkurencije na osnovu jasno definisanih kriterijuma za ocenjivanje projekata, podsticanje proizvodnje originalnog, što kvalitetnijeg sadržaja - samo su neke od prednosti ovakvog modela finansiranja.

Istraživanje koje je sproveo BIRN, a koje sledi na narednim stranicama, ima za cilj da detaljno objasni i opiše model konkursnog finansiranja, te predloži izmene koje bi unapredile **transparentnost i efektivnost** trošenja javnih fondova za medije, podstakle **pluralitet** i kvalitet sadržaja, te pozitivnu **konkurenciju** u sektoru.

Promena osnovne paradigme budžetskog finansiranja „finansiranje operativnih troškova medija“ u „finansiranje medijskog sadržaja“ putem transparentnih, javnih konkursa biće najjasniji signal da su reforme započete.

Do kraja 2014. godine, konkursno finansiranje je predstavljalo procentualno mali deo budžetskog novca (do 10% ukupne sume opredeljene za javno informisanje) koji su republički, pokrajinski i lokalni državni organi potrošili za finansiranje medija i javnog informisanja. Istraživanje „Prikrivena kontrola: ugrožavanje medija u Srbiji“, koje je BIRN sproveo u saradnji sa WAN-IFRA, pokazuje mnogo manjkavosti njegove primene u praksi. „Model projektnog finansiranja je kratkotrajnou upotrebi i još nije potvrdio svoje potencijalne prednosti. On je teorijski daleko poželjniji u odnosu na subvencije ili ugovore za medijske usluge. U praksi, međutim, projektno finansiranje do sada nije uspelo da se dokaže kao efikasno ni u pogledu obezbeđenja jednakosti konkurenata niti ekonomičnosti i efikasnosti upotrebe javnih sredstava. Dosadašnja primena projektnog finansiranja nije povećala medijski pluralizam, niti je vidljivo unapredila kvalitet medijske produkcije. Raspoređena sredstva su mala da bi imala značajnijeg uticaja na poboljšanje delovanja medija“ (J. Matić, WAN-IFRA, 2013).

Konkursno finansiranje je zapravo predstavljalo vrstu državne pomoći, koji olakšava opstanak medija na nerazvijenom i siromašnom medijskom tržištu, a ne sredstvo boljeg informisanja građana ili podsticaj proizvodnji kvalitetnijeg medijskog sadržaja.



Glavni nalazi istraživanja:

- 1. Ovaj mehanizam finansiranja, tamo gde se primenjavao, suštinski predstavlja finansijsku pomoć, pre svega, lokalnim medijima, koji na ovaj način kompenzuju nedostatak novca na tržištu.**

Uzorkom istraživanja obuhvaćeno je ukupno 179 projekata. Od toga, svega su 3 nacionalna medija dobila projekte, a ostalo su lokalni i regionalni mediji. Ovakva raspodela se može tumačiti kao opravdana odluka da se finansijski podrže slabiji mediji, koji ne mogu da se takmiče na tržištu oglašavanja ili pak kao nezainteresovanost nacionalnih medija da konkurišu za relativno skromna sredstva. Prosečna vrednost projekata, koja varira od 200.000 do 450.000 dinara po projektu nije dovoljna da podrži ozbiljnu produkciju koja bi vidljivo unapredila javno informisanje. Izuzetak su regionalne radio i TV stanice, koje su dobijale i po nekoliko miliona dinara iz lokalnih budžeta (npr. TV „Best“ iz Zaječara 22 miliona dinara, RTV „Yu Eco“ i RTV „Pannon“ iz Subotice po 6 miliona i sl.). I ovako relativno mala pomoć od velikog je značaja za opstanak medija na lokalnu.

Preporuka je da se novčana sredstva „ukrupne“, tj. da se umesto do sada podržanog velikog broja manjih projekata (ovo je posebno odnosi na Ministarstvo kulture i Pokrajinski Sekretarijat) koji tako i ne mogu da ostvare značajniji rezultat, podrži manji broj projekata većim budžetskim sredstvima. To bi značilo da medijske kuće mogu da proizvedu obimniji, produkcijski zahtevniji sadržaj koji bi, posledično, imao i veći uticaj na kvalitet javnog informisanja.

- 2. Na lokalnom nivou, javni konkursi se uglavnom ne sprovode. Subvencije javnim preduzećima za informisanje i direktno ugovaranje dva su glavna modela potrošnje budžetskog novca namenjenog javnom informisanju.¹ I tamo gde se primenjuju, javni konkursi postoje samo formalno, a zapravo su finansijska podrška redovnim aktivnostima medija, tj. njihovom redovnom programu.**

Uvidom u programe koje su finansirala tri grada - Subotica, Užice i Zaječar, može se zaključiti da su mediji kojima je odobren novac dobili finansijsku podršku lokalnih samouprava za svoj redovni rad, a ne za specifične sadržaje, projekte, koji bi dalje mogli biti deo detaljnije analize sadržaja.

Posebno je problematično to što je informisanje o lokalnoj samoupravi bilo predviđeno uslovima konkursa, a da se pri tome nije vodilo računa koje dodatne kvalitete ovo informisanje treba da poseduje kako bi zavredelo državnu podršku. Bolja specifikacija propozicija konkursa doprinela bi tome da se kreiraju specifični, tematski fokusirani sadržaji namenjeni lokalnim sredinama.

Osim ovih, na lokalnom nivou, istraživanjem su konstatovane različite vrste povreda procedure ili nedostatak efikasnosti i transparentnosti: u Boru je na javnom konkursu za 2013. godinu svega jedan medij dobio novac i ne postoje dokazi da su budžetska sredstva potrošena namenski (u pitanju je Studentski radio koji emituje program isključivo online, i to samo muziku); konkurs za unapređenje javnog informisanja za 2013. godinu u gradu Valjevu osporen od strane Ustavnog suda, jer je Gradska uprava prekoračila svoje nadležnosti; u Zaječaru je TV „Best“ dobila 22 miliona dinara iz gradske kase, dok su svi ostali mediji dobili deset puta manje, a ova odluka je arbitrarno zavisila od gradskih vlasti; u toku 2014. godine Opštinska uprava Nove Varoši raspisala je tender za informisanje, pored ostalog, navodeći taksativno televizijske emisije i novinske agencije u kojima želi da prilozi o njenom radu budu emitovani; Lokalni antikorupcijski forum Niš i druga profesionalna udruženja reagovala su na dva aktuelna tendera za dodelu budžetskih sredstava gradskim medijima, pošto tenderski uslovi unapred isključuju veći broj zainteresovanih.

¹ Prema istraživanju BIRN-a iz 2011., od 33 lokalne samouprave, koliko je obuhvaćeno uzorkom, svega sedam je sprovodilo javne konkurse. U malom broju lokalnih samouprava, gde se javni konkursi uopšte i sprovode, prakse variraju, ali državna pomoć se distribuirala skoro svim medijima koji posluju legalno na teritoriji opštine.



- 3. Uslovi, kriterijumi i postupak budžetskog finansiranja medija i medijskog sadržaja do sada nisu bili uređeni posebnim zakonom. Ta okolnost ostavljala je široka diskreciona ovlašćenja izvršnim vlastima (na svim nivoima) da odluče u kom obimu će finansiranje biti vršeno, za koje projekte i programe i ko će biti primaoci budžetskih sredstava.**

Transparentnost je moguće unaprediti kroz bolje administrativne procedure i nova podzakonska akta koja će biti usklađena sa Zakonom o javnom informisanju i medijima. Ovo se najpre odnosi na izbor konkursne komisije, jasne kriterijume selekcije za bodovanje i odabir projekata. Od kvaliteta ovih akata zavisice i kvalitet procedure na svim nivoima vlasti.

Posebnu pažnju treba posvetiti lokalnim samoupravama koje do sada nisu sprovodile konkurse. Treba izmeniti odrednicu konkursa u kojoj se od medija traži izveštavanje o radu lokalne samouprave, njenih organa i javnim preduzećima.

- 4. Efikasnost i svrsishodnost potrošenog budžetskog novca je teško meriti u nedostatku ili potpunom izostanku procedure izveštavanja o utrošku novca.²**

Najveća prepreka za potpunu i objektivnu analizu efekta projekata predstavlja nedostatak temeljnijeg (i javnosti dostupnog) nadzora, tj. analize narativnih i finansijskih izveštaja o realizovanom projektu i proizvedenim programima od strane relevantnih tela. Iako interni akti sadrže odrednice o nadzoru, ovakav postupak se ne sprovodi niti na jednom nivou vlasti. Merenje dodatno otežava i činjenica da ne postoje javnomnjenjska ili druga relevantna istraživanja koja mapiraju medijske i informativne potrebe građana, te se zapravo ne zna početna vrednost (*baseline value*) na osnovu koje bi se merio progres.

Efikasnost dodatno treba unaprediti kroz podizanje standarda konkursne procedure - bolje strukturirati obrasce za prijavu na konkurs i obrasce za izveštavanje, kako bi se jasnije definisali ciljevi projekta, aktivnosti i očekivani rezultati. Samim tim, olakšaće se i monitoring njihove ispunjenosti u praksi.

Uvidom u projektnu dokumentaciju, uočeno je da su aplikanti opšte i specifične ciljeve često obrađivali u delu posvećenom kontekstu i potrebi za realizacijom projekta. Dobijen materijal pokazuje da se često umesto definisanja rezultata, na ovo pitanje odgovara narativnom procenom, često dugoročnog uticaja projekta na ciljnu grupu. Date informacije su opšte, često kvalitativne, odnosno teško merljive i ponekad nerealne.

Ovakav nalaz je, pre svega, rezultat nedovoljno jasnih uputstava u aplikacionom formularu, te nedostatka iskustva medija u sprovođenju projekata i razumevanju projektne ciklusa.

- 5. Analiza programa koji su finansirani budžetskim novcem pokazuje da se najveći broj projekata zapravo bavio promocijom, a ne ukazivanjem na konkretne probleme. Zato ne iznenađuje skoro potpuno odsustvo analitičkih žanrova u analiziranom programu. Rezultati analize pokazuju određenu tematsku raznovrsnost, ali je sadržaj uglavnom namenjen nesegmentiranoj publici (opštoj populaciji), čije su informativne potrebe već zadovoljene redovnim radom medija.**

Analiza sadržaja programa koji su subvencionisani budžetskim novcem prvi put je obuhvaćena ovim izveštajem i predstavljena javnosti. U skladu sa evropskim standardima, država interveniše na medijskom tržištu, kako bi pomogla realizaciju sadržaja koji nisu komercijalni, a važni su za publiku ili su sadržaji koji se obraćaju specifičnim publikama, čije informativne potrebe nisu u dovoljnoj meri zadovoljene.

Ukupno posmatrano, nezavisne produkcije su, u poređenju sa drugim medijima, ponudile produkcijski ozbiljniji sadržaj i temeljniju obradu tema. Istakle su se emisije koje se bave temama ekonomije i ekologije. Potrebno je ipak napomenuti da se produkcijski zahtevne emisije ne mogu realizovati isključivo državnim sredstvima, koja su nedovoljna za proizvodnju visoko-kvalitetnog sadržaja. Sa druge strane, državne subvencije, posebno one namenjene lokalnim medijima, ne bi trebalo da se koriste za finansiranje redovnog rada. Jedan deo analiziranih sadržaja evidentno je komercijalne prirode i kao takav ne bi trebalo da bude potpomognut sredstvima iz državnog budžeta.

² Jedna od ključnih preporuka ovog izveštaja tiče se unapređenja narativnog i finansijskog izveštavanja. Ovo je važno, ne samo zbog transparentnosti trošenja budžetskog novca, već i zbog ocene uspešnosti samog konkursnog ciklusa i njegovog daljeg unapređenja.



3. BUDŽETSKO FINANSIRANJE MEDIJA

Ekonomski odnosi medija i države dinamično su se razvijali od demokratskih promena 2000. godine do danas. Medijsko tržište se u pojedinim periodima naglo razvijalo i raslo, dok poslednjih godina doživljava ozbiljnu recesiju usled ekonomske krize. Za sve to vreme, država se ustanovila kao značajan faktor medijskog tržišta.

Osim što i dalje ima direktno vlasništvo nad 80-ak medija u kojima nije završen proces privatizacije, novac koji ide direktno iz državnih fondova (izvršnih organa vlasti, drugih budžetskih korisnika, javnih preduzeća itd.) značajno utiče na medijsko tržište.

Kako se ovaj novac mahom raspodeljuje arbitrarno i netransparentno, stvara se specifičan tip klijentilističkih odnosa u kom se mediji stavljaju u položaj strukturne zavisnosti od državnih izvora finansiranja. Sve ovo ima za posledicu stvaranje specifične vrste cenzure, prikrivene kontrole (engl. *soft censorship*) koja je vrlo suptilan, ali krajnje delotvoran način kontrole medija.

U izveštaju „Značaj medijskog integriteta, vraćanje medija i novinarstva u službu javnosti“ (South East European Media Observatory, 2014) konstatuje se da je „državno finansiranje medija neregulisano, nekontrolisano i netransparentno. Najveći deo državne finansijske pomoći dodeljuje se proizvoljno, odnosno na političkoj osnovi i bez nadzora. Nijedan od oblika raspodele javnih sredstava medijima nije jasno regulisan. Neka pravila postoje samo za finansiranje medijskih projekata, što je najmanji deo državne pomoći“.

Velika očekivanja postoje da će se usvajanjem novih medijskih zakona, i konačnom primenom Medijske strategije, ovakva nedemokratska praksa prekinuti. Naime, novi Zakon o javnom informisanju i medijima, kao i rešenja propisana Strategijom, podrazumevaju da se u budućnosti javna, budžetska sredstva mogu dodeljivati medijima prvenstveno putem javnih konkursa, koji bi podrazumevali veću transparentnost procedure, efikasnije raspolaganje novcem i finansiranje sadržaja, koji bi podržao javni interes u informisanju.

Javni konkursi, kojima se podstiče proizvodnja sadržaja, smatraju se najpoželjnijim modelom finansiranja javnih glasila. Fer i transparentni uslovi učešća na konkursu, jasno određena suma novca koja se stavlja na raspolaganje uz napomene o njenoj distribuciji (npr. minimalnoj i maksimalnoj količini novca po projektu za koju se može konkurisati), podsticanje zdrave konkurencije na osnovu jasno definisanih kriterijuma za ocenjivanje projekata, podsticanje proizvodnje originalnog, što kvalitetnijeg sadržaja - samo se neke od prednosti ovakvog modela finansiranja. Bitne odlike javnih konkursa, koje doprinose transparentnosti i javnom uvidu u efikasnost i rezultate trošenja budžetskih sredstava, su:

- jasno definisani uslovi učešća na konkursu,
- jasni kriterijumi na osnovu kojih se vrednuju projekti i
- obaveza medija da predaju izveštaj, narativni i finansijski, o utrošku novca.



Na osnovu dosadašnje mapirane prakse može se konstatovati da ona varira na različitim nivoima vlasti. Kao što se razlikuju prakse u pogledu predmeta raspisanih konkursa, razlike su uočljive i u kriterijumima na osnovu kojih se ocenjuje kvalitet i relevantnost pristiglih predloga. U praksi se pokazuje da raspisani javni konkursi imaju određene manjkavosti, te prostora za unapređenje. Ova unapređenja odnose se, pre svega, na tip sadržaja koji se finansira - predmet konkursa bi trebalo da budu, pre svega, inovativna i originalna produkcija, koja će doneti nov kvalitet ponude i dodatnu vrednost za građane, a ne puko sufinansiranje rada pojedinih medija ili sadržaj koji se odnosi na izveštavanje o radu lokalne samouprave, što je većina uprava propisala kao deo konkursa.



4. METODOLOŠKE NAPOMENE

Uzorak ovog istraživanja čine projekti koji su sufinansirani u okviru javnih konkursa na republičkom, pokrajinskom i lokalnom nivou u 2013. godini.

Uzorkom su obuhvaćeni isključivo konkursi, koji su za cilj imali široko definisan cilj unapređenja javnog informisanja. Ovim konkursima trebalo bi da se unapredi pluralizam i kvalitet sadržaja, kao i da on zadovolji potrebe za javnim informisanjem raznovrsne društvene grupe.

Konkursi, koji su za cilj imali neki drugi, suženiji tematski fokus i koji su se obraćali specifičnim društvenim grupama, kao npr. unapređenje medijskog sadržaja na jezicima manjina, osoba sa invaliditetom ili dijaspora/zemalja u okruženju, nisu bili predmet ovog istraživanja. Konkursi koje raspisuje AP Vojvodina: informisanje o AP Vojvodina, tehničko opremanje medija i unapređenje profesionalnih standarda, takođe nisu bili deo uzorka.

U uzorak su ušli medijski projekti koji su odobreni na sledećim konkursima:

Institucija	Naziv konkursa	Broj odobrenih projekata	Broj projekata koji su obuhvaćeni analizom ³	Ukupan broj obrađenih projekata
Ministarstvo kulture i informisanja	<i>Konkurs za sufinansiranje projekata/programa u oblasti javnog informisanja u 2013. godini</i>	118	65	65
Sekretarijat za kulturu i javno informisanje AP Vojvodine	<i>Konkurs za sufinansiranje projekata podsticanja informativnih sadržaja medija za 2013. godinu</i>	67	64	76
	<i>Konkurs za sufinansiranje podsticanja proizvodnje televizijskih programa iz oblasti kulture i umetnosti za 2013.</i>	12	12	
Lokalne samouprave	<i>Konkurs za sufinansiranje projekata za javno informisanje od lokalnog značaja grada Čačka za 2013.</i>	17	17	38
	<i>Dodela sredstava za finansiranje i sufinansiranje programa u oblasti javnog informisanja grada Užica za 2013.</i>	8	8	
	<i>Javni konkurs za finansiranje ili sufinansiranje programa i projekata u oblasti javnog informisanja grada Subotice za 2013. godinu</i>	20	8	
	<i>Konkurs za raspodelu sredstava namenjenih medijima sa teritorije grada Zaječara za 2013. godinu</i>	5	5	
			Ukupno	179

Dokumentaciona građa prikupljena je direktnim uvidom u konkursnu dokumentaciju projekata, koji su odobreni za finansiranje po navedenim konkursima i to: predlozi projekata, narativni i finansijski izveštaji o utrošenom novcu, kopije realizovanih programa. Ugovori o finansiranju kao i bodovne liste projekata u Ministarstvu kulture bili su deo dokumentacije, međutim, nisu bili deo analize.

³ Broj analiziranih i odobrenih projekata se ne podudara, jer u periodu realizacije istraživanja, konkursna dokumentacija nije bila kompletirana - nisu svi mediji podneli izveštaje o utrošku novca i sprovedenim aktivnostima, te zato nisu uzeti u razmatranje.



Lokalne samouprave Čačka, Zaječara, Užica i Subotice odabrane su na osnovu prethodnog BIRN-ovog istraživanja o finansiranju medija iz budžeta lokalnih samouprava (Izveštaj urađen za potrebe Medijske koalicije, 2011), na osnovu podataka dobijenih primenom Zakona o slobodnom pristupu informacijama od javnog značaja. Navedeno istraživanje pokazalo je da od 33 opštine, svega njih sedam troši budžetski novac na osnovu konkursa.⁴ Bez namere da se nađu pojedinačno na meti kritike, navedene opštine/gradovi poslužiće kao ilustracija praksi budžetske potrošenje za lokalno informisanje.

Istraživanje je sprovedeno u periodu od decembra 2013. do juna 2014.

Izveštaj je proizveo tim BIRN-a, u saradnji sa organizacijama NUNS i Transparentnost Srbija i Anom Milojević i Jelenom Kleut, doktorandima Fakulteta političkih nauka.

⁴ Četiri grada su obuhvaćena istraživanjem, tri nisu - u Novom Sadu se raspisuju dva konkursa (za unapređenje programa na jezicima manjina i invalide) koji se tematski ne uklapaju u cilj istraživanja, u Boru je svega jedan medij dobio novac i ne postoje dokazi da su budžetska sredstva potrošena namenski, dok je konkurs u gradu Valjevu osporen od strane Ustavnog suda (opširnije u aneksu izveštaja).



5. PLURALIZAM MEDIJSKOG SADRŽAJA I ISPUNJAVANJE JAVNOG INTERESA

U istraživanju praksi konkursnog finansiranja, jedan od najbitnijih elemenata analize tiče se programa koji su finansirani novcem građana, a koji bi tim istim građanima trebalo da pruže novi kvalitet informisanja.

U sva tri konkursa navodi se da je finansijska podrška namenjena „podsticanju pluralizma medijskih sadržaja“ i „podizanju kvaliteta i raznovrsnosti javnog informisanja“, a u vođanskim konkursima ovim ciljevima su dodati i „afirmacija multikulturalnosti“, „razvoj interkulturalizma“, kao i „podsticanje višejezičnih programa“. Ovi ciljevi su u skladu sa evropskim trendovima sufinansiranja medijskih sadržaja, koji podržavaju mešanje države u medijsko tržište, kako bi se finansijski pomogli sadržaji koji nedostaju u glavnim medijskim tokovima. Toj grupi pripadaju sadržaji koji se zbog komercijalne neisplativosti retko proizvode, kao i sadržaji koji se bave ili su namenjeni društvenim grupama čije informativne potrebe nisu adekvatno zadovoljene. Pored opštih ciljeva, u konkursu Ministarstva kulture i informisanja navedeni su i posebni kriterijumi za ocenjivanje projekta, kojima se dodatno preciziraju sadržaji koji zaslužuju finansijsku podršku. U ove kriterijume spadaju:

- unapređenje medijskog stvaralaštva u oblasti kulture, nauke i obrazovanja;
- informisanje i unapređenje položaja i ravnopravnosti svih segmenata društva (informisanje i edukacija dece i mladih, ekonomski i socijalno ugroženih društvenih grupa, rodna ravnopravnost, itd.);
- aktuelnost teme (evropske integracije, zaštita životne sredine, borba protiv korupcije, borba protiv siromaštva, problemi nerazvijenih opština, itd.);
- doprinos razvoju istraživačkog novinarstva;
- očuvanje srpskog nacionalnog i kulturnog identiteta i jezika;
- stvaranje uslova za radno angažovanje visokoobrazovanih novinara i drugih medijskih stručnjaka;
- unapređenje proizvodnje i objavljivanja opštih informativnih i specijalizovanih medijskih sadržaja od značaja za život i rad građana u lokalnim i regionalnim zajednicama.

Za ostvarenje ovih ciljeva Ministarstvo kulture i informisanja je obezbedilo sredstva u iznosu od 28.146.774 dinara za 118 projekata. Pokrajinski sekretarijat za kulturu i javno informisanje je obezbedio sredstva u iznosu od 4.750.000 dinara za 12 projekata čiji je cilj proizvodnja TV programa iz oblasti kulture i umetnosti. Za podsticanje informativnih sadržaja medija Autonomna Pokrajina Vojvodina izdvojila je 34.675.000 dinara za 77 projekata, a zatim krajem 2013. godine na osnovu istog konkursa je izdato novo rešenje kojim su odobrena sredstva u iznosu od 1.645.000 dinara za još devet projekata.



Iznosi dodeljeni pojedinačnim projektima kreću se u rasponu od 60.000 do 607.000 dinara kada se radi o Ministarstvu kulture i informisanja, odnosno od 100.000 do 2.000.000 dinara u slučaju Pokrajinskog sekretarijata za kulturu i javno informisanje.

5.1. Broj obrađenih projekata prema instituciji koja je nosilac konkursa za sufinansiranje proizvodnje medijskih sadržaja

Od ukupno 216 programa i projekata, koji su dobili finansijsku podršku, analizom sadržaja je obuhvaćeno 112 projekata .

Naziv institucije	Broj finansiranih projekata	Broj obrađenih projekata
<i>Ministarstvo kulture i informisanja</i>	118	57
<i>Pokrajinski sekretarijat za kulturu i informisanje</i>	98	55
Total	216	112

5.2. Distribucija obrađenih projekata prema tipu medija

Obim proizvedenog i dostavljenog materijala po pojedinačnom projektu bio je veoma različit. U nekim slučajevima je dostavljeno preko 30 emisija ili celi brojevi novina, a u nekim samo po jedna ili dve emisije i nekoliko objavljenih tekstova. Sadržaji su proizvedeni za različite medije. Od 112 projekata, u okviru 38 su kreirani televizijski sadržaji. Najmanje je analizirano internetskih sadržaja (9), a nešto više sadržaja je plasirano u štampanim medijima (22) i na radiju (26).

Nezavisne produkcije proizvele su 12 televizijskih sadržaja i jedan radijski, što upućuje na to da su televizijski sadržaji dominantni. Zbog razlika u obimu materijala, tipu sadržaja i medija, **jedinica analize** je bio pojedinačni projekat⁶.

⁵ Postoji nekoliko razloga zbog kojih nije bilo moguće uključiti u analizu sve sufinansirane projekte: neke organizacije su podnele narativne i finansijske izveštaje, ali uz njih, iako ugovori na to obavezuju, nisu priložile proizveden sadržaj; među dostavljenim materijalom je bilo oštećenih nosača i materijala koji nisu mogli biti predmet analize (npr. dostavljeni su samo džinglovi, ali ne i emisije koje se džinglovima najavljuju); i u pojedinim slučajevima, posebno kada se radi o štampanim i internetskim izdanjima, sadržaj nastao u okviru sufinansiranog projekta nije bio jasno označen, te ovi projekti nisu obuhvaćeni analizom. Zbog ovoga je i nastala razlika u totalima u broju analiziranih konkursa u ostatku izveštaja i onih obuhvaćenih analizom sadržaja.

⁶ Urađena je kvalitativno-kvantitativna analiza sadržaja koji su dostavljeni Ministarstvu, odnosno Pokrajinskom sekretarijatu. Instrument analize je bio kodni list koji je činilo 20 kategorija. Kako bi kodni list bio primenjiv na raznolike i ponekad obimne medijske sadržaje pojedine kategorije analize morale su biti koncipirane relativno široko. Namera je bila da se uoče preovlađujući obrasci, a ne da se svaki tekst, prilog ili emisija dubinski analizira. Imajući u vidu opšte ciljeve državne pomoći medijima, za svaki pojedinačni projekat su identifikovani sledeći elementi: tip i zona pokrivanja medija, primarni tematski fokus proizvedenog sadržaja, društvene grupe kojima se sadržaj bavi i publika kojima je namenjen sadržaj, forme i žanrovi, zastupljenost pojedinih društvenih grupa kao izvora, svrha pokretanja projekta.



Tip medija	Broj obrađenih projekata	Broj obrađenih projekta (u procentima)
Televizija	37	33.04%
Radio	26	23.21%
Štampani	22	19.64%
Produkcija	14	12.50%
Internet	9	8.04%
Kombinovano	3	2.68%
Agencija	1	0.89%
Ukupno	112	100.00%

5.3. Prostorna/geografska pokrivenost medija na kojima je emitovan sufinansirani medijski sadržaj

Najviše sadržaja je distribuirano preko medija koji imaju lokalni i regionalni karakter, a najmanje preko medija sa nacionalnim pokrivanjem. Ovakva geografska raspodela se može tumačiti kao opravdana odluka da se finansijski podrže slabiji mediji, koji ne mogu da se takmiče na tržištu oglašavanja ili pak kao nezainteresovanost nacionalnih medija da konkurišu za relativno skromna sredstva. Podrška medijima sa nacionalnim pokrivanjem uglavnom je bila rezervisana za specijalizovane novine i produkcije koje su emitovale proizvedeni program preko nacionalnih TV stanica. Izuzetak su nedeljnik „Novi magazin“ i dnevni list „Danas“, kao i novinska agencija „Beta“. Vrlo mali broj internetskih izdanja je dobio finansijsku podršku.

Prostorna/geografska pokrivenost medija na kojima je emitovan sadržaj	Broj obrađenih projekata	Broj obrađenih projekta (u procentima)
Nacionalna	9	8.04%
Regionalna	24	21.43%
Lokalna	63	56.25%
Internet	12	10.71%
Kombinovana (sadržaj emitovan na više medija sa različitim prostornim dometom)	2	1.79%
Nepoznato gde je emitovan sadržaj	2	1.79%
Ukupno	112	100.00%

5.4. Primarni tematski fokus sufinansiranih medijskih sadržaja

Pitanje tema koje su mediji obrađivali je značajno zato što bi državna pomoć medijima trebalo da bude tematski orijentisana, odnosno usklađena sa inicijalnim ciljevima navedenim u konkursima - namenjena stvaranju sadržaja koji je nedovoljno zastupljen u vodećim medijima, a koji je značajan za društvo u celini. Upravo na ovakvoj osnovi država uzima na sebe pravo da interveniše na medijskom tržištu i osigurava pluralizam medijske ponude.



Rezultati analize pokazuju određenu tematsku raznovrsnost. Najviše je sadržaja u kojima se tematizuju mladi i deca (11%) a jednako su zastupljene i teme iz kulture. Slede lokalna sredina (10%), život etničkih manjina (7%) i položaj marginalizovanih društvenih grupa (6%). Tek je nešto manje onih koji se bave ekologijom, selom, zdravljem, poljoprivredom, politikom, nasiljem, istorijom i ekonomijom. U grupu ostalih tema su svrstane one koje su tretirane u samo jednom projektu i u njih spadaju, na primer, arhitektura, korupcija, ekstremne situacije, jezik u medijima.

Ovakva tematska raznovrsnost može se tumačiti i kreativnošću samih medija koji dobro razumeju koji tip sadržaja nedostaje, ali i činjenicom da su konkursi tematski široko definisani, te da nijedna tema nije prioritetizovana.

Tematski fokus	Broj projekata	Broj projekta (u procentima)
<i>Mladi i deca</i>	12	10.71%
<i>Kultura</i>	12	10.71%
<i>Bez fokusa - medijski sadržaj koji obrađuje raznovrsne teme</i>	11	9.82%
<i>Lokalna sredina</i>	11	9.82%
<i>Etničke manjine</i>	8	7.14%
<i>Ostale teme (teme koje se pojavljuju samo jednom)</i>	8	7.14%
<i>Bez fokusa - dnevni političko-informativni sadržaj (npr. vesti)</i>	7	6.25%
<i>Položaj marginalizovanih društvenih grupa (invalida, starih, LGBT, siromašnih)</i>	7	6.25%
<i>Ekologija</i>	6	5.36%
<i>Selo</i>	6	5.36%
<i>Zdravlje</i>	6	5.36%
<i>Poljoprivreda</i>	5	4.46%
<i>Politika</i>	4	3.57%
<i>Nasilje</i>	4	3.57%
<i>Istorija</i>	3	2.68%
<i>Ekonomija</i>	2	1.79%
Ukupno	112	100.00%

Za neke od navedenih tema potrebna su dodatna objašnjenja i kvalitativna analiza. Na primer, tematski **fokus na lokalnu sredinu** potrebno je izdvojiti jer se radi o relativno zastupljenoj temi. Bavljenje lokalnom sredinom predstavlja kolaž, uglavnom beletrističko-reportažnih i manjim delom informativnih sadržaja u kojima se predstavljaju značajni događaji, ličnosti, ustanove iz jednog ili više mesta (videti Primer 1). Uglavnom su proizvedene radijske ili televizijske emisije u kojima se lokalni mediji bave sredinom u kojoj deluju. U ovim slučajevima finansirano je većinom pokrivanje opštih događaja kojima se lokalni mediji inače bave.

PRIMER 1: RTV „Panonija“

RTV Panonija je dobila sredstva za projekat „Hronika vojvođanskih opština“. Analizirane emisije su bile kolažnog tipa sačinjene od vesti i izveštaja iz različitih delova Vojvodine - od lokalnih izbora u Kovinu, festivala cveća u Somboru do sajma zapošljavanja u Novom Sadu. Jasan tematski fokus ne postoji, mada je predviđen u konkursnoj dokumentaciji.



Ovako koncipiran tematski fokus postoji i kod sadržaja koji se bave **selom**. Njih je potrebno razlikovati od emisija koje se bave poljoprivredom, a koje su jasno usmerene ka različitim poljoprivrednim delatnostima i često imaju edukativni karakter (videti Primer 2). Tematizovanje sela izdvojeno je kao posebna kategorija kojom su obuhvaćene emisije i rubrike koje čine tople ljudske priče o selima, životu u njima, razlozima za povratak na selo i sličnim temama. Zajednička im je romansirana slika sela u kojoj se uglavnom predstavljaju uspešni proizvođači, kulturno-umetnička društva i predstavnici mesnih zajednica.

PRIMER 2: Dve emisije, „Vodič za poljoprivrednike“ (Studio „Vertigo production“) i „Organska hrana - budućnost opstanka“ (RTV „Mega IN“) treba izdvojiti kao pozitivne primere produkcijski i sadržajno kvalitetnih emisija koje nude konkretne preporuke poljoprivrednicima.

Teme o **kulturi** su zastupljene u većem broju zato što je jedan od tri konkursa bio namenjen isključivo ovoj vrsti sadržaja. Nešto više od polovine programa iz kulture dodeljeno je po konkursu Pokrajinskog sekretarijata za kulturu i javno informisanje. Od ukupno 57 sadržaja, koje je finansiralo Ministarstvo kulture i informisanja, samo pet se bavilo kulturom. Pored emisija u kojima se izveštavalo o kulturnim događajima, postojale su i one koje su se bavile i estradnim sadržajima.

Etničkim manjinama su se bavili isključivo mediji pod pokroviteljstvom AP Vojvodine, što se može objasniti i time što je na republičkom nivou postojao poseban konkurs za sufinansiranje projekata i programa na jezicima nacionalnih manjina. Međutim, tematizovanje manjina predstavljalo je legitimnu temu republičkog konkursa za javno informisanje i stoga iznenađuje što nijedan od projekata nije posvećen ovom tipu sadržaja. U osam projekata koji su analizirani uglavnom se predstavlja kultura manjinskih zajednica. U samo dve emisije se govori o više kulturno-jezičkih zajednica te se postavlja pitanje u kojoj meri se programima podstiče multikulturalnost. S obzirom na to da su ovi projekti dodeljeni u Vojvodini, etničke manjine kojima se programi bave su one koje žive u ovoj pokrajini, dok su etničke zajednice iz drugih krajeva naše zemlje ostale nevidljive. Samo jedan program je bio posvećen problemima Roma.

PRIMER 3: „SU City“ radio

Subotički radio „SU City“ je dobio sredstva za projekat „Informativni program SU City radija“, a u konkursnoj dokumentaciji je kao cilj projekta naveden „nesmetan rad redakcije“. U izveštaju se nalazi doslovce dvadesetčetvoročasovni program za nekoliko dana. U njemu su jedini informativni sadržaji fleš vesti i servisne informacije.

Dve grupe sadržaja se posebno izdvajaju po tome što za njih nije bilo moguće odrediti jasan tematski fokus. U prvoj grupi se nalaze celodnevni, uglavnom radijski, programi u kojima su zastupljene različite teme od politike i sporta, kulture i obrazovanja, lokalnih dešavanja i vremenske prognoze (videti Primer 3). Ovakvi projekti vode ka zaključku da je sufinansiran redovan rad medija koji ni po čemu nije specifičan - tematski ili u pristupu. Drugu grupu tematski raznovrsnih sadržaja, koji su izdvojeni zbog zastupljenosti u analiziranom materijalu, čine klasični informativni programi - vesti (videti Primer 4). Svi ovi projekti su realizovani uz podršku Pokrajinskog sekretarijata za kulturu i informisanje. I ovde se postavlja pitanje da li bi se proizvodnja informativne, koja se ni po čemu ne razlikuje od klasičnih vesti, mogla posmatrati u kontekstu podsticanja pluralizma sadržaja ili zadovoljavanja informativnih potreba specifičnih društvenih grupa.

Jedan deo informativnih sadržaja proizveden je sa jasnim ciljem da se pruži publicitet organima Autonomne Pokrajine Vojvodine. To nije bio postavljeni zahtev u konkursu i zabrinjavajuće je to što je jedan deo medija na ovaj način interpretirao svrhu subvencije koju dobija. Ilustrativan primer za to može biti navod iz jednog od podnetih izveštaja u kojem se, u rubrici o rezultatima projekta, eksplicitno navodi: „Objavljeni su intervjui sa svim pokrajinskim sekretarima, a posebna pažnja je obraćena na premijera dr Bojana Pajtića i rad Fonda za evropske poslove.“

PRIMER 4: TV „Delta“

Televizija „Delta“ iz Novog Sada realizovala je projekat „Unapređenje informativne emisije Info NS - Hirek“. Dostavljeno je 38 klasičnih emisija fleš vesti. Iako je projektom bilo predviđeno da vesti budu titlované na mađarskom jeziku, taj segment projekta nije realizovan.



5.5. Društvene grupe kojima se sadržaji tematski bave (tematizuju njihove probleme)

Tematizovane društvene grupe	Broj projekata	Broj projekta (u procentima)
Opšta populacija	50	44.64%
Mladi	13	11.61%
Lokalne zajednice	13	11.61%
Etničke manjine	11	9.82%
Poljoprivrednici	6	5.36%
Umetnici	5	4.46%
Žene	5	4.46%
Ostale marginalizovane društvene grupe	3	2.68%
Deca	3	2.68%
Invalidi	3	2.68%
Ukupno	112	100.00%

Državna pomoć medijima na stvaranju određenih sadržaja može biti važan korektivni instrument u smanjenju društvene marginalizacije i zato je česta praksa da se sufinansiraju sadržaji koji će određene društvene grupe učiniti vidljivim u medijima.

Rezultati analize pokazuju da ova funkcija državne pomoći medijima u tri analizirana konkursa nije adekvatno ostvarena. **Bezmalopoložina svih projekata i programa bavi se opštom populacijom.** Ovoj grupi treba dodati i bavljene stanovnicima lokalnih sredina, koji se ne mogu u celini posmatrati kao marginalizovane grupe. U nešto više od dve trećine projekata medijske kuće i produkcije bavile su se mladima, etničkim manjinama, ženama i invalidima.

Samo po jedan projekat se bavio siromašnima, LGBT populacijom i starima, pa su oni svrstani u kategoriju ostale marginalizovane društvene grupe. Sadržaja, koji se na ozbiljan, problemski orijentisan način bave deprivilegovanim grupama, bilo je izuzetno malo. U njih spadaju tri projekta, koji se bave osobama sa invaliditetom, mada je i ovde potrebno napomenuti da je jedan deo sadržaja, koji nisu bili predmet analize, proizveden i po drugom konkursu, koji je namenjen sufinansiranju projekata i programa u oblasti informisanja osoba sa invaliditetom. Nažalost, ima i projekata koji su umesto da doprinesu rešavanju problema određenih društvenih grupa samo doprineli širenju stereotipa (videti Primer 5).

PRIMER 5: TV „OK“, Kovačica

Svaka od emisija „Zajedno protiv siromaštva“ televizije „OK“ posvećena je jednoj porodici, koja živi u ekstremnom siromaštvu. Problematično je to što predstavnici lokalnog Centra za socijalni rad nisu vodili računa o ličnim podacima svojih korisnika, a novinari su dozvolili da ovi podaci budu javno izneti. U objašnjenju problema ekstremnog siromaštva izrečeni su diskriminatorni stavovi.

PRIMER 6: Kao pozitivan primer treba izdvojiti emisije participativnog karaktera u kojoj su mladi uključeni kao autori i voditelji. U emisiji „Najlepše je đaćko doba“ (RTV „Lav+“) mladi su, pod mentorstvom redakcije, napravili odlične TV priloge o različitim uspesima i aktivnostima srednjoškolaca. Sa druge strane, emisija „Slušajte nas“ („SMP Info“) prepuštena je punom autorstvu mladih, koji su osim sporadičnih javljanja u program uglavnom puštali muziku.



5.6. Ciljna publika - društvene grupe kojima se sadržaj obraća

Analiza pokazuje da se sadržaji proizvedeni uz finansijsku pomoć države obraćaju izuzetno slabo segmentiranoj publici na nacionalnom ili lokalnom nivou. Tematski vrlo opšte koncipirani sadržaji koji se bave problemima većine i obraćaju se većini čije su informativne potrebe već zadovoljene redovnim radom medija.

Ciljna publika	Broj projekata	Broj projekta (u procentima)
Lokalna zajednica	52	46.43%
Opšta populacija	40	35.71%
Etničke manjine	4	3.57%
Poljoprivrednici	3	2.68%
Invalidi	3	2.68%
Žene	3	2.68%
Mladi	3	2.68%
Deca	2	1.79%
Umetnici – fotografi	1	0.89%
LGBT	1	0.89%
Ukupno	112	100.00%

Zanimljivo je pogledati rezultate za ovu kategoriju u kontekstu grupa koje su medijski predstavljene. Na primer, od 13 projekata koji su se bavili mladima samo tri imaju mlade za ciljnu grupu. Sa druge strane, važno je istaknuti da se jedan deo obraćanja opštoj populaciji može posmatrati u pozitivnom svetlu - onda kada je cilj da se problemi marginalizovanih grupa čine vidljivim (videti Primer 7).

PRIMER 7: „Novi magazin”

„Novi magazin” je dobio podršku za projekat „Uloga medija u promeni odnosa dece i mladih prema starijima“. Objavljeno je nekoliko ozbiljnih, analitičkih tekstova u kojima se tematizuju predrasude prema starima.



5.7. Forme sufinansiranih medijskih sadržaja

Prisustvo ili odsustvo različitih **medijskih formi i žanrova** može se koristiti kao indikator raznovrsnosti u pristupu i kao indikator produkcijskog angažmana. Ove kategorije bi se u širem kontekstu mogle posmatrati i kao indikator obrazovanja novinara i raspoloživih medijskih resursa.

U štampanim i internetskim izdanjima uočava se ujednačena zastupljenost tematskih izdanja (specijalizovanih novina ili veb-sajtova), tematskih rubrika u postojećim izdanjima i pojedinačnih tekstova. Među *radijskim formama* izraženo je prisustvo najjeftinijeg i u produkcijskom smislu najjednostavnijeg sadržaja - razgovora u studiju. Najzastupljeniji *model TV programa* su serijali u kojima je svaka epizoda posvećena jednoj uže definisanoj temi. Nešto je manje kolažnih emisija, a prisutni su i studijski razgovori.

Forme	Broj projekata	Broj projekta (u procentima)
Sadržaji u formi teksta		
<i>Podlisci ili strane sa posebnom rubrikom</i>	11	9.82%
<i>Pojedinačni tekstovi unutar postojećih štampanih izdanja</i>	10	8.93%
<i>Tematska štampana izdanja (specijalizovane novine, brošure)</i>	8	7.14%
Zbir	30	26.78%
Radijske forme		
<i>Radijski razgovor u studiju</i>	9	8.04%
<i>Radijska emisija kolažnog tipa</i>	5	4.46%
<i>Tematska radijska emisija</i>	3	2.68%
<i>Radijske vesti</i>	2	1.79%
<i>Kontakt program</i>	1	0.89%
Zbir	20	17.86%
Televizijske forme		
<i>Tematska TV emisija</i>	26	23.21%
<i>Televizijska emisija kolažnog tipa</i>	12	10.71%
<i>Televizijski razgovor u studiju</i>	4	3.57%
<i>TV vesti</i>	3	2.68%
<i>TV prilog</i>	1	0.89%
<i>TV kviz</i>	1	0.89%
<i>Segment TV emisije</i>	1	0.89%
Zbir	48	42.84%
Druge forme		
<i>Ostale forme</i>	8	7.14%
<i>Hibridne forme</i>	4	3.57%
<i>Dokumentarni film</i>	3	2.68%
Zbir	14	12.50%
Ukupno	112	100.00%

U kategoriji ostale forme nalaze se obimni sadržaji, koje nije bilo moguće svrstati u standardne medijske forme. Radi se o dva jutarnja programa (Radio „Donji Srem”, Radio „Planeta”), celokupnom radijskom programu („SU City” radio), više emisija u koje spadaju jutarnji i informativni program (Radio „021”), celokupna proizvodnja vesti agencije Beta, celokupno izdanje novina („Novi srpski venac”), kao i dva sajta koji su podršku dobila za sadržaje koji ni u pogledu teme ni u pogledu formata nije moguće jasno klasifikovati.



5.8. Zastupljenost žanrova u analiziranom medijskom sadržaju

Pregled preovlađujućih žanrova u analiziranim projektima ukazuje na odsustvo analitičkih žanrova, a samim tim i istraživačkog novinarstva. Iako je jedan od kriterijuma za evaluaciju projekata bio i „doprinos razvoju istraživačkog novinarstva“ mediji nisu pokazali interesovanje da iskoriste finansijsku podršku za bavljenje istraživačkim pričama. Istinskih primera istraživačkog novinarstva u analiziranom sadržaju nije bilo. Ovakav rezultat ne iznenađuje, s obzirom na generalno nizak nivo i status istraživačkog novinarstva u Srbiji. Ovo može biti posledica specifične novinarske kulture u našem društvu, postojanja neformalnih interesnih veza između predstavnika medija, političkih i finansijskih elita u medijskom sistemu ili lošeg ekonomskog položaja medija i nedostaka materijalnih i ljudskih resursa za realizaciju istraživačkog novinarstva.

Žanrovi	Broj projekata	Broj projekta (u procentima)
Preovlađujuće informativni žanrovi	40	35.71%
Preovlađujuće beletristički i takozvani soft-news žanrovi	29	25.89%
Preovlađujuće analitički žanrovi	18	16.07%
Kombinovne sve tri žanrovske grupe	14	12.50%
Nije primenjivo (specifični formati poput kviza, dokumentarnog filma itd.)	11	9.82%
Ukupno	112	100.00%

Više od trećine informativnih sadržaja pokazuje da su se mediji orijentisali ka vestima i izveštajima, odnosno ka dnevno aktuelnim događajima. **Za jedan deo medija je, čini se, dobijeni novac služio za pokrivanje već postojeće „informativne“ bez namere da se ona prilagodi zahtevima konkursa. U relativno visokom procentu zastupljen je „meki“, beletristički tretman tema.**

5.9. Nivo prisustva različitih subjekata kao izvora u medijskom sadržaju

Jedan od indikatora pluralizma u medijskoj ponudi može biti i stepen zastupljenosti određenih društvenih grupa kao izvora. Pozicija izvora omogućuje pojedincima i grupama da sami artikuliraju svoje potrebe i probleme. **Analize pokazuju da se u izveštavanju mediji preovlađujuće pozivaju i oslanjaju na institucionalne izvore - državne organe, ustanove, političare.** Nasuprot tome, rezultati naše analize pokazuju da su predstavnici političkih stranaka odsutni, kao i predstavnici republičkih i pokrajinskih institucija. To se može objasniti činjenicom da su finansijsku podršku dobili uglavnom lokalni mediji, koji po prirodi svoje pozicije nemaju direktan pristup zvaničnicima na nacionalnom nivou. U skladu sa tim, postoji značajno veće prisustvo predstavnika lokalnih institucija kao izvora, mada se oni najčešće pojavljuju sa drugim subjektima, a ne kao centralni nosioci priče. Izuzetak od ovog trenda su projekti iz Vojvodine u kojima se izveštavalo o radu pokrajinskih organa (videti Primer 8).

PRIMER 8: Internet portal www.021.rs

U izveštaju o projektu „Informisanje građana putem interneta“ dostavljeno je 22 teksta, koji se isključivo bave aktivnostima vojvođanske vlade, iako je cilj projekta bio: „podsticanje pluralizma medijskih sadržaja, podizanje raznovrsnosti informisanja građana o evropskim vrednostima, doprinos razvoju istraživačkog novinarstva i usavršavanje studenata žurnalistike.“



	Tematizovane grupe	Predstavnici civilnog sektora	Eksperti	Predstavnici lokalnih institucija	Predstavnici republičkih i pokrajinskih institucija	Predstavnici političkih partija
<i>Centralni nosioci priče</i>	40	4	21	6	9	2
<i>Pojavljaju se zajedno sa drugim subjektima</i>	15	24	27	28	7	6
<i>Manje su zastupljeni nego ostali subjekti</i>	9	14	11	5	9	5
<i>Nisu prisutni kao izvori</i>	42	63	46	66	80	92
<i>Nije primenljivo</i>	7	7	7	7	7	7
Ukupno	112	112	112	112	112	112

Pozitivno je i to što se stručnjaci i civilni sektor relativno često pojavljuju kao izvori. Oni ne okupiraju centralnu poziciju, već dele medijski prostor sa drugim društvenim činiocima. Njihovo prisustvo upućuje na nešto ozbiljniji tretman tema.

U odnosu na ove deklarativne ciljeve propisane konkursom, a koji se uglavnom odnose na pluralizam u medijima i na zadovoljavanje informativnih potreba različitih društvenih grupa, važno je konstatovati da **se najveći broj projekata zapravo bavio promocijom, a ne ukazivanjem na konkretne probleme.** Pod promocijom se misli na specifičan tretman tema u kojem se ljudima, događajima, procesima ne pristupa problemski i analitički, iz nekog ugla koji je inače zanemaren u medijima. Promociju, kao svrhu koja se može utvrditi u 30 sufinansiranih projekata, zato nije moguće izjednačiti sa popularizacijom neke teme radi njenog rešavanja, već pre sa zabavnim sadržajima, koji će publiku odvratiti od ozbiljnijih informativnih i obrazovnih tema. Tek mali deo projekata, usko tematski preciziranih, bavio se praktičnim rešenjima ili analizom problema.

PRIMER 9: Surdilička RTV

Cilj projekta Surduličke RTV „Informacija - karika koja spaja“ je vrlo široko definisan, neprecizan i nejasan, a i same radijske emisije su takve. Konfuziji dodatno doprinosi to što nijedan izvor nije uveden i predstavljen, pa su slušaoci mogli samo da nagađaju ili naslućuju iz konteksta ko govori. Ovo predstavlja jedan od ozbiljnijih prekršaja profesionalnih standarda.

S obzirom na veliku zastupljenost informativnih sadržaja, dublje analize nije ni moglo biti. Posebno je problematično to što je informisanje o lokalnoj zajednici bilo predviđeno uslovima konkursa, a da se pri tome nije vodilo računa koje dodatne kvalitete ovo informisanje treba da poseduje kako bi zavrđelo državnu podršku. Bolja specifikacija propozicija konkursa doprinela bi tome da se kreiraju specifični, tematski fokusirani sadržaji namenjeni lokalnim sredinama.

Ukupno posmatrano, nezavisne produkcije su, u poređenju sa drugim medijima, ponudile produkcijski ozbiljniji sadržaj i temeljniju obradu tema. Istakle su se emisije koje se bave temama ekonomije i ekologije. Potrebno je ipak napomenuti da se **produkcijski zahtevne emisije ne mogu realizovati isključivo državnim sredstvima, koja su nedovoljna za proizvodnju visoko-kvalitetnog sadržaja.** Sa druge strane, državne subvencije, posebno one namenjene lokalnim medijima, ne trebalo da se koriste za finansiranje redovnog rada medija. Jedan deo analiziranih sadržaja evidentno je komercijalne prirode i kao takav ne bi trebalo da bude potpomognut sredstvima iz državnog budžeta.



6. EFEKTIVNOST

Efektivnost, termin preuzet iz ekonomskih nauka, u svrhu ovog izveštaja poslužiće kako bi se uporedio odnos postavljenih ciljeva i potrošenih resursa da bi se taj cilj postigao, tj. razviće se set indikatora koji bi pomogli u proceni efektivnosti uloženog budžetskog novca za unapređenje javnog informisanja.

Najveća prepreka za potpunu i objektivnu analizu efekta projekata predstavlja nedostatak temeljnijeg (i javnosti dostupnog) nadzora, tj. analize narativnih i finansijskih izveštaja o realizovanom projektu i proizvedenim programima.

Merenje dodatno otežava i činjenica da ne postoje javnomnjenjska ili druga relevantna istraživanja koja mapiraju medijske i informativne potrebe građana, te se zapravo ne zna početna vrednost (*baseline value*) na osnovu koje bi se merio progres.

Prvi merljivi pokazatelj efektivnosti tiče se broja realizovanih programa i potrošenog budžetskog novca.

Institucija	Ukupan budžet (u dinarima)	Ukupan broj odobrenih projekata	Raspon vrednosti pojedinačnih projekata (u dinarima)	Prosečna vrednost pojedinačnih projekata (u dinarima)
Ministarstvo kulture	28.146.774,00	118	60.000,00 do 1.000.000,00	238.532,00
Pokrajinski sekretarijat, konkursa za podsticanje informativnih sadržaja	34.675.000,00	77	100.000 do 2.000.000	450.324,00
Pokrajinski sekretarijat, konkurs za proizvodnju TV kulturno-umetničkog programa	4.750.000	12	150.000 do 600.000	395.833,00
Grad Subotica	24.990.000,00	20	200.000 do 6.400.000	1.249.000,00
Grad Čačak	7.298.558,00	17	100.000 do 1.675.000	429.326,00
Grad Užice	6.008.600,00	8	262.000 do 1.600.000	751.075,00
Grad Zaječar	29.444.050,00	5	250.000 do 22.000.000,00	5.888.810,00

Preporuka je da se novčana sredstva „ukrupne“, tj. da se umesto do sada podržanog velikog broja manjih projekata (ovo je posebno odnosi na Ministarstvo kulture i Pokrajinski Sekretarijat), koji tako i ne mogu da ostvare značajniji rezultat, jer podrazumevaju skromniju produkciju, podrži manji broj projekata većim budžetskim sredstvima. To bi značilo da medijske kuće mogu da proizvedu obimniji, produkcijski zahtevniji sadržaj koji bi, posledično, imao i veći uticaj na kvalitet javnog informisanja.



Treba primetiti i velike razlike u budžetima lokalnih samouprava i načina na koji je novac raspodeljen. Iznad prosečnih vrednosti prikazanih u gornjoj tabeli, nalaze se regionalne TV i/ili radio stanice. U Zaječaru je uočljiva posebno velika razlika - TV Best je od ukupnog budžeta dobila 22 miliona ili skoro tri četvrtine, ostali mediji su dobijali u proseku 250.000 dinara. Nešto manje razlike su uočljive u drugim lokalnim samoupravama, ali je **trend da najveći deo novca ide regionalnim ili lokalnim TV stanicama**. Slično je i u Subotici - TV stanice dobijale su od 1,5 miliona dinara do 6 miliona, dok su drugi mediji dobijali oko 300.000 - 500.000 dinara. U Čačku i Užicu lokalni budžeti su bili mnogo manji - tako su regionalne i lokalne TV stanice dobijale oko 1,5 miliona dinara, dok su ostali mediji dobijali od 100.000 do 300.000 dinara.

Osim ukupne sume, indikativno je da su Ministarstvo i Pokrajinski Sekretarijat za informisanje **višestruko umanjivali iznose odobrenih budžeta u odnosu na ono što su bili zahtevi medija** u konkursnim dokumentacijama u koje je BIRN imao uvid. **Trećina odobrenih projekata, koji su ušli u uzorak ovog istraživanja, je dobila svega do 30% prvobitno tražene sume, a nešto više od polovine je dobilo do polovine traženog novca**. Posledično smanjenju budžeta, smanjen je i broj aktivnosti, broj realizovanog programa i skraćeno vreme trajanja projekta.

6.1. Procena efektivnosti na osnovu konkursne dokumentacije

Drugi važan pokazatelj efektivnosti konkursnog procesa tiče se *unapređenja aplikacionog formulara u kom bi se jasnije definisali ciljevi, rezultati i evaluacija projekta*.

Analiza predloga projekata, koji su prihvaćeni od strane Ministarstva kulture i informisanja RS i Pokrajinskog sekretarijata za kulturu i javno informisanje, pokazuje da li aplikanti razumeju termine poput *opšti* i *specifični cilj projekta*, *predviđeni rezultati* te njihovu definiciju i merljivost, kao i kako konkursne komisije vrednuju aplikacije na osnovu navedenih parametara.

Za potrebe ovog dela analize BIRN je koristio direktan uvid u konkursnu dokumentaciju i to: elemente aplikacionog formulara odnosno narativni opis odobrenih projekata, tekstovi konkursa, smernice za popunjavanje aplikacionog formulara i aplikacioni formular.

Ukupno je pregledano 65 predloga projekata usvojenih od strane Ministarstva kulture i informisanja RS i 76 predloga usvojenih od strane Pokrajinskog sekretarijata za kulturu i javno informisanje.

Ocenjivano je da li predlozi projekata ispunjavaju sledeće uslove:

- **opšti ciljevi projekta su jasno definisani**, odnosno opšti cilj projekta jasno ukazuje na koji način on doprinosi realizaciji opštih ciljeva definisanih konkursom. Opšti cilj je dugoročan i očekuje da će njegova realizacija dovesti do željenih promena u društvu i okolnosti krajnjih korisnika nakon završetka projekta, u roku od 3-5 godine;
- **specifični ciljevi projekta su jasno definisani**, odnosno specifični ciljevi jasno ukazuju na ono što će biti ostvareno po završetku projekta ili vrlo brzo posle. Specifični cilj je direktno u vezi sa problemom kojim se projekat bavi, podrazumeva promene kojima će doprineti ostvareni rezultati projekta poput promene u ponašanju, recimo, ciljne grupe.

Predviđeni rezultati mereni su primenom SMART⁷ kriterijuma. U pitanju je uslov koji zahteva da rezultati budu specifični, merljivi, dostižni, relevantni i vremenski određeni (blagovremeni)⁸. Kod aplikacija gde se navodi više rezultata, svaki rezultat je odvojeno ocenjivan po navedenom kriterijumu i kao finalna ocena rezultata projekta korišćena je njihova srednja vrednost.

⁷ SMART kriterijumi - Specific, Measurable, Achievable, Relevant, Time-bound

⁸ Tokom analize korišćena je skala ocenjivanja koja ima vrednosti 1 - 4, gde je

1 - potrebna informacija ili nije navedena, ili navedeno ne odgovara na postavljeno pitanje;

2 - data informacija nedovoljno ispunjava uslov - ocena data onim predlozima kod kojih je razumevanje terminologije uočljivo, ali odgovor na pitanje nije dovoljno jasan da bi bio pozitivno ocenjeno. Najčešće je odgovor na pitanje, recimo kod ciljeva, dat u delu koji se tiče pozadine projekta ili rezultata;

3 - data informacija delimično ispunjava uslov - tekst nudi odgovore na pitanja, ali su oni nedovoljno razrađeni i konkretni ili su informacije koje se tiču više pitanja spojene u jedan odgovor;

4 - data informacija ispunjava uslove - tekst predloga projekta jasno odgovara na data pitanja, postoje jasno odvojeni opšti od specifičnih ciljeva, rezultati su jasno navedeni, merljivi i u vezi sa ciljevima projekta.



6.2. Rezultati predloga projekata prihvaćenih od strane Ministarstva kulture i informisanja

Na uzorku od 65 predloga projekata prihvaćenih od strane Ministarstva kulture i informisanja, a u pogledu zadatih ciljeva, utvrđeno je sledeće:

Kriterijum/ocena	Ispunjava	Delimično	Nedovoljno	Ne ispunjava	Total
<i>Opšti ciljevi su jasno definisani</i>	35%	26%	11%	28%	100%
<i>Specifični ciljevi su jasno definisani</i>	46%	25%	11%	18%	100%
<i>Predviđeni rezultati su dobro definisani</i>	29%	32%	22%	17%	100%
<i>Predviđeni rezultati su merljivi</i>	14%	20%	15%	51%	100%

Vredi navesti da dva predloga projekata nemaju navedene ciljeve, odnosno rezultate, dok samo jedan predlog u okviru opisa rezultata definiše jasan način njihovog merenja.

Uvidom u dobijene informacije, uočeno je da su aplikanti opšte i specifične ciljeve često obrađivali u delu posvećenom kontekstu i potrebi za realizacijom projekta. Manje od petine aplikacija jasno razdvaja opšte od specifičnih ciljeva, koristeći tačnu terminologiju.

Dobijen materijal pokazuje da se često umesto definisanja rezultata, na ovo pitanje odgovara narativnom procenom, često dugoročnog uticaja projekta na ciljnu grupu. Date informacije su opšte, često kvalitativne, odnosno teško merljive i ponekad nerealne.

Odgovarajući na medijski konkurs, čini se da aplikanti izostavljaju potencijalno kvalitetne ciljeve i rezultate koje projekat može podržati, naročito u odnosu na ciljnu grupu. Većina onih koji su naveli rezultate su odabrali one najjednostavnije, poput broja proizvedenih priloga dok je 45% njih navelo rezultate koji mogu biti lako merljivi, ali tom aspektu nisu posvetili pažnju. Analizom dostavljenih tekstova predloga, utvrđeno je da je bilo moguće uključiti recimo, broj članove ciljne grupe koji su obučeni, osnaženi itd. kroz samo učešće u projektu, kao i početnu vrednost i druge vrste merljivih rezultata. U tri predloga se spominje početna vrednost (*baseline value*) na osnovu koje se može oceniti uspeh projekta, iako aplikanti možda toga nisu bili svesni pošto se ta vrednost ne spominje u rezultatima.

Kada se dobijene analize ukrste, dobija se manje optimistična slika. Naime, samo tri od 65 aplikacija dobilo je najvišu ocenu po sva četiri kriterijuma.

Njihov presek po vrsti medija, odnosno vrsti teritorije koju pokrivaju je prikazan dole:

Vrsta medija	Ukupan broj	Ispunjavaju uslove	Procent	Geografska pokrivenost	Ukupan broj	Ispunjavaju uslove	Procent
<i>Nezavisna produkcija</i>	7	1	1,5%	<i>Nacionalni, uklj. Internet</i>	13	1	1,5%
<i>Radio</i>	9	1	1,5%	<i>Nepopunjeno</i>	7	0	0%
<i>Internet mediji</i>	19	0	0%	<i>Lokalni mediji</i>	32	1	1,5%
<i>TV</i>	19	1	1,5%	<i>Regionalni mediji</i>	13	1	1,5%
<i>Štampa</i>	14	0	0%	Total	65	3	4,5%
Total	65	3	4,5%				

Ovakav nalaz je, pre svega, rezultat nedovoljno jasnih uputstava u aplikacionom formularu, te nedostatka iskustva medija u sprovođenju projekata i razumevanju projektnog ciklusa.



6.3. Rezultati predloga projekata prihvaćenih od strane Pokrajinskog sekretarijata za kulturu i informisanje

Na uzorku od 76 predloga projekata prihvaćenih od strane Pokrajinskog sekretarijata za kulturu i informisanje, a u pogledu zadatih ciljeva, utvrđeno je sledeće:

Kriterijum/ocena	Ispunjava	Delimično	Nedovoljno	Ne ispunjava	Total
<i>Opšti ciljevi su jasno definisani</i>	55%	16%	19%	10%	100%
<i>Specifični ciljevi su jasno definisani</i>	48%	30%	13%	9%	100%
<i>Predviđeni rezultati su dobro definisani</i>	16%	23%	14%	46%	100%
<i>Predviđeni rezultati su merljivi</i>	0%	1%	12%	87%	100%

U dole navedenom preseku najuspešnijih aplikacija nije uzeta u obzir merljivost rezultata jer u samom aplikacionom formularu ova stavka nije jasno definisana. Dakle, u obzir je uzeta ocena za opšti i specifični cilj i definicija rezultata projekta.

Presek najuspešnijih aplikacija po vrsti medija, odnosno vrsti teritorije koju pokrivaju:

Vrsta medija	Ukupan broj	Ispunjavaju uslove	Procent	Geografska pokrivenost	Ukupan broj	Ispunjavaju uslove	Procent
<i>Nezavisna produkcija</i>	3	0	0%	<i>Nacionalni, uklj. Internet</i>	13	1	9%
<i>Radio</i>	15	2	14%	<i>Nepopunjeno</i>	2	0	0%
<i>Internet mediji</i>	8	1	17%	<i>Lokalni mediji</i>	43	3	8%
<i>TV</i>	26	1	4%	<i>Regionalni mediji</i>	8	0	0%
<i>Štampa</i>	20	0	0%	<i>Pokrajinski mediji</i>	10	0	0%
<i>Mešovito⁹</i>	4	0	0%	Total	76	4	6%
Total	76	4	6%				

Rezultati analize pokazuju da su aplikanti mnogo više uspeha imali u definisanju ciljeva nego rezultata. Primećeno je da opšti i specifični ciljevi nisu uvek jasno odvojeni. To je pre svega posledica nedovoljno jasno definisanog aplikacionog formulara u kojem se traži samo definisanje ciljeva, ali nije jasno precizirano da treba odvojiti opšti i specifični cilj.

Kada je reč o definisanju rezultata projekata aplikanti su imali znatno manje uspeha. **Gotovo polovina aplikacija uopšte ne ispunjava ovaj uslov.** U čak pet aplikacija nisu uopšte navedeni rezultati. Aplikanti kao rezultate uglavnom navode broj medijskih priloga koje će proizvesti u okviru projekta. Analizom je uočeno da se često dešava da se u odeljku za rezultate piše o aktivnostima, koje će zapravo dovesti do nekog rezultata, što pokazuje nerazumevanje metodologije pisanja projekata od strane aplikacija.

Merljivost rezultata je najslabija karika u ovom lancu. **Gotovo devedeset posto aplikacija apsolutno nije ispunilo ovaj uslov.** Ovaj rezultat ipak nije neočekivan jer u samoj aplikaciji stavka - merljivost rezultata se ne pominje. Od 76 odobrenih projekata samo devet predloga se u nekoj meri osvrnulo na merljivost rezultata, ali nedovoljno jasno definisano, dok se ni u jednom predlogu ne pominje početna vrednost na osnovu koje bi se mogla proceniti uspešnost rezultata podnetih projekata.

⁹ Internet+radio/internet+štampa/tv+internet/internet+novinska agencija



U aplikacionom formularu se takođe nigde ne spominje metoda evaluacije uspešnosti projekta, što bi olakšalo aplikantu razumevanje projektnog ciklusa i lakše definisanje i merljivosti rezultata.

Uvođenjem novih elemenata u aplikacioni formular i adekvatnim uputstvima olakšaće se proces razvoja projekata i odlučivanja od strane konkursnih komisija. Ovo ujedno znači i promenu u načinu razmišljanja samih medija i temeljne promene u koncipiranju predloga projekata. Predložene izmene uključuju uvođenje tabele koja će od aplikanta zahtevati da potrebne informacije što jasnije i preciznije definiše:

- **Uložena sredstva/resursi (input)** - ono što je potrebno uložiti u projekat da bi bio realizovan, finansijski, ljudski i materijalni resursi uloženi u projekat.
- **Aktivnosti** - preduzete aktivnosti, intervencije koje dovode do ostvarivanja rezultata.
- **Rezultati (output)** - usluge, proizvodi različitih vrsta koji doprinose realizaciji ciljeva, znanja ciljne grupe itd.
- **Kratkoročni/specifični cilj (outcome)** - ostvareni kao uticaj više realizovanih rezultata, predstavlja promenu u ponašanju ciljne grupe ili krajnih korisnika, njihovom znanju i delotvornosti, itd. Ostvareni su u toku projektnih aktivnosti ili odmah posle, predstavljaju doprinos realizaciji dugoročnog cilja.
- **Dugoročni/opšti cilj (impact)** - vizija promene koju želimo da realizujemo u naredne 3-5 godine. Logična posledica ostvarivanja rezultata i kratkoročnih ciljeva projekta, ali se dešava po završetku projekta i predstavlja nešto što sami ne možemo realizovati, već samo doprineti njegovoj realizaciji.

Ove izmene bi dozvolile upotrebu jednostavne logičke matrice za čije popunjavanje je potrebno razumevanja ne samo projektnih ciljeva i rezultata, već i samog projektnog ciklusa. Državnim telima koje implementiraju konkurs, ovakva matrica omogućava jednostavno ocenjivanje projekta i rezultata, po završetku aktivnosti.



Kako pokazuju rezultati ankete (upitnici koje su popunili predstavnici 49 medijskih kuća u toku sprovođenja istraživanja), lokalni mediji su navikli na niske standarde u primeni konkursnog finansiranja. Kada se svi rezultati sumiraju, oni koji od državnih institucija dobijaju novac, nemaju mnogo primedbi na to kako je ovaj model budžetskog finansiranja ustrojen.

Rezultati ankete potvrđuju i da će mediji morati da se prilagode novim pooštrenim uslovima finansiranja, kako je predviđeno Zakonom o javnom informisanju i medijima, te da će određene resurse morati da angažuju kako bi postigli viši nivo profesionalnih standarda.

Lokalni mediji mahom su upućeni na više linija budžetskog finansiranja - većina anketiranih dobila je novac na osnovu konkursa Ministarstva kulture, ali je zanimljiv podatak da je čak trećina, dobila novac i na osnovu konkursa Pokrajinskog Sekretarijata i/ili lokalnih samouprava.

Skoro svi ispitanici (više od 80%) naveli su da su im bili jasni uslovi učešća na konkursu, kao i rokovi u kojima treba predati projektnu dokumentaciju. Komunikaciju sa nadležnima u toku predavanja konkursne dokumentacije i realizacije projekata u Ministarstvu kulture, Pokrajinskom sekretarijatu i lokalnim samoupravama ocenjuju kao „dobru“ i „pristojnu“, niko od ispitanika nije ocenio komunikaciju kao „lošu“. Konkursna dokumentacija (obrasci za narativni i finansijski predlog projekta, ako i obrasci za izveštavanje) je, takođe, od strane 70% ispitanika ocenjena kao „laka“, tj. ne preterano komplikovana. Medijima, takođe, nije bilo teško da obračunaju finansijske troškove projekta i popune zahtevane finansijske obrasce.

Efektivnosti projekata doprineće i bolja definicija javnog interesa u informisanju, što je jedna od novina predviđena i novim Zakonom o javnom informisanju i medijima. Ipak, većina medija (80%) smatra da je definicija javnog interesa u dosadašnjim konkursima (na sva tri nivoa vlasti) bila dovoljno jasna.

U odsustvu merljivijih podataka iz narativnog dela izveštaja o sprovedenim aktivnostima, deo upitnika koji je BIRN poslao medijima ticao se samih programa i rezultata koji su oni proizveli u javnosti. Ovo su samo neki od pokazatelja (ali ne i potpuno dovoljni) da su budžetski finansirani programi zaista i unapredili javno informisanje. Najpre, mediji su mahom (više od 85%) novim, originalnim programima konkurisali kod Ministarstva kulture i Pokrajinskog sekretarijata, dok su kod lokalnih samouprava konkurisali svojim redovnim programima. Osim putem spostvenog medija i društvenih mreža, medji nisu organizovali značajniju promociju budžetski sufinansiranih programa, a društvene mreže su u najvećem broju slučajeva korišćene još i za dobijanje povratne informacije od građana. Polovina anketiranih je to učinila putem anketa na sajtu i/ili u kontakt emisijama. Održivost projekata je obezbeđena sopstevnim resursima, 30% ispitanika ili u istom procentu, daljim traženjem donatorskog ili budžetskog novca.

Upitnik koji su popunili odgovorni u medijima, pokazuje da većina u svojim kućama ima osobe koje imaju iskustva u pisanju projekata, ali da bi im bilo značajno da odgovorni, na svim nivoima vlasti, organizuju treninge ili obuke za pisanje projekata. Mediji koji su dobijali novac bilo od Ministarstva, Pokrajine ili lokalne samouprave, u velikoj meri (80%) u anketi BIRN-a navode da nisu upoznati sa eventualnim neregularnostima u dodeli novca.

Nekoliko predstavnika medija, ipak, u Upitniku navodi da „Na lokalnu se favorizuju pojedini mediji, čiji vlasnici ili programski sadržaj omogućavaju veću medijsku pažnju partiji na vlasti (onima koji daju pare) ili samom predsedniku opštine“, „Uticao političkih partija na visinu dodeljenih sredstava iste projektne aktivnosti“ ili „Lokalna samouprava je od ukupnih planiranih sredstava odobrila samo polovinu. Zatim je raspisan novi konkurs uz diskretnu sugestiju da redakcije čiji su projekti izabrani na prvom konkursu ne učestvuju ponovo jer će ih komisija odbiti“.



7. TRANSPARENTNOST PROCEDURA

U odsustvu i očekivanju podzakonskih akata koji će bliže odrediti interna pravila za finansiranje programa u oblasti javnog informisanja, doneto je nekoliko akata, koji su do sada uređivali tu oblast na raznim nivoima vlasti. Dosadašnje norme su nedovoljne da otklone rizike od nastanka korupcije. Glavni problem je velika diskrecija, koja postoji kod donošenja odluka o tome šta će biti finansirano, u kojoj meri i na osnovu kojih kriterijuma će biti podeljena sredstva za konkretne programe. U većini slučajeva, problem je i nedovoljno detaljno izveštavanje o trošenju dobijenog novca i nedovoljna javnost podataka.

U odsustvu zakonskih pravila, a „polazeći od nadležnosti Ministarstva kulture i informisanja“, koje su utvrđene Zakonom o ministarstvima, prethodnog važećeg Zakona o javnom informisanju i zakona kojima se uređuje budžet Republike Srbije, to ministarstvo je donelo interni akt kojim se uređuju uslovi, kriterijumi i postupak sufinansiranja projekata/programa u oblasti javnog informisanja. O svrsi donošenja akta navodi se sledeće: „Interni akt doprinosi boljem uvidu javnosti u rad Ministarstva, lakšem pristupu budžetskim sredstvima od strane zainteresovanih lica, pravnoj sigurnosti i većoj zaštiti, kako građana, tako i državnih organa od zloupotreba u raspolaganju budžetskim novcem. Aktom se obezbeđuje namensko i racionalno korišćenje budžetskog novca i obaveštavanje javnosti o rezultatima i efektima dodeljenih sredstava.“

Ove ocene su nesumnjivo tačne. Za svaku je pohvalu činjenica da je ministarstvo prepoznalo potrebu uređivanja dodele sredstava za finansiranje programa u medijima, jer se na taj način bitno smanjuje diskrecija u odlučivanju. Takođe, na tragu prepoznate potrebe da se ova oblast uredi nalazi se i zakonodavna inicijativa ovog ministarstva.

Osim Pravilnika Ministarstva, analiza koja sledi uključuje i Pravilnik AP Vojvodine, Sekretarijata za kulturu i javno informisanje, posebno delova koji se odnose na dva (od šest) konkursa: podsticanje informativnih sadržaja medija i podsticanje proizvodnje programa iz oblasti kulture i umetnosti.

Cij analize je da se utvrdi postojeća praksa i procedure, kako bi se dale preporuke za povećanje transparentnosti konkursnog finansiranja, ali i kako bi se predložile smernice za buduću podzakonsku regulativu.

Svake godine i Ministarstvo i Pokrajinski sekretarijat za kulturu i informisanje sufinansiraju jedan broj projekata/programa za koje se oceni da mogu unaprediti sistem javnog informisanja.

Na oba konkursa mogu učestvovati osnivači javnih glasila, kao i pravna lica registrovana za produkciju audiovizuelnih programskih sadržaja. Sekretarijat za kulturu i javno informisanje AP Vojvodine stavlja dodatnu odredbu prema kojoj se finansiranje obezbeđuje za realizaciju programa „preko javnog glasila koje je od posebnog značaja za građane APV“, s tim što ostaje nejasno koja sve glasila ispunjavaju taj kriterijum.

Osim ovog, Pravilnici ne daju dovoljno detaljnu informaciju o kriterijumima na osnovu kojih se vrednuje projekat. **Kriterijumi** za odabir projekata moraju biti precizni i dovoljno razrađeni, ali osim toga trebalo bi urediti njihov značaj i način primene - da li kriterijumi imaju značaj obavezujućih (eliminacionih) uslova ili se vrednuje u kojoj meri se ostvaruju svakim od projekata, koliko relativni značaj ima svaki od kriterijuma itd.



<p>Ministarstvo kulture</p>	<p>Osnovni kriterijumi su:</p> <ul style="list-style-type: none"> - značaj projekta za ostvarivanje prava na javno informisanje; - doprinos raznolikosti medijskih sadržaja i pluralizmu ideja i vrednosti; - validna argumentacija projekta; - adekvatna specifikacija budžeta, usklađena i obrazložena sa stanovišta planiranih projektnih aktivnosti. 	<p>Posebni kriterijumi se „utvrđuju za svaki pojedinačni konkurs, u zavisnosti od njegovih specifičnosti i objavljuju se u okviru javnog poziva kojim se raspisuje konkurs“. Prednosni kriterijumi primenjuju se „u slučaju kada dva ili više projekata dobiju isti zbir bodova po osnovnim i posebnim kriterijumima“. Ove kriterijume utvrđuje komisija koju imenuje ministar.</p>
<p>Pokrajinski sekretarijat</p>	<p>Kriterijumi za ocenjivanje projekata su značaj projekta za ostvarivanje prava na javno informisanje građana Vojvodine na nivou Pokrajine, regiona, grada ili opštine, značaj projekta za unapređenje prava na informisanje i jezičkog i kulturnog identiteta pripadnika nacionalnih zajednica, kvalitet, aktuelnost, kreativnost.</p>	

Još jedna tačka sporenja, a koja ostavlja prostor za diskreciono odlučivanje, tiče se odabira, izbora i sastava **komisije** koja ocenjuje projekte i daje preporuku koje projekte treba sufinansirati.

U Ministarstvu kulture, ministar rešenjem obrazuje stručnu komisiju. Rešenjem se imenuju članovi komisije, određuje rok za završetak njenog rada i određuje visina naknade za rad. Komisija je sastavljena od tri člana, „predstavnik stručne javnosti“.

U vezi sa ovim odredbama, dobro je to što se komisija posebno obrazuje za svaki konkurs (javno informisanje, informisanje na manjinskim jezicima, za osobe sa invaliditetom...), jer to pruža mogućnost da se odaberu osobe, koje imaju posebna znanja iz oblasti na koju se konkurs odnosi. Bilo bi, međutim, dobro kada bi neka pravila bila precizirana unapred za sve konkurse - npr. pravila o visini naknade koja bi se utvrdila u odnosu na parametre kao što su broj dana angažovanja, broj primljenih prijava na konkursu i slično. Takođe, bilo bi dobro da se predvide pravila o tome ko ne može da bude član komisije (imajući u vidu mogući sukob interesa) i kako se postupa u slučaju da se sukob interesa pojavi tokom sprovođenja konkursa. Najzad, pojam predstavnika stručne javnosti nije ni na koji način bliže određen i valjalo bi ga precizirati (stručnost za šta).

„Ministarstvo izrađuje bodovne liste za svaki konkurs. Bodovna lista prilaže se uz svaki projekat. Članovi komisije u bodovnu listu upisuju ocene od 1 do 10 za svaki osnovni kriterijum i za posebne kriterijume. Projekte koji dobiju više od dvadeset bodova po osnovnim kriterijumima, komisija dalje razmatra prema posebnim kriterijumima“.

Kako se može videti iz ove odredbe, ocenjivanje nije zasnovano na unapred utvrđenim objektivnim kriterijumima, već svaki član komisije, daje kroz ocenu svoje viđenje u kojoj su meri projekti zadovoljavajući. Imajući u vidu ovu manjkavost, bilo bi dobro kada bi postojala i obaveza da se ove subjektivne ocene obrazlože. Naravno, ukoliko bi bilo moguće definisati unapred način ocenjivanja (vrednovanja) kriterijuma, to bi valjalo i učiniti i na taj način svesti diskreciju na još manju meru.

Slične preporuke mogu se uputiti i Pokrajinskim sekretarijatu.

„Podnete prijave na osnovu konkursa razmatra komisija koju imenuje pokrajinski sekretar za kulturu i javno informisanje. Komisija neće razmatrati: prijave podnosioca koji nemaju pravo učešća na konkursu, neblagovremeno podnete prijave, projekte koji nisu u skladu sa utvrđenom namenom sredstava iz ovog Pravilnika, prijave podnosioca kojima su ranije odobrena sredstva, a nisu podneli izveštaj o namenskom korišćenju istih, nepotpune prijave, prijave sa nepotpunom dokumentacijom i prijave koje nisu podnete na odgovarajućem obrascu. Konkursna komisija nakon razmatranja podnetih prijava utvrđuje predlog za dodelu sredstava i dostavlja ga pokrajinskom sekretaru“.



Na osnovu predloga Komisije, Ministar tj. Pokrajinski sekretar, donose Odluku o finansiranju. U oba Pravilnika ostavljena su jako široka ovlašćenja oba funkcionera i mogućnost da ne postupe u skladu sa preporukama komisije. U tom slučaju Ministarstvo predviđa „Za sve projekte koje Ministar predloži za sufinansiranje ili odbije njihovo sufinansiranje, mimo predloga komisije, piše se obrazloženje. Obrazloženje potpisuje Ministar i ono postaje deo dokumentacije“.

Pokrajinski Sekretarijat predlaže drugo rešenje. „Ukoliko projekti ili određeni broj projekata nisu u skladu sa ciljevima i kriterijumima konkursa, pokrajinski sekretar može, na predlog konkursne komisije, doneti rešenje da se neće rasporediti sva sredstva. Rešenje o dodeli sredstava je konačno i protiv njega se ne može upotrebiti pravno sredstvo. Rešenje o dodeli sredstava je akt raspolaganja protiv kog se ne može voditi upravni spor.“

Najslabija tačka svih analiziranih konkursa je **nadzor**. Bez dovoljno administrativnih kapaciteta, u oba državna organa, skoro potpuno izostaje nadzor nad potrošenim sredstvima, analiza svrishodnosti i efekata uloženog budžetskog novca i detaljan pregled narativnih i finansijskih izveštaja. Procedure izveštavanja opisane su u oba Pravilnika, ali nedostaje njihova primena u praksi.

<p>Ministarstvo kulture</p>	<p>Ministarstvo vrši nadzor nad sprovođenjem sufinansiranih programa/projekata u oblasti javnog informisanja i o tome obaveštava javnost.“</p> <p>Osnov za praćenje sprovođenja sufinansiranih projekata/programa je ugovor koji Ministarstvo zaključuje sa svakim od korisnika sredstava. Tim ugovorom se korisnik obavezuje da novac troši onako kako je odobreno, da dostavi narativni i finansijski izveštaj „o utrošenim sredstvima“ u roku od 15 dana od dana završetka projekta/programa, da „na odgovarajući način obavesti javnost da je Ministarstvo sufinansiralo projekat/program“ i da „nadležnom ministarstvu omogućiti uvid u finansijsku dokumentaciju“.</p> <p>Posebno je uređen sadržaj izveštaja na propisanom obrascu. Narativni deo izveštaja sadrži dinamiku realizacije projekta, opis realizacije projekta, broj realizovanih medijskih sadržaja i opis efekata projekta/programa. Izveštaj mora da bude dokumentovan kopijama medijskih sadržaja (CD/DVD, štampane strane, internet strane...). Finansijski deo izveštaja mora da bude u skladu sa specifikacijom troškova projekta/programa, odnosno sa priznatim troškovima projekta/programa, predviđenih ugovorom. Izveštaj mora biti potpisan od strane ovlašćenog lica i overen pečatom.</p>
<p>Pokrajinski sekretarijat</p>	<p>Sredstva se koriste isključivo za namene za koje su dodeljena, a korisnik sredstava je dužan da Pokrajinskom sekretarijatu dostavi izveštaj o realizaciji projekta i dokaz o namenskom korišćenju dodeljenih sredstava. Korisnik je dužan da pravda celokupan budžet projekta. Ukoliko korisnik sredstava ne realizuje projekat u predviđenom roku, dužan je da dostavi molbu za produženje roka, koju će razmotriti Pokrajinski sekretarijat, uzimajući u obzir razloge navedene u molbi. Ukoliko korisnik ne realizuje projekat i ne dostavi izveštaj o namenskom korišćenju sredstava do raspisivanja narednog konkursa, njegova prijava se neće razmatrati.</p>

U vezi sa praćenjem ispunjavanja ugovornih obaveza kaže se da „Ministarstvo proverava da li su izveštaji dostavljeni blagovremeno i u ugovorenoj formi“, da „vrši uvid u narativni i finansijski deo izveštaja“, da se „uvid u narativni deo izveštaja vrši pregledom pisanog dela izveštaja i dostavljenih medijskih sadržaja, kao i procenom njihovog kvaliteta sa stanovišta ciljeva navedenih u projektu“, da se „uvid u finansijski deo izveštaja vrši pregledom i upoređivanjem odobrenih i utrošenih stavki iz specifikacije troškova projekta, utvrđenih ugovorom.“ Ove odredbe su nepotpune. Pošto je reč o internom aktu ministarstva, trebalo je preciznije utvrditi koja organizaciona jedinica ministarstva radi koji od ovih poslova i u kojem roku.

Preporuka Pokrajinskom Sekretarijatu je slična, procedure izveštavanja bi trebalo unaprediti, uključujući ne samo izveštavanje o namenskom trošenju odobrenog budžeta, već i o realizaciji projekta i ostvarivanju njegovih ciljeva. Takođe, nedostaju odredbe koje bi finansijski zaštitile Sekretarijat u slučaju nenamenskog trošenja ili odsustva izveštaja (sredstvo finansijskog obezbeđenja).



8. LOKALNO INFORMISANJE I JAVNI KONKURSI

Prema odredbama Zakona o lokalnoj samoupravi propisuje se, između ostalog, da se lokalna samouprava „stara o javnom informisanju od lokalnog značaja i obezbeđuje uslove za javno informisanje na srpskom jeziku i jeziku nacionalnih manjina koji se koriste na teritoriji opštine“. Član 71. Zakona o lokalnoj samoupravi (2007) nudi mogućnost opštinama „da obaveštavaju javnost o svom radu preko sredstava javnog informisanja“ kao i da brinu „o javnom informisanju od lokalnog značaja“ (isti Zakon član 20.). Mnoge lokalne vlasti tumače objedinjeno članove 71. i 20. te iz svog budžeta finansiraju „uslugu informisanja o radu lokalne samouprave i javnih preduzeća“.

Uz to, koristeći određenu autonomiju, lokalne samouprave imaju uspostavljene sopstvene modele finansiranja javnog informisanja i različit nivo diverziteta medijske scene i medijskog tržišta na lokalnu, te je teško govoriti o jedinstvenim standardima i uspostavljenim praksama. Kako se, primera radi, konstatuje u izveštaju „Lokalne samouprave u Vojvodini na izmaku 2013. godine“ (NDNV, 2014) ukupna slika u oblasti informisanja na lokalnom nivou u Vojvodini izuzetno je šarolika po različitim osnovama... Primera radi, postoje opštine u kojima uopšte nema ili jedva da tek postoje neki lokalni mediji (Plandište, Žitište ili Bač), dok se recimo u Subotici na konkurse prijavljuje 20 lokalnih medija. Neke opštine, prema podacima njihovih uprava, recimo, tokom prošle godine uopšte nisu izdvojile ni dinar za lokalno informisanje ili nisu realizovale takav konkurs (Nova Crnja, Senta, Bečej), dok je sa druge strane, recimo, u Novom Sadu za lokalno informisanje izdvojeno 0,66 budžeta, što zbog veličine budžeta iznosi nešto više od 141 milion dinara.

Ovaj diverzitet primenljiv je i na četiri opštine koje su obuhvaćene BIRN-ovim izveštajem. Osim što se razlikuju po visini dodeljenog novca, procedurama, broju projekata i sl. primetna je razlika i u obimu i kvalitetu programa koji su podržani javnim konkursima.

Zapravo, uvidom u programe koje su finansirale tri opštine - Subotica, Užice i Zaječar, može se zaključiti da su mediji kojima je odobren novac dobile finansijsku podršku lokalnih samouprava za svoj redovni rad, a ne za specifične sadržaje, projekte, koji bi dalje mogli biti deo detaljnije analize sadržaja. Iz tog razloga, analiza sadržaja koja je opisana u poglavlju IV, nije mogla biti urađena na uzorku programa iz lokalnih medija.

Po kvalitetu donekle se izdvaja opština Čačak, gde su mediji dobili novac kao podršku projektima, konkretnim sadržajima, koji treba da unaprede informisanje na lokalnu.



1. Radio Ozon i Čačanske novine	<i>Kultura na čačanski način, Glas Roma</i>	895.915,00 din.
2. Čačanski glas	<i>Informisanje o radu organa lokalne samouprave i privrednim aktivnostima</i>	824.166,00 din.
3. Portal Ča Glas	<i>Život i aktivnosti mladih u Čačku</i>	230.385,00 din.
4. Video produkcija Bus Plus	<i>Crkve čačanskog kraja</i>	100.000,00 din.
5. Radio Xanadu	<i>Gradski omnibus</i>	101.128,00 din.
6. Portal Ozonpres	<i>Čačak danas</i>	300.000,00 din.
7. Radio Džoker	<i>Zajedno u život, Šta deca znaju o čačanskom kraju, Rasti bezbedno</i>	210.000,00 din.
8. Portal ObjektivNo.1	<i>Njen izbor</i>	467.500,00 din.
9. Agencija Attention	<i>MO Sport</i>	100.000,00 din.
10. AVN Production	<i>Krajem naše ulice</i>	150.000,00 din.
11. Ča video	<i>Naše vesti</i>	516.903,00 din.
12. RTV Galaksija 32	<i>TV Informator</i>	2.708.810,00 din.
13. Radio Čačak	<i>Produkcija i emitovanje radio programa u cilju javnog informisanja građana od lokalnog značaja</i>	183.750,00 din.

Konkursom su podržani tematski raznovrsni sadržaji - od informativnog, dečjeg, kulturnog i istorijskog, sportskog i sadržaja koji se bavi manjinskim zajednicama. Sadržaj je namenjen opštoj populaciji u lokalnoj zajednici, a izvori koji se pojavljuju i diskutuju o temama od lokalnog značaja variraju od građana, predstavnika lokalne samouprave, partija, nevladinog sektora i sl.



9. ZAKLJUČAK I PREPORUKE

Osim što je suštinski važno obezbediti građanima pun uvid u potrošnju javnog novca, transparentnost u alokaciji budžetskih sredstava koja se troše na javna glasila važna je i zbog:

- 1) **fer konkurencije na tržištu**, jer javna preduzeća za informisanje, čiji je osnivač lokalna samouprava, mogu da računaju na budžetski novac, ne zaviseći od promena na medijskom tržištu, kao što je to slučaj sa glasilima u privatnom vlasništvu;
- 2) **uređivačke nezavisnosti**, jer ovako opredeljena sredstva mogu da se koriste kao mehanizam za vršenje uticaja;
- 3) **vlasničke strukture medija i njene ukupne transparentnosti**, imajući u vidu da je država i dalje vlasnik određenog broja medija;
- 4) **neutralnosti u raspodeli državne pomoći i jednakom pristupu svih glasila ovakvom izvoru finansiranja**;
- 5) **podrške pre svega proizvodnji medijskog sadržaja, a ne samo tekućim i operativnim troškovima**.

Na mnoge od ovih dilema odgovor daje nova zakonska regulativa. Ipak, ključna ostaje njena puna primena u predstojećem periodu.

Izveštaj je mapirao nekoliko ključnih „bolnih tačaka“ procesa konkursnog finansiranja, a preporuke koje slede trebalo bi da pomognu u uspostavljanju boljih praksi u budućnosti:

Unapređenje administrativnih procedura:

1. Uskladiti interne i podzakonske akte sa usvojenim Zakonom o javnom informisanju i medijima, u kom je konkursna procedura opisana u načelu. Od kvaliteta ovih akata zavisice i kvalitet implementacije zakona i konkursnog finansiranja na svim nivoima vlasti. Posebnu pažnju treba posvetiti lokalnim samoupravama koje do sada nisu sprovodile konkurse. Lokalne samouprave trebalo bi da naprave strateške i akcione planove za primenu nove medijske regulative.
2. Podzakonski i interni akti (Pravilnici), koji nakon usvajanja zakona uređuju sam postupak odvijanja konkursa, treba da sadrže precizne odredbe o ciljevima konkursa, uslovima učešća, visini novca koji je opredeljen, kriterijumima na osnovu kojih se svaki projekat ocenjuje.
3. U Pravilnicima i samom tekstu konkursa objaviti koji su kriterijumi opšti, koji posebni, a koji eliminacioni. Takođe, transparentno navesti koji su kriterijumi prednosni, tj. na koji način će se odlučivati o dodeli finansijske podrške u slučajevima kada dva ili više projekata imaju isti broj bodova/isto su ocenjeni. Osnovni kriterijumi tiču se doprinosa projekta pluralizmu i kvalitetu sadržaja, te potpunijeg ostvarivanja prava na javno informisanje. Posebni kriterijumi tiču se unapređenja javnog informisanja onih grupa, čije informativne potrebe nisu zadovoljene redovnim radom medija ili su tematski fokusirani (npr. sadržaji koji se tiču kulture, ekologije, nauke, ekonomije i sl.).



4. Utvrditi pravila za formiranje konkurse komisije i njene nadležnosti. Uobičajena praksa je da one imaju tri ili pet članova, ali osim toga treba navesti njihove kompeticije, pravila o sukobu interesa, broj radnih dana njihovog angažovanja, naknadu koju primaju za obavljen posao. Članove konkursne komisije imenuje organ izvršne vlasti, a u njenom radu učestvuju predstavnici koje su imenovala novinarska udruženja.
5. Posebnu pažnju treba posvetiti nadzoru - detaljna kontrola potrošnje budžetskog novca i programa koji su proizvedeni, kako bi se sprečile eventualne zloupotrebe, a građani bili uvereni da je njihov novac potrošen namenski. Korisnici budžetskih sredstava dužni su da nakon realizacije projekta dostave narativni i finansijski izveštaj o sprovedenim aktivnostima. Procedura nadzora treba da bude deo Pravilnika.
6. Ciljevi postavljeni konkursima treba da budu u skladu sa javnim interesom, onako kako je on definisan novim Zakonom o javnom informisanju. U tom smislu, izveštavanje o radu lokalne samouprave ne treba da bude legitiman cilj i zahtev konkursa, već deo redovnog rada medija.
7. Administrativno-birokratska procedura konkursnog procesa mogla bi se značajno unaprediti. Neke od preporuka su bolje strukturirani konkursni obrasci, pojednostavljivanje konkursnih pravila i procedura (npr. predvideti mogućnost da se prijave šalju i elektronskom poštom), ažurnije isplate novca korisnicima kojima su projekti odobreni, i sl.

Unapređenje efektivnosti konkursnog procesa:

1. Bolje strukturirati konkursne obrasce kako bi u aplikacionim formularima bili jasno definisani opšti i posebni ciljevi projekta, aktivnosti i (konkretni, merljivi) rezultati. Na osnovu njih se vrši dalji nadzor, te procenjuju efekti potrošenog budžetskog novca.
2. Izvršne vlasti na svim nivoima, od republičkog do lokalnog, opredeljuju novac za javno informisanje u budžetima za narednu godinu. Konkursno finansiranje počinje da se primenjuje od 1. januara 2015. godine. Izvršne vlasti na svim nivoima ne trebalo da smanjuju količinu budžetskog novca koje su do sada, uobičajeno, opredeljivale za javno informisanje. Suprotno tome, očekuje se da će nakon privatizacija medija u javnom vlasništvu (kraj juna 2015. godine) i prestanka direktnog subvencionisanja javnih preduzeća za informisanje, ovi budžeti progresivno rasti.
3. U vezi sa prethodnom tačkom, preporuka je da se prosečna vrednost pojedinačnog projekta poveća, što će se posledično odraziti na kvalitet i obim produkcije.
4. Cilj konkursa, a posledično i njegovi rezultati, lakše se mogu meriti ukoliko postoje ulazni parametri. U tom smislu, preporuka je da se naruče nezavisna, profesionalna istraživanja javnog mnjenja kojima bi se utvrdile potrebe građana u javnom informisanju, kao i da se organizuje širok konsultativni proces u kom bi sami građani mogli da nominuju svoje prioritete u javnom informisanju.
5. Izvršne vlasti na svim nivoima trebalo bi da sprovedu rigorozniju kontrolu namenske potrošnje budžetskog novca i o rezultatima finansijskog nadzora da obaveste javnost. Na zvaničnim veb sajtovima objaviti svu relevantnu dokumentaciju, koja se tiče konkursnog finansiranja, kao i obaveštenja o rezultatima sprovedenog nadzora. Na ovaj način građani će biti adekvatno obavešteni da je njihov novac potrošen u svrhu poboljšanja javnog informisanja.

Unapređenje programskog sadržaja:

1. Sprovoditi redovne kvantitativno-kvalitativne analize sadržaja kako bi se utvrdio opšti kvalitet sadržaja i ispunjavanje javnog interesa u informisanju. Preporuka BIRN-a je da ovaj posao, zbog mogućeg sukoba interesa, ne rade izvršni organi, već članovi komisije ili nezavisni eksperti ili nevladine organizacije koje imaju potrebnu ekspertizu.



2. Dosadašnja analiza pokazala je da je posebno problematično finansiranje informativnog programa, tipa redovnih vesti, jer je većina medija ovo shvatila kao „obavezu“ pozitivnog prikazivanja vlasti i njihovog delovanja. Preporuka je da se ovakav tip sadržaja ubuduće ne podržava javnim konkursima, jer znatno narušava kritičku funkciju medija. Informativno-politički sadržaj koji izlazi iz ovog okvira validan je za budžetsko sufinansiranje.
3. Sadržaj koji je proizveden zahvaljujući podršci budžetskim novcem treba jasno obeležiti. Iako je ovo ugovorna obaveza, u većini slučajeva (pre svega na lokalnu) ona nije ispoštovana.
4. Budžetski novac treba iskoristiti kao šansu da se inovira program - kao što je nekim od konkursa i predviđeno, predmet konkursa je originalna medijska produkcija koja doprinosi pluralizmu sadržaja. Ovo je naročito važno u novom tehnološkom okruženju koje otvara nove kanale komunikacije sa građanima.
5. Iako to nije bio zahtev konkursa, preporuka je da mediji promovišu sadržaj koji je nastao zahvaljujući budžetskom novcu. Promotivne kampanje pomažu određenom sadržaju da bude vidljiviji, a samim tim i da proizvede željeni rezultat (predviđen konkursom) u javnosti.



10. ANEKSI

10.1. Interni akti lokalnih samouprava

Cilj konkursa

Subotica	U oblasti javnog informisanja vrši se finansiranje ili sufinansiranje programa i projekata javnih glasila od lokalnog značaja na jezicima koji se koriste na teritoriji Grada.
Zaječar	Nije navedeno
Čačak	<p>Projekti u oblasti javnog informisanja koji se sufinansiraju iz budžeta Grada su:</p> <ul style="list-style-type: none"> - projekti koji se bave informisanjem javnosti o radu organa lokalne samouprave; - projekti koji se bave privrednim aktivnostima i podsticaju razvoja privrednih aktivnosti; - projekti koji se bave radom i aktivnošću lokalne samouprave - naročito manifestacije, kulturni i drugi programi lokalne samouprave od opšteg interesa za građane Grada; - projekti koji se bave svakodnevnim informacijama i temama od opšteg interesa za građane Grada; - projekti koji se bave informisanjem javnosti o aktivnostima mesnih zajednica - projekti koji se odnose na mlade i afirmaciju stvaralaštva mladih, - projekti koji se odnose na zaštitu i obrazovanje dece ometene u razvoju, - projekti koji se odnose na bezbednost dece, učenika i poljoprivrednika u saobraćaju; - projekti koji afirmišu porodicu i natalitet kao osnovne jedinice društva; - projekti koji se odnose na stare i bolesne; - projekti koji se odnose na afirmaciju sporta od lokalnog, regionalnog i republičkog značaja, - projekti koji se odnose na nacionalne manjine i verske zajednice; - projekti koji doprinose afirmaciji pravih ljudskih vrednosti, zaštiti ranjivih kategorija stanovništva i inkluzivnom obrazovanju i doprinose ostvarenju zajedničkog života građana i - drugi projekti od značaja za informisanje građana od lokalnog značaja.
Užice	Nema Pravilnik



Kriterijumi za odabir projekata

Subotica	<p>Merila i kriterijumi za izbor programa i projekata u oblasti javnog informisanja koji se finansiraju i sufinansiraju iz budžeta Grada su:</p> <ul style="list-style-type: none"> - programi, projekti i članci koji se bave radom i aktivnošću lokalne samouprave – naročito manifestacije, kulturni i drugi programi lokalne samouprave od opšteg interesa za građane Grada; - programi, projekti i članci koji se bave svakodnevnim pitanjima od opšteg interesa za građane Grada; - programi, projekti i članci koji doprinose afirmaciji vrednosti zajedničkog života, multikulturalnosti i multikonfesionalnosti na teritoriji Grada.
Zaječar	<p>Prilikom razmatranja konkursne dokumentacije, a u skladu sa kriterijumima dodele sredstava, Komisija će naročito uzimati u obzir:</p> <ul style="list-style-type: none"> - značaj informativnog programa za ostvarivanje prava na javno informisanje - doprinos raznolikosti medijskih sadržaja i pluralizma ideja i vrednosti - unapređenje medijskog stvaralaštva u oblasti kulture, nauke i obrazovanja - informisanje i edukacija dece i omladine - informisanje i unapređenje položaja i ravnopravnosti svih segmenata društva - uvođenje novih informacionih tehnologija i razvoj medijske pismenosti - doprinos razvoju istraživačkog novinarstva - značaj programa za razvoj grada Zaječara i regiona - teritorijalnu pokrivenost - tehničku i kadrovsku opremljenost



Konkursna komisija

Subotica	<p>Komisija ima predsednika, zamenika predsednika i tri člana.</p> <p>Predsednika, zamenika predsednika i članove Komisije imenuje Skupština grada Subotice (u daljem tekstu: Skupština grada) na mandatni period od četiri godine.</p> <p>Komisija ima sledeće nadležnosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sačinjava tekst konkursa za dodelu sredstava za finansiranje i sufinansiranje programa i projekata u oblasti javnog informisanja; - razmatra prijave na konkurs; - dostavlja spisak podnetih prijava na konkurs nacionalnim savetima nacionalnih manjina radi davanja predloga za raspodelu sredstava pravnim i fizičkim licima koja obavljaju informisanje na jeziku nacionalne manjine; - vrši izbor programa i projekata u oblasti javnog informisanja koji se predlažu za finansiranje ili sufinansiranje i - predlaže Gradonačelniku donošenje rešenja o raspodeli sredstava.
Zaječar	<p>Obrazuje se Komisija za predlog raspodele sredstava namenjenih medijima na teritoriji grada Zaječara.</p> <p>Zadatak Komisije je da sačini tekst konkursa i sprovede postupak.</p> <p>Komisija će u roku od sedam dana od dana obrazovanja, raspisati konkurs za dodelu sredstava medijskim kućama sa teritorije Grada Zaječara u oblasti javnog informisanja. Po sprovedenom konkursu Komisija će sačiniti predlog za raspodelu sredstava i isti dostaviti Gradskom veću.</p>
Čačak	<p>Komisija ima predsednika, zamenika predsednika i tri člana.</p> <p>Komisiju imenuje Gradonačelnik.</p> <p>Komisija ima sledeće nadležnosti:</p> <ul style="list-style-type: none"> - sačinjava tekst konkursa za dodelu sredstava za sufinansiranje projekata u oblasti javnog informisanja; - razmatra prijave na konkurs; - vrši izbor projekata u oblasti javnog informisanja koji se predlažu za sufinansiranje, i - predlaže Gradskom veću donošenje rešenja o dodeli sredstava.
Užice	<p>Nema Pravilnik</p>



Rešenje o dodeli sredstava

Subotica	<p>Komisija je dužna da u roku od 15 dana od dana zaključenja konkursa razmotri sve prispele prijave.</p> <p>Nepotpune i neblagovremene prijave Komisija neće uzeti u razmatranje.</p> <p>Nakon utvrđivanja blagovremenih i potpunih prijava, Komisija dostavlja nacionalnim savetima nacionalnih manjina spisak podnetih prijava na konkurs sa pozivom da u roku od 15 dana dostave predlog za raspodelu sredstava pravnim i fizičkim licima koja obavljaju informisanje na jeziku nacionalne manjine.</p> <p>Nakon isteka roka za dostavu predloga za raspodelu sredstava u skladu sa stavom 3. ovog člana, Komisija, imajući u vidu dostavljene predloge nacionalnih saveta nacionalnih manjina i primenjujući kriterijume iz člana 5. ovog Pravilnika, vrši izbor programa i projekata i sačinjava predlog rešenja o raspodeli sredstava.</p> <p>Na osnovu predloga Komisije Gradonačelnik donosi rešenje o raspodeli sredstava.</p> <p>Rešenje Gradonačelnika je konačno.</p> <p>Rešenje se objavljuje na zvaničnoj internet stranici Grada (veb-sajt Grada).</p>
Zaječar	Nije navedeno
Čačak	<p>Na osnovu predloga Komisije Gradsko veće donosi rešenje o dodeli sredstava.</p> <p>Komisija može predložiti Gradskom veću da se za realizaciju projekta dodeli niži iznos sredstava od sredstava planiranih projektom.</p> <p>Rešenje Gradskog veća je konačno.</p> <p>Rešenje se objavljuje na zvaničnoj internet stranici Grada (veb-sajt Grada) i dostavlja podnosiocima prijave.</p>
Užice	Nema Pravilnik



Nadzor

Subotica	<p>Izabrani podnosioci prijave, kojima su dodeljena sredstva za finansiranje ili sufinansiranje programa odnosno projekta u oblasti javnog informisanja, dužni su da u roku od 15 dana po završetku programa odnosno projekta za koji su dodeljena budžetska sredstva, a najkasnije do 31. januara naredne godine, podnesu izveštaj o realizaciji tih programa odnosno projekata u oblasti javnog informisanja i dostave dokaze o namenskom korišćenju finansijskih sredstava Gradonačelniku.</p> <p>Izveštaj o realizaciji programa odnosno projekta u oblasti javnog informisanja podnosi se Gradonačelniku na obrascu «Izveštaj o realizaciji programa odnosno projekta u oblasti javnog informisanja» (Obrazac broj 2.) koji je u prilogu ovog Pravilnika i čini njegov sastavni deo.</p> <p>Izveštaji se podnose u štampanom obliku, predajom u Gradskom uslužnom centru Grada Subotice ili poštom.</p> <p>Izveštaj o realizovanim programima i projektima u oblasti javnog informisanja koji su finansirani ili sufinansirani iz budžeta Grada putem konkursa Gradonačelnik dostavlja Skupštini grada Subotice do 31. marta tekuće godine za prethodnu godinu.</p>
Zaječar	Nije navedeno
Čačak	<p>Izabrani podnosioci prijave, kojima su dodeljena sredstva za finansiranje ili sufinansiranje projekata u oblasti javnog informisanja, dužni su da u roku od 15 dana po završetku projekta za koji su dodeljena budžetska sredstva, podnesu konačan izveštaj o realizaciji tih projekata u oblasti javnog informisanja i dostave dokaze o namenskom korišćenju finansijskih sredstava Gradskom veću.</p> <p>Izveštaj o realizaciji projekta u oblasti javnog informisanja podnosi se na obrascu „Izveštaj o realizaciji projekta u oblasti javnog informisanja“ (Obrazac broj 2.) koji je u prilogu ovog Pravilnika i čini njegov sastavni deo.</p> <p>Izveštaji se podnose u štampanom obliku, predajom na pisarnicu Gradske uprave za opšte i zajedničke poslove ili poštom.</p>
Užice	Nema Pravilnik

Kako pokazuju tabele, značajna unapređenja internih akata lokalnih samouprava se očekuju, a naročito sada, posle usvajanja novog Zakona o javnom informisanju i medijima. Osim što u nekim opštinama taj interni dokument ne postoji (kao u gradu Užicu), vidljiv je neujednčen kvalitet internih Pravilnika na lokalnu.

Posebno je problematična odrednica konkursa u kojima se kao jedan od uslova učešća postavlja praćenje i izveštavanje o radu lokalne samouprave i njenih organa. Ovo direktno utiče na finansiranje pohvalnog izveštavanja o aktivnostima organa lokalne samouprave i javnih funkcionera. Zato je potrebno detaljnije razraditi kriterijume za dodelu novca, kao i pitanja vezana za obrazovanje konkursnih komisija - odabira članova, njihovih kompeticija, sukoba interesa i sl.

OSPOREN KONKURS: VALJEVO

Jedan od najdrastičnijih primera kršenja konkursne procedure od strane lokalne samouprave, tiče se konkursa grada Valjeva za 2013. godinu, koji je u toku 2014. osporen odlukom Ustavnog suda. Ustavni sud odlučio je da konkurs za javno informisanje nije u skladu sa Ustavom i zakonom, jer je gradska uprava prekoračila svoja ovlašćenja.

Odlukom Ustavnog suda broj IUo-395/2013 utvrđeno je da Pravilnik o načinu, merilima i kriterijumima za izbor projekata u oblasti javnog informisanja, koji se finansiraju i sufinansiraju iz budžeta grada Valjeva, broj 110-1/2012-09 od 17. januara 2012. godine, koji je doneo načelnik Gradske uprave za društvene delatnosti, finansije, imovinske i inspekcijske poslove Valjevo, nije u saglasnosti sa Ustavom i zakonom.

Podnosilac inicijative smatrao je da osporeni Pravilnik nije u saglasnosti sa Ustavom i zakonom, jer je donosilac ovog pravilnika **prekoračio svoje nadležnosti** utvrđene Zakonom o lokalnoj samoupravi („Službeni glasnik RS”, broj 129/07), Statutom grada Valjeva („Službeni glasnik grada Valjeva”, broj 19/08) i Odlukom o gradskim upravama grada Valjeva („Službeni glasnik grada Valjeva”, broj 24/08), imajući u vidu pravnu prirodu akta i pitanja koja se njime uređuju.

Više detalja dostupno na sajtu Ustavnog suda <http://www.ustavni.sud.rs/page/view/sr-Latn-CS/0-101992/saopštenje-sa-12-sednice-ustavnog-suda-odrzane-3-aprila-2014-godine-kojom-je-predsedavala-vesna-ilic-prelic-predsednica-ustavnog-suda>



11. LITERATURA

- 1) SEE media observatory, Media Integrity Matters - Izveštaj za Srbiju, dr Jovanka Matić i dr Dubravka Valić Nedeljković, 2014.
- 2) WAN-IFRA, Soft censorship, dr Jovanka Matić, 2013
- 3) ANEM, NUNS, Lokal pres, NDNV, Civil Rights Defenders, Medijske slobode Srbije u evropskom ogledalu, dr Jovanka Matić, 2013.
- 4) Strategija razvoja sistema javnog informisanja u Republici Srbiji do 2016. godine, Sl. glasnik RS, br. 75/2011
- 5) Zakon o javnom informisanju i medijima, Službeni glasnik RS, broj 83/14
- 6) Izveštaj o finansiranju medija iz budžeta lokalnih samouprava, BIRN Srbija, 2012.
- 7) Ministarstvo kulture i informisanja, Sektor za informisanje i medije, Tekst konkursa: Sufinansiranje projekata/programa iz oblasti javnog informisanja u 2013. godini
- 8) Automna Pokrajina Vojvodina, Pokrajinski Sekretarijat za kulturu i javno informisanje, Tekst konkursa: Konkurs za sufinansiranje podsticanja proizvodnje televizijskih programa iz oblasti kulture i umetnosti za 2013.
- 9) Automna Pokrajina Vojvodina, Pokrajinski Sekretarijat za kulturu i javno informisanje, Tekst konkursa: Konkurs za sufinansiranje projekata podsticanja informativnih sadržaja medija za 2013. godinu
- 10) Ministarstvo kulture i informisanja, Sektor za informisanje i medije, Pravilnik - interni akt, Oktobar 2012.
- 11) Grad Subotica, Pravilnik o dodeli sredstava u oblasti javnog informisanja, Maj 2010.
- 12) Grad Čačak, Pravilnik o dodeli sredstava za sufinansiranje projekata za javno informisanje od lokalnog značaja, Januar 2014.
- 13) Automna Pokrajina Vojvodina, Pokrajinski Sekretarijat za kulturu i javno informisanje, Pravilnik za sufinansiranje projekata u oblasti javnog informisanja, Februar 2014.
- 14) Grad Zaječar, Rešenje o obrazovanju komisije za raspodelu sredstava namenjenih medijima na teritoriji grada Zaječara, broj 02-122/2013, Avgust 2013.
- 15) Grad Zaječar, Predlog raspodele sredstava namenjenih medijima 404-246, Avgust 2013.
- 16) Grad Zaječar, Zaključak III br. 06/45, Avgust 2013.



12. IMPRESUM

Izveštaj „*Konkursno finansiranje medija*“ nastao je u okviru projekta **“Unapređenje nezavisnosti medija kroz razvoj održivog i kompetitivnog modela finansiranja (Enhancing media independence through development of sustainable and competitive financing model)”** koji je podržan od strane Ambasade Kraljevine Holandije, u okviru MATRA programa.

Izveštaj je pripremio tim BIRN-a, u sastavu: Tanja Maksić (vođa projekta), Lada Vučenović (istraživač), Dragana Žarković Obradović (urednik).

Pravnu analizu uradila je organizacija Transparentnost Srbija, a deo izveštaja, koji se odnosi na efektivnost i analizu konkursne dokumentacije, uradio je NUNS.

BIRN Srbija se zahvaljuje na pomoći u izradi izveštaja i Dubravki Valić Nedeljković, Jeleni Kleut, Ani Milojević, Bojani Barlovac, Biljani Popović, Margareti Tomo, Draganu Saviću, Jovani Kovačević, Stefanu Bogbaru i Radomiru Miloševiću.

Istraživanje je sprovedeno u periodu od decembra 2013. do juna 2014. godine, a glavni nalazi Izveštaja su javnosti predstavljeni na pet javnih debata u Nišu, Kragujevcu, Novom Sadu, Novom Pazaru i Beogradu u toku septembra i oktobra 2014. godine.

Tim BIRN Srbija se posebno zahvaljuje zaposlenima u Ministarstvu kulture i informisanja i Sekretarijatu za kulturu i javno informisanje AP Vojvodine na pomoći i omogućavanju pristupa konkursnoj dokumentaciji, neophodnoj za izradu Izveštaja.